

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang

Perkembangan teknologi dewasa ini secara masif menghadirkan berbagai kemudahan, termasuk pada lingkungan usaha dan bisnis. Teknologi juga memberikan kontribusinya dalam perkembangan metode pembayaran. Masyarakat tidak lagi dibatasi dengan metode pembayaran tunai, penggunaan kartu kredit atau debit, karena jenis metode pembayaran pada era digital ini telah jauh meningkat. Metode pembayaran *mobile payment* dengan kode QR merupakan salah satu alternatif pembayaran dengan memberikan kemudahan dan kecepatan transaksi bagi pengguna melalui smartphone. Pembayaran seluler merupakan salah satu metode pembayaran non tunai, menggabungkan sistem pembayaran tanpa kontak dengan perangkat seluler, memungkinkan pengguna untuk memulai, mengotorisasi, dan menyelesaikan transaksi keuangan yang memindahkan uang melalui jaringan seluler atau teknologi komunikasi nirkabel (Migliore et al., 2022). Pembayaran seluler salah satunya dapat dilakukan dengan memanfaatkan teknologi QR.

Menanggapi perkembangan metode pembayaran ini, Bank Indonesia selaku bank sentral di Indonesia telah memberlakukan penerapan pembayaran melalui QR yang telah distandarisasi yang disebut Quick Response Indonesian Standard (QRIS). Penerapan QRIS diberlakukan secara berkala sejak 17 Agustus 2019 melalui ketentuan BI dalam PADG No. 21/18/PADG/2019 tanggal 16 Agustus 2019 tentang implementasi QRIS, mengatur tentang ruang lingkup penggunaan kode QR dalam pembayaran, implementasi QRIS sebagai standar nasional, laporan, dan pengawasannya. Dengan diberlakukannya QRIS, maka sekarang seluruh transaksi pembayaran yang menggunakan kode QR hanya memerlukan satu kode QR untuk berbagai macam aplikasi pembayaran. Hal ini disebabkan kode QR telah

terintegrasi dengan seluruh aplikasi yang menyediakan dan menerima pembayaran melalui kode QR. Dengan demikian QRIS dapat memberikan kemudahan pembayaran, kecepatan transaksi, dan tentunya memberikan keamanan dengan adanya pengawasan oleh Bank Indonesia selaku regulator sistem pembayaran di Indonesia.

Penerapan QRIS secara serentak di Indonesia telah dimulai sejak Januari 2020. Hal ini mendorong kolaborasi antara Bank Indonesia, pemerintah, dan industri untuk terus meningkatkan implementasi penggunaan QRIS dalam pembayaran mobile. Berbagai upaya seperti peningkatan kerjasama antara Bank Indonesia dengan berbagai Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) untuk memperluas layanan pembayaran non tunai menunjukkan peningkatan yang signifikan sejak Januari 2020 sebanyak 28 PJSP, Januari 2021 meningkat menjadi 52 PJSP, pada Maret 2021 sudah menjadi 61 PJSP, dan pada Januari 2023 sudah berjumlah 86 PJSP yang telah mengantongi izin dari Bank Indonesia untuk penerapan QRIS (www.bi.go.id).

Peningkatan implementasi QRIS juga dibuktikan oleh perkembangan penyebaran jumlah merchant yang telah menyediakan layanan pembayaran non tunai melalui QRIS di 34 provinsi seluruh Indonesia. Pada akhir tahun 2020 sebanyak 5,8 juta merchant telah menyediakan QRIS untuk transaksi pembayaran non tunainya, sedangkan awal tahun 2021 sudah meningkat menjadi 6,55 juta merchant. Bank Indonesia dan PJSP berkomitmen untuk merealisasikan target 15 juta merchant telah menggunakan QRIS pada tahun 2023 ini. Hingga Agustus 2022, terdapat 12 juta pengguna baru QRIS, dengan rincian di Pulau Jawa 8,1 juta, Pulau Sumatera 2,4 juta, Indonesia Timur 592.583, Pulau Kalimantan 614.038, dan Pulau Bali Nusa Tenggara 403.418 (Rachman & Widyastuti, 2022). Di Sumatera Barat sendiri, dikutip dari Laporan Bank Indonesia Sumatera Barat Agustus 2022, jumlah merchant pengguna QRIS telah mencapai 291.313 merchant yang menyediakan QRIS untuk transaksi non tunainya sementara itu jumlah

pengguna QRIS di Sumatera Barat pada triwulan II 2022 sebanyak 249.655 pengguna (LPP Sumbar, 2022). Namun menurut data BI (2022) masih terlihat kejomplangan penyebaran penggunanya yang masih berpusat di Pulau Jawa yaitu dengan jumlah pengguna 20,75 juta.

Meskipun sistem pembayaran elektronik atau online mengalami pertumbuhan yang signifikan, berdasarkan riset sebelumnya pembayaran *mobile* tidak selalu dapat memenuhi ekspektasi awal (Liang & Wei, 2004). Alasannya beragam seperti persaingan yang kuat antara berbagai pihak yang terlibat dalam ekosistem keuangan (perusahaan teknologi besar, perusahaan *fintech*, *startup*, bank, dll.), perkembangan industri teknologi keuangan secara simultan, dan tantangan yang menyiratkan adopsi sistem teknologi keuangan baru oleh konsumen, yang sangat dipengaruhi oleh pengetahuan yang langka tentang pembayaran seluler (Liébana-Cabanillas et al., 2015), keraguan kepercayaan pengguna (Yu et al., 2018), kompleksitas sistem, masalah privasi dan kurangnya keamanan (Qin et al., 2017), dan alasan lainnya.

Metode pembayaran melalui QRIS merupakan suatu teknologi keuangan yang relatif baru di Indonesia dengan harapan jika terwujudnya percepatan pengadopsian sistem pembayaran non tunai ini maka diharapkan akan meningkatkan kinerja organisasi maupun individu penggunanya. Faktor pengguna merupakan elemen terpenting untuk diperhatikan dalam penerapan sistem baru, karena kesiapan pengguna untuk menerima sistem baru mempunyai pengaruh besar dalam menilai kesuksesan pengembangan/penerapan sistem tersebut (Kang, 1998).

Diantara teori-teori klasik yang menjelaskan perilaku manusia dalam kaitannya dengan adopsi teknologi baru adalah *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang dipelopori oleh Ajzen dan Fishbein (1980) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB) oleh Ajzen (1991). Keduanya telah banyak digunakan sebagai kerangka teoritis utama untuk memahami dan menjelaskan perilaku adopsi dan penggunaan berbagai sistem informasi. Menurut Yang et

al. (2012), TRA dan TPB menjelaskan bahwa niat individu untuk mengadopsi suatu inovasi ditentukan oleh sikap dan norma subjektif, yang dibentuk oleh perilaku dan normatif keyakinan individu.

Davis (1989) mengembangkan *Technology Acceptance Model* (TAM) atas dasar ini teori. TAM menunjukkan bahwa kegunaan yang dirasakan (*usefulness*) dan kemudahan penggunaan oleh seorang individu (*ease of use*) adalah faktor yang menentukan sikap terhadap penggunaan teknologi tertentu, dan akibatnya menentukan penggunaan yang dimaksud, sehingga digunakan (Davis 1989). Model ini juga telah diterapkan dalam pengguna pembayaran seluler (Liébana-Cabanillas et al., 2015).

Dalam penelitian yang dilakukan Ooi & Tan (2016) memberikan pandangan baru tentang pengadopsian teknologi khususnya teknologi *mobile* ataupun seluler dengan mempertimbangkan bahwa terdapat perbedaan perilaku dan reaksi oleh pengguna saat menggunakan teknologi *mobile*/ seluler dibandingkan saat pengguna mengadopsi teknologi *non mobile*. Dengan kata lain, *Mobile Technology Acceptance Model* (MTAM) diusulkan oleh Ooi & Tan (2016) dengan pertimbangan adanya kelemahan pada TAM yang lebih cocok pada lingkungan organisasional, sementara MTAM dikembangkan untuk secara khusus menyesuaikan dengan lingkungan seluler untuk penelitian teknologi informasi (Yan et al, 2021).

MTAM sendiri memiliki dua determinan utama yaitu *mobile usefulness* dan *mobile ease of use*. *Mobile usefulness* (MU) atau kegunaan yang dirasakan adalah probabilitas subyektif bahwa teknologi dapat meningkatkan cara konsumen menyelesaikan tujuannya. Dalam lingkungan *mobile*, kegunaan dianggap sebagai sejauh mana konsumen percaya pembayaran secara *mobile* akan memberikan akses ke informasi yang berguna, dan memungkinkan pembayaran lebih cepat (Vijayarathy, 2004). Dalam konteks penelitian ini, *mobile usefulness* atau kegunaan yang

dirasakan akan meningkatkan niat perilaku (*behavioral intention*) konsumen untuk menggunakan sistem pembayaran mobile menggunakan QRIS.

Determinan berikutnya adalah *mobile ease of use* (MEOU) yang didefinisikan sebagai sejauh mana konsumen merasakan pembelajaran dan penggunaan teknologi atau layanan seluler (Lau et al, 2021). Turker (2022) menemukan MEOU secara substansial terkait dengan penerapan pembayaran *mobile* terhadap *behavioral intention* (BI). Sehingga dalam konteks penelitian ini, kenyamanan dan kemudahan penggunaan pembayaran *mobile* secara langsung mempengaruhi BI seseorang untuk menggunakan pembayaran QRIS. Sebaliknya, penelitian oleh Zhou (2022) dalam konteks pembayaran *mobile* MEOU adalah prediktor BI yang tidak signifikan, yang menemukan bahwa pelanggan umumnya merangkul inovasi jika sistem mulus dan lancar untuk pengguna.

Melalui penyedia layanan pembayaran QRIS pengguna dapat melakukan berbagai macam pembayaran seperti berbagai tagihan rumah tangga, pembayaran pembelian kebutuhan sehari-hari di swalayan yang terintegrasi *point of sale*, bahkan juga dapat melakukan pembayaran donasi. Pola konsumsi pembayaran mobile ini merupakan sebuah teknologi baru yang membutuhkan persepsi optimisme bagi penggunaannya (Parasuraman & Colby, 2015). Hal ini sejalan dengan temuan Yan (2021) di Malaysia dimana individu yang memiliki kecenderungan optimis terhadap pembayaran *mobile* kode QR memiliki persepsi positif yang pada akhirnya mempengaruhi *behavioral intention* (BI). Oleh karena itu optimisme pengguna memiliki pengaruh terhadap niat perilaku untuk menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran non tunai.

Variabel keinovatifan personal (*personal innovativeness*) telah sering menjadi prediktor penting dari adopsi produk atau inovasi baru di seluruh disiplin ilmu lainnya (Agarwal & Prasad, 1998; Cowart et al., 2008; Karjaluoto et al., 2019; Slade et al., 2014). Inovasi adalah pengejaran sesuatu

yang baru dan berbeda oleh seseorang (Hirschman, 1980). Thakur dan Sanyal (2013) menggunakan sampel populasi perkotaan dari dua kota besar di India menunjukkan bahwa inovasi adalah faktor kunci yang mempengaruhi penerimaan konsumen terhadap layanan keuangan berbasis teknologi baru. *Personal innovativeness* (PI) secara positif mempengaruhi terhadap perilaku adopsi pembayaran mobile di China (Wang & Dai, 2020). Variabel seperti PI juga harus menjadi pertimbangan dalam menentukan penerimaan konsumen (Lu et al., 2005). Oleh karena itu, sejauh mana seseorang terbuka untuk mengalami atau mencoba sesuatu yang baru merupakan ekspresi dari keinovatifan mereka atau kecenderungan mencari kebaruan. Namun hasil temuan yang berbeda oleh Yan et al. (2021) menunjukkan bahwa *personal innovativeness* tidak memiliki pengaruh terhadap *behavioral intention* dalam penggunaan pembayaran seluler kode QR di Malaysia.

Karena aplikasi pembayaran seluler biasanya membutuhkan informasi pribadi atau keuangan pelanggan atau pengguna, penyedia (bank dan PJSP) bekerjasama dengan Bank Indonesia harus memberikan banyak perhatian untuk membangun dan mempertahankan kepercayaan konsumen saat mengembangkan dan menggunakan aplikasi tersebut (Zhou, 2011). Konsumen akan melihat kepercayaan sebagai hal yang aman dan bebas dari rasa cemas. Mereka ingin memastikan bahwa transaksi dilakukan dengan benar dan informasi mereka tidak diretas atau diberikan kepada pihak yang tidak berhak (Chellappa et al., 2002). Adanya tanggung jawab pemerintah untuk standarisasi pembayaran menggunakan kode QR pasti akan meningkatkan keamanan dan kepercayaan pengguna.. Jarvenpaa et al (1999) menyatakan bahwa kepercayaan (*trust*) memiliki pengaruh penting pada perilaku konsumen, khususnya dalam lingkungan yang tidak pasti seperti pembayaran elektronik. Menurut Lee (2005), *trust* sangat mungkin menjadi faktor penting dalam adopsi pembayaran mobile termasuk pemanfaatan kode QR. Penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa kepercayaan (*trust*)

berhubungan positif dengan niat perilaku (Gao dan Waechter, 2017; Khalilzadeh et al., 2017; Shin, 2009; Luo et al., 2010; Zhang et al., 2010).

Disisi lain, perkembangan teknologi informasi masih menyediakan celah yang mengancam ekosistem ekonomi digital seperti ancaman peretasan dan pencurian data pribadi pengguna maupun kejahatan siber lainnya sehingga dapat menghadirkan rasa kecemasan pada para pengguna. Ketika berhadapan dengan sistem informasi, kecemasan (*anxiety*) umumnya dilihat sebagai tingkat ketakutan yang diasosiasikan seseorang dengan penggunaan sistem yang diharapkan atau penggunaan sistem aktual (Brown et al., 2004; Zhang, 2013). Individu yang membangkitkan respons cemas ketika menggunakan sistem informasi tertentu sering kali memiliki ketakutan atau kekhawatiran yang kuat terhadap penggunaan sistem dan oleh karena itu, lebih memilih untuk tidak menggunakan sistem (Bailey et al., 2017; Lee, 2010). Dengan demikian, menimbulkan tingkat kecemasan yang tinggi terkait teknologi tertentu akan secara langsung menghasilkan niat yang lebih rendah untuk mengadopsi dan menggunakannya (Chen dan Chang, 2013).

Kecemasan cenderung mempengaruhi perilaku adopsi dalam dua cara terkait pembayaran seluler. Pertama, salah satu manfaat utama pembayaran seluler bagi konsumen adalah kenyamanan yang terkait dengan penggunaannya (Oliveira et al., 2016; Slade et al., 2015), yang merupakan alasan utama penerimaan pembayaran seluler oleh banyak orang (De Kerviler et al., 2016). Namun, manfaat kenyamanan pembayaran seluler jika dihadapkan dengan *anxiety* secara bersamaan dapat menurunkan *behavioral intention* para pengguna untuk mengadopsi suatu teknologi, karena konsumen yang cemas cenderung skeptis untuk bertransaksi menggunakan pembayaran seluler karena masalah keamanan dan privasi (Bailey et al., 2017; Park et al., 2019). Kedua, beberapa konsumen yang mengalami kesulitan menggunakan sistem pembayaran seluler (Bailey et al., 2017). Hal ini selanjutnya dapat memengaruhi niat adopsi mereka karena persepsi mengenai kemudahan penggunaan teknologi pembayaran seluler yang merupakan variabel penting

dalam adopsi pembayaran seluler namun secara bersamaan pengguna merasakan *anxiety* (Di Pietro et al., 2015; Johnson et al., 2018). Berdasarkan pembahasan sebelumnya, *anxiety* memiliki pengaruh negatif pada adopsi pembayaran *mobile* menggunakan QRIS.

Niat perilaku konsumen diakui sebagai salah satu elemen paling vital yang mengarah pada kesuksesan dan keberlanjutan penyedia pembayaran seluler mana pun (To & Trinh, 2021). Berdasarkan hal tersebut, penulis ingin mengukur apa saja yang menjadi faktor-faktor anteseden pengadopsian QRIS oleh masyarakat khususnya kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Andalas sebagai *customer* dengan menggunakan pendekatan *Mobile Technology Acceptance Models* (MTAM) yang dipelopori oleh Ooi & Tan (2016) serta mengadopsi penelitian yang dilakukan Yan (2021) menggunakan optimisme (*optimism*) dan inovatif personal (*personal innovativeness*) sebagai anteseden adopsi penggunaan QRIS. Disebabkan penelitian ini mengambil pendekatan personal konsumen sehingga penulis berinisiatif menambahkan dua variabel kritis lainnya sebagai variabel independen untuk diuji yaitu variabel kepercayaan (*trust*) dan variabel kecemasan (*anxiety*) terhadap niat perilaku (*behavioral intention*) konsumen pada adopsi pembayaran menggunakan QRIS. Dengan demikian penulis mengajukan penelitian dengan judul “Analisis Determinan dan Anteseden Penggunaan Quick Response Indonesian Standard (QRIS) pada Pembayaran Digital”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *mobile usefulness* (MU) memiliki pengaruh yang positif terhadap *behavioral intention* (BI) dalam penggunaan QRIS?
2. Apakah *mobile ease of use* (MEOU) mempengaruhi secara positif terhadap *behavioral intention* (BI) dalam penggunaan QRIS?

3. Apakah *optimism* (OP) memiliki pengaruh yang positif terhadap *behavioral intention* (BI) dalam penggunaan QRIS?
4. Apakah *personal innovativeness* (PI) memiliki pengaruh yang positif terhadap *behavioral intention* (BI) dalam penggunaan QRIS?
5. Apakah *trust* (TR) memiliki pengaruh yang positif terhadap *behavioral intention* (BI) dalam penggunaan QRIS?
6. Apakah *anxiety* (AX) memiliki pengaruh yang negatif terhadap *behavioral intention* (BI) dalam penggunaan QRIS?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh *mobile usefulness* (MU) terhadap *behavioral intention* (BI) dalam penggunaan QRIS.
2. Menganalisis pengaruh *mobile ease of use* (MEOU) terhadap *behavioral intention* (BI) dalam penggunaan QRIS.
3. Menganalisis pengaruh *optimism* (OP) terhadap *behavioral intention* (BI) dalam penggunaan QRIS.
4. Menganalisis pengaruh *personal innovativeness* (PI) terhadap *behavioral intention* (BI) dalam penggunaan QRIS.
5. Menganalisis pengaruh *trust* (TR) terhadap *behavioral intention* (BI) dalam penggunaan QRIS.
6. Menganalisis pengaruh *anxiety* (AX) terhadap *behavioral intention* (BI) dalam penggunaan QRIS.

1.4. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini, penulis berharap bisa memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang terkait sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu dan wawasan di bidang akuntansi keperilakuan untuk akademik.

2. Manfaat praktis

a. Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan ilmu yang akan diaplikasikan melalui teori-teori yang selama ini sudah dipelajari dan dilengkapi sebagai salah satu syarat dalam memenuhi ujian magister pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Andalas.

b. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan mampu berkontribusi positif dalam perkembangan ilmu pengetahuan mahasiswa akuntansi khususnya mahasiswa akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Andalas.

c. Bagi perusahaan penyedia jasa keuangan

Dengan memperhatikan variabel-variabel yang ada dalam penelitian ini, diharapkan pengembang teknologi *mobile* dapat merancang produk yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pengguna, sehingga meningkatkan kemungkinan penerimaan produk tersebut oleh pengguna.

d. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan informasi tambahan dan menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan

dengan *behavioral intention* khususnya pada adopsi teknologi *mobile* serta penelitian yang menggunakan variabel yang sama.

1.5. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam proposal penelitian ini terdiri dari tiga bab, antara lain sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan dibahas latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.

Dalam bab ini akan membahas tentang kajian teori, pengembangan hipotesis, penelitian terdahulu dan kerangka konseptual.

BAB III METODOLOGI

Dalam bab ini akan membahas pendekatan penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian dan definisi operasional, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

