

BAB I

PENDAHULUAN

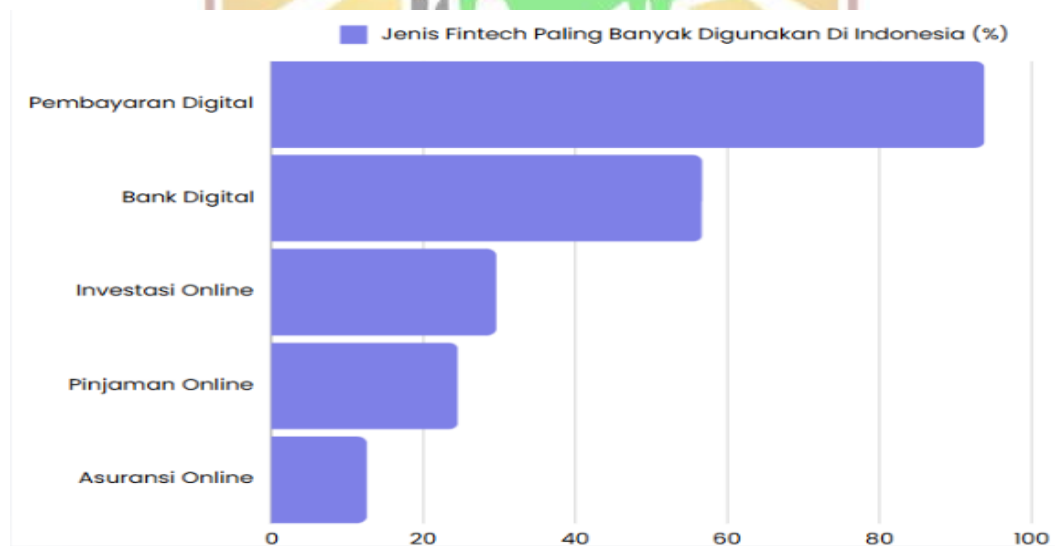
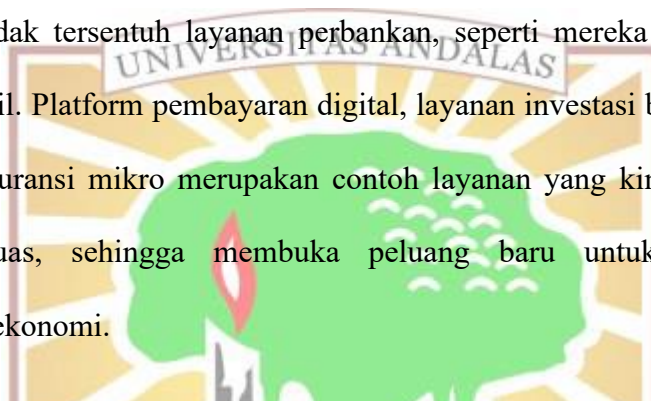
1.1 Latar Belakang

Financial technology (FinTech) merupakan inovasi di sektor keuangan yang menggabungkan layanan keuangan dengan teknologi modern untuk meningkatkan efisiensi dan kenyamanan dalam transaksi. Menurut Bank Indonesia (2020), *FinTech* telah membawa perubahan signifikan pada model bisnis, dari pendekatan konvensional menjadi lebih modern dan berbasis teknologi. Dengan memanfaatkan *FinTech*, transaksi dapat dilakukan dengan cepat, mudah, dan aman tanpa memerlukan uang tunai ataupun pertemuan fisik. Kemajuan ini dirancang untuk menjawab kebutuhan masyarakat modern yang semakin mengutamakan kecepatan, kenyamanan, dan efisiensi dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk transaksi jual beli, pembayaran tagihan, hingga pengelolaan keuangan pribadi.

Selain menjadi solusi inovatif bagi masyarakat umum, *FinTech* juga berperan strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), *FinTech* memiliki kontribusi signifikan dalam meningkatkan akses keuangan dan literasi masyarakat. Hal ini sangat penting bagi pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM), yang sering kali menghadapi tantangan dalam mengakses layanan keuangan konvensional, seperti pinjaman atau pembiayaan usaha. Dengan adanya platform *peer-to-peer (P2P) lending*, UMKM kini dapat memperoleh pendanaan dengan lebih mudah dan cepat. Data menunjukkan bahwa pada September 2024, pertumbuhan pembiayaan *P2P lending* mencapai 33,73% secara tahunan, dengan nilai *outstanding* sebesar Rp74,48 triliun.

Pertumbuhan ini tidak hanya membantu UMKM berkembang, tetapi juga memperkuat inklusi keuangan di Indonesia.

Peran *FinTech* dalam memperluas inklusi keuangan juga mendukung upaya pemerintah untuk mencapai target pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Salah satu target tersebut adalah pertumbuhan ekonomi sebesar 8% pada tahun 2029. Dengan memanfaatkan teknologi, *FinTech* mampu menjangkau masyarakat yang sebelumnya tidak tersentuh layanan perbankan, seperti mereka yang tinggal di daerah terpencil. Platform pembayaran digital, layanan investasi berbasis aplikasi, dan produk asuransi mikro merupakan contoh layanan yang kini tersedia untuk masyarakat luas, sehingga membuka peluang baru untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi.



Gambar 1 Jenis FinTech Paling Sering Digunakan Masyarakat Indonesia

Sumber: DataIndonesia (2023)

Penggunaan layanan *financial technology* (*FinTech*) di Indonesia telah menjadi bagian integral dari aktivitas keuangan masyarakat modern. Berdasarkan survei Konsumen *FinTech* 2023 yang dilakukan oleh DataIndonesia.id (2023), sebanyak 81,75% responden memahami layanan *FinTech*, menunjukkan tingkat kesadaran yang tinggi terhadap teknologi ini. Survei ini melibatkan 1.100 responden dari berbagai wilayah di Indonesia dan mengungkapkan bahwa *fintech* pembayaran digital menjadi jenis layanan yang paling banyak digunakan, dengan angka mencapai 93,8%. Popularitas layanan pembayaran digital ini tidak terlepas dari kemudahan yang ditawarkan, seperti kemampuan untuk melakukan transaksi sehari-hari dengan cepat dan praktis. Selain itu, layanan bank digital menempati posisi kedua dengan pengguna mencapai 56,67%, diikuti oleh investasi daring (*online investments*) sebesar 29,59%, pinjaman daring (*online loans*) sebesar 24,56%, dan asuransi daring (*online insurance*) sebesar 12,57%.

Faktor utama yang mendorong tingginya penetrasi *FinTech* di Indonesia terkait dengan kemudahan, relevansi, dan efisiensi yang ditawarkan oleh layanan ini. Sebanyak 88,3% responden dalam survei tersebut menganggap *FinTech* sebagai pilihan utama karena kemudahannya dalam penggunaan. Sementara itu, 81,62% responden menyatakan bahwa layanan ini sangat relevan dengan kebutuhan mereka, terutama dalam mendukung gaya hidup modern yang serba cepat. Faktor hemat waktu menjadi alasan bagi 74,66% responden untuk menggunakan layanan ini, sementara 56,09% lainnya menyebut fitur lengkap yang tersedia sebagai daya tarik utama. Perbedaan preferensi antar generasi juga mencerminkan bagaimana *FinTech* melayani berbagai segmen masyarakat. Generasi X, misalnya, lebih

memprioritaskan kesesuaian layanan dengan kebutuhan mereka. Sebaliknya, generasi milenial dan Z lebih mengutamakan kemudahan penggunaan, yang sesuai dengan kebiasaan mereka dalam mengadopsi teknologi baru.

Dominasi *fintech* pembayaran digital di Indonesia menjadi bukti nyata bagaimana teknologi ini tidak hanya mempermudah transaksi, tetapi juga mendorong transformasi sistem keuangan menuju *cashless society*. Dengan memanfaatkan teknologi *QR code*, aplikasi dompet digital (*digital wallets*), dan berbagai metode pembayaran lainnya, masyarakat kini dapat melakukan transaksi tanpa perlu membawa uang tunai. Kemajuan ini tidak hanya meningkatkan efisiensi, tetapi juga mendukung inklusi keuangan di berbagai wilayah, termasuk daerah yang sebelumnya sulit dijangkau oleh layanan perbankan konvensional.

Selain memberikan kenyamanan, *FinTech* juga memainkan peran strategis dalam mendukung transformasi digital di Indonesia. Pengadopsian teknologi ini di berbagai sektor, seperti ritel, pendidikan, dan transportasi, memperluas dampaknya terhadap perekonomian nasional. Misalnya, dalam sektor investasi daring, platform *FinTech* memungkinkan masyarakat untuk berinvestasi dengan nominal kecil, sehingga membuka akses bagi lebih banyak orang untuk membangun aset keuangan mereka. Demikian pula, layanan pinjaman daring menyediakan solusi pembiayaan yang lebih cepat dan fleksibel, yang sangat membantu pelaku UMKM dalam mengembangkan bisnis mereka.

Salah satu fitur utama yang mendukung ekosistem pembayaran digital adalah *Quick Response Code (QR Code)*. Teknologi ini memungkinkan konsumen

melakukan transaksi dengan hanya memindai kode yang disediakan oleh pedagang menggunakan aplikasi pembayaran pada ponsel pintar. Proses ini tidak hanya mempercepat transaksi, tetapi juga mengurangi ketergantungan pada uang tunai, sehingga meningkatkan keamanan dan mengurangi risiko yang berkaitan dengan transaksi fisik, seperti kehilangan uang atau pencurian. Selain itu, *QR Code* menjadi solusi praktis bagi pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) untuk bergabung dalam ekosistem digital tanpa harus mengeluarkan biaya besar untuk infrastruktur seperti mesin *point of sale* (POS) atau terminal pembayaran lainnya.

Namun, sebelum adanya standarisasi, penggunaan *QR Code* di Indonesia menghadapi berbagai tantangan. Salah satu masalah utama adalah keberagaman kode QR yang dikeluarkan oleh masing-masing penyedia jasa pembayaran (PJP). Setiap PJP memiliki kode QR yang berbeda, sehingga pedagang harus menyediakan beberapa kode QR dari berbagai platform pembayaran untuk melayani pelanggan mereka. Situasi ini menciptakan kerumitan, baik bagi pedagang maupun konsumen. Pedagang harus menyesuaikan diri dengan berbagai sistem, sementara konsumen dihadapkan pada kebingungan memilih aplikasi yang sesuai dengan kode QR yang tersedia. Ketidakefisienan ini menjadi hambatan dalam upaya digitalisasi transaksi di Indonesia.

Untuk mengatasi tantangan tersebut, Bank Indonesia mengambil langkah strategis dengan memperkenalkan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) pada tahun 2019. QRIS adalah standar nasional untuk *QR Code* yang menyatukan semua layanan pembayaran digital di Indonesia dalam satu sistem yang seragam. Dengan QRIS, konsumen dapat menggunakan aplikasi pembayaran

apa pun untuk memindai satu kode QR yang sama. Hal ini tidak hanya menyederhanakan proses transaksi, tetapi juga meningkatkan efisiensi dan kenyamanan, baik bagi pedagang maupun konsumen.

Penerapan QRIS membawa dampak signifikan bagi ekosistem keuangan digital di Indonesia. Bagi pedagang, khususnya UMKM, QRIS memberikan akses yang lebih luas ke pasar digital tanpa perlu menghadapi kerumitan teknis atau biaya tambahan. Teknologi ini juga mendorong pelaku usaha kecil untuk lebih percaya diri dalam mengadopsi sistem pembayaran digital, yang pada gilirannya memperluas inklusi keuangan di berbagai wilayah, termasuk daerah yang sebelumnya sulit dijangkau oleh layanan keuangan tradisional. Bagi konsumen, QRIS menawarkan fleksibilitas dan kemudahan, karena mereka tidak lagi perlu khawatir tentang kompatibilitas aplikasi pembayaran yang digunakan.

Selain meningkatkan kenyamanan, QRIS juga mempercepat transformasi menuju *cashless society* di Indonesia. Dengan semakin banyaknya pedagang yang mengadopsi QRIS, masyarakat didorong untuk mengurangi penggunaan uang tunai dalam transaksi sehari-hari. Hal ini tidak hanya berdampak pada efisiensi, tetapi juga membantu menciptakan ekosistem keuangan yang lebih aman dan transparan. Data transaksi yang tercatat secara digital melalui QRIS juga memberikan manfaat tambahan, seperti kemudahan dalam pelaporan keuangan dan analisis data untuk pengambilan keputusan bisnis. Dalam konteks yang lebih luas, penerapan QRIS memperkuat fondasi ekonomi digital Indonesia. Standarisasi ini mendorong sinergi antara berbagai pihak, termasuk pemerintah, bank, dan penyedia jasa keuangan, untuk menciptakan ekosistem pembayaran yang inklusif dan terintegrasi. Dengan

QRIS, Indonesia tidak hanya berhasil menyelesaikan tantangan teknis, tetapi juga menciptakan peluang baru untuk mempercepat digitalisasi ekonomi dan meningkatkan daya saing di era globalisasi.

Generasi Z (Gen Z), yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, merupakan generasi unik yang tumbuh besar di tengah pesatnya perkembangan teknologi digital. Sebagai *digital natives*, mereka sangat mahir menggunakan perangkat teknologi dan internet sejak usia dini. Teknologi bukan sekadar alat bagi mereka, melainkan telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari. Menurut Liputan6 (2024), karakteristik ini menjadikan Gen Z generasi yang paling adaptif terhadap inovasi digital, termasuk dalam hal metode pembayaran modern seperti *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*.

KumparanBisnis (2024) mencatat bahwa kepraktisan QRIS membuatnya sangat populer di kalangan Gen Z. Generasi ini terbiasa menggunakan dompet digital sebagai bagian dari gaya hidup mereka. QRIS menawarkan kemudahan untuk melakukan berbagai jenis transaksi, seperti pembayaran makanan, transportasi, dan belanja daring, hanya melalui ponsel tanpa perlu membawa uang tunai. Bagi Gen Z, efisiensi dan fleksibilitas yang ditawarkan QRIS sangat sejalan dengan kebutuhan mereka akan kecepatan dan kenyamanan. Selain itu, integrasi QRIS dengan platform *media sosial* semakin memperkuat adopsi metode pembayaran digital di kehidupan sehari-hari mereka. Dengan adanya fitur-fitur tambahan seperti pembayaran berbasis *scan* dan riwayat transaksi yang terintegrasi, QRIS tidak hanya sekadar alat transaksi, tetapi juga bagian dari pengalaman digital yang holistik.

Selain faktor kepraktisan, daya tarik QRIS bagi Gen Z juga didorong oleh pengaruh sosial dan insentif yang menarik. *Peer pressure* atau tekanan dari teman sebaya menjadi salah satu faktor yang mendorong adopsi QRIS di kalangan generasi ini. Penggunaan QRIS sering kali dianggap sebagai simbol modernitas dan efisiensi, yang mencerminkan gaya hidup dinamis. Berbagai promosi menarik, seperti *cashback* dan fitur *PayLater*, juga menjadi daya tarik utama. Penawaran ini tidak hanya mendorong penggunaan QRIS secara luas, tetapi juga menciptakan pengalaman konsumen yang lebih menyenangkan. Namun, di sisi lain, kemudahan dan insentif ini sering kali memicu perilaku konsumtif di kalangan pengguna muda. Menurut Mike Rini (2024), seorang perencana keuangan, promosi yang agresif dan aksesibilitas tinggi sering kali mendorong Gen Z untuk melakukan pembelanjaan impulsif. Generasi ini lebih cenderung menghabiskan uang untuk kebutuhan non-esensial dibandingkan generasi sebelumnya. Fenomena ini menjadi tantangan tersendiri, karena meskipun QRIS menawarkan kemudahan, penggunaannya yang tidak terkendali dapat berdampak negatif pada pengelolaan keuangan pribadi.

Selain tantangan perilaku konsumtif, penggunaan QRIS juga menghadapi risiko keamanan siber. Ancaman seperti pencurian data dan *malware* menjadi perhatian utama dalam ekosistem pembayaran digital. Meski demikian, QRIS tetap menjadi pilihan favorit Gen Z berkat fitur keamanannya, seperti penggunaan PIN dan perlindungan identitas pengguna. Sebagai generasi yang tumbuh dalam era digital, Gen Z memiliki kesadaran yang tinggi terhadap pentingnya keamanan data, sehingga fitur-fitur ini menjadi nilai tambah yang signifikan. QRIS tidak hanya menjadi alat transaksi, tetapi juga mencerminkan gaya hidup Gen Z yang

mengedepankan efisiensi dan modernitas. Dengan perkembangan teknologi dan digitalisasi yang terus berlanjut, QRIS diperkirakan akan tetap menjadi bagian penting dari pola konsumsi Gen Z. Generasi ini memprioritaskan kemudahan, kenyamanan, dan fleksibilitas, menjadikan QRIS sebagai solusi ideal dalam memenuhi kebutuhan mereka di era digital.

Penerapan QRIS di Indonesia mendapatkan respons yang sangat positif dari masyarakat, berdasarkan data dari Bank Indonesia (2023) yang dikutip dalam DataIndonesia (2023), hingga Desember 2022, terdapat lebih dari 28,75 juta pengguna *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* di seluruh Indonesia. Dari jumlah tersebut, 20,59 juta pengguna berada di Pulau Jawa, sementara 4,75 juta pengguna lainnya berada di Pulau Sumatera. Sebagai salah satu wilayah dengan populasi besar dan kegiatan ekonomi aktif, Sumatera menunjukkan pertumbuhan adopsi QRIS yang signifikan. Di pulau ini, Kota Padang menonjol sebagai salah satu daerah yang memainkan peran penting dalam mendorong penggunaan QRIS secara luas.

Pertumbuhan penggunaan QRIS di Sumatera Barat pada tahun 2024 menunjukkan tren yang sangat positif. Menurut data dari Bank Indonesia (BI) Perwakilan Sumatera Barat, terdapat penambahan 117.991 pengguna baru pada September 2024, sehingga total pengguna QRIS di wilayah ini mencapai 867.061. Angka tersebut mencerminkan peningkatan sebesar 28,23 persen dibandingkan periode yang sama pada tahun sebelumnya. Selain jumlah pengguna, pertumbuhan jumlah *merchant* QRIS juga menonjol, mencapai 531.382 *merchant*, atau meningkat 17,74 persen dalam kurun waktu yang sama (Antarasumbar, 2024).

Peningkatan akseptasi QRIS tidak hanya terlihat dari jumlah pengguna dan *merchant*, tetapi juga dari volume transaksi yang melonjak secara signifikan. Secara *year on year* (yoy), volume transaksi mengalami kenaikan hingga 294 persen, dengan total mencapai 20.568.651 kali transaksi. Dari segi nominal, pertumbuhan ini tercatat sebesar 257 persen, dengan nilai transaksi mencapai Rp2,7 triliun. Angka-angka ini menunjukkan bagaimana QRIS telah berhasil menjawab kebutuhan masyarakat akan sistem pembayaran yang cepat, efisien, dan aman.

Sebagian besar pengguna QRIS di Sumatera Barat berasal dari pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Data menunjukkan bahwa sekitar 97 persen pengguna QRIS di wilayah ini adalah pelaku UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa QRIS telah berhasil menjadi solusi praktis bagi sektor UMKM dalam menghadapi tantangan era digital (Antarasambar, 2024). Keunggulan seperti kecepatan transaksi, keamanan, dan efisiensi menjadi alasan utama mengapa UMKM semakin mengadopsi QRIS sebagai metode pembayaran utama. Dengan fasilitas ini, UMKM dapat menjangkau lebih banyak konsumen, meningkatkan efisiensi operasional, dan mengurangi risiko penggunaan uang tunai.

Bank Indonesia (BI) Perwakilan Sumatera Barat terus mendorong masyarakat untuk mengadopsi QRIS. Salah satu langkah strategis yang dilakukan adalah menetapkan target penambahan 147 ribu pengguna QRIS baru pada tahun 2024, dengan volume transaksi mencapai 12,3 juta kali. Target ini merupakan kelanjutan dari capaian tahun 2023, di mana Sumatera Barat mencatat peningkatan 308 ribu pengguna QRIS baru atau naik 100,04 persen dibandingkan tahun sebelumnya.

Pada tahun 2023, volume transaksi QRIS di wilayah Sumatera Barat mencapai lebih dari 8,2 juta kali.

Kota Padang menjadi salah satu wilayah strategis dalam pencapaian target tersebut. Dengan populasi besar dan pengguna aktif QRIS yang signifikan, kota ini memiliki potensi besar untuk terus memperluas adopsi QRIS. PosMetro Padang (2024) melaporkan bahwa masyarakat *Generation Z (Gen Z)* di Kota Padang diharapkan menjadi penyumbang utama dalam pertumbuhan pengguna QRIS. Hal ini disebabkan oleh karakteristik Gen Z yang lebih terbiasa dengan teknologi dan cenderung adaptif terhadap metode pembayaran digital seperti QRIS. Generasi ini, yang lahir di era digital, memanfaatkan teknologi sebagai bagian integral dari gaya hidup mereka, termasuk dalam hal transaksi keuangan.

Kepraktisan QRIS menjadi salah satu faktor yang paling menarik bagi Gen Z. Mereka dapat dengan mudah menggunakan QRIS untuk berbagai keperluan, seperti membayar makanan, transportasi, atau belanja daring, hanya dengan memindai kode QR melalui ponsel. Selain itu, berbagai promosi menarik seperti *cashback* dan fitur *PayLater* semakin mendorong adopsi QRIS di kalangan generasi muda. Dengan memanfaatkan fitur ini, Gen Z dapat menikmati pengalaman transaksi yang lebih modern, efisien, dan hemat waktu. Namun masih diperlukannya edukasi dan literasi digital yang lebih luas, terutama bagi masyarakat yang belum terbiasa menggunakan teknologi digital. Selain itu, risiko keamanan siber seperti pencurian data atau serangan *malware* menjadi perhatian penting. Bank Indonesia dan penyedia layanan pembayaran terus berupaya meningkatkan keamanan sistem QRIS untuk memastikan bahwa pengguna dapat bertransaksi dengan aman.

Peningkatan adopsi QRIS di Indonesia, khususnya di Sumatera Barat, mencerminkan transformasi besar dalam sistem pembayaran nasional. Dengan terus bertambahnya jumlah pengguna, *merchant*, dan volume transaksi, QRIS telah membuktikan diri sebagai solusi pembayaran digital yang inklusif dan efisien. Dukungan dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, pelaku UMKM, dan masyarakat umum, menjadi kunci keberhasilan dalam memperluas penggunaan QRIS. Dengan langkah-langkah strategis yang terus dilakukan, diharapkan QRIS dapat menjadi pilar utama dalam membangun ekosistem keuangan digital yang kuat dan berkelanjutan di Indonesia.

Gen Z, yang dikenal sebagai generasi yang lahir di era digital, memiliki pola konsumsi yang sangat mendukung penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*. Generasi ini tumbuh bersamaan dengan pesatnya perkembangan teknologi, menjadikan mereka sangat akrab dengan berbagai perangkat digital dan platform online. Kepraktisan QRIS dalam melakukan pembayaran, yang hanya membutuhkan pemindaian kode QR melalui ponsel, sangat sesuai dengan kebutuhan Gen Z yang mengutamakan efisiensi, kecepatan, dan kenyamanan dalam bertransaksi.

Di Kota Padang, Gen Z menjadi segmen demografis yang signifikan dalam mendorong adopsi teknologi pembayaran digital ini. Berdasarkan data dari *Badan Pusat Statistik (BPS)* Kota Padang tahun 2022, jumlah penduduk Gen Z di kota ini mencapai sekitar 230 ribu jiwa. Angka ini mencerminkan potensi besar dalam memperluas penggunaan QRIS di berbagai sektor, mengingat gaya hidup Gen Z yang cenderung adaptif terhadap teknologi baru. Generasi ini tidak hanya

menggunakan QRIS untuk kebutuhan transaksi sehari-hari seperti pembelian makanan atau transportasi, tetapi juga melihatnya sebagai bagian dari gaya hidup modern yang mencerminkan efisiensi dan inovasi.

Potensi besar dari Gen Z dalam mendorong adopsi QRIS di Kota Padang tidak hanya terbatas pada penduduk lokal, tetapi juga diperkuat oleh kehadiran wisatawan dan pendatang. Kota Padang, sebagai salah satu destinasi wisata utama di Sumatera Barat, menarik ribuan wisatawan setiap tahunnya. Kehadiran wisatawan ini mendorong pelaku usaha lokal, seperti restoran, toko suvenir, dan penyedia jasa transportasi, untuk mengadopsi QRIS sebagai metode pembayaran yang dapat memenuhi kebutuhan transaksi para wisatawan dengan cepat dan aman. Dengan demikian, ekosistem QRIS di Kota Padang terus berkembang, menciptakan sinergi antara penduduk lokal, pelaku usaha, dan wisatawan.

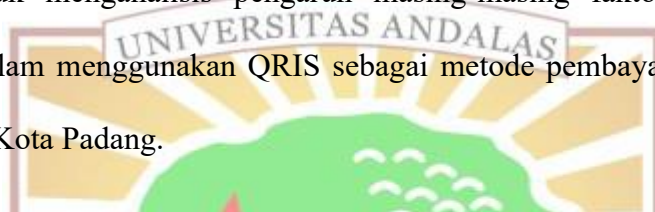
Sektor-sektor strategis seperti *usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM)*, transportasi, dan akomodasi menjadi prioritas utama dalam memperluas adopsi QRIS di Kota Padang. UMKM, yang merupakan tulang punggung ekonomi lokal, menyumbang sebagian besar aktivitas ekonomi di wilayah ini. Penggunaan QRIS oleh UMKM tidak hanya memberikan kemudahan bagi konsumen, tetapi juga membantu pelaku usaha meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan pasar mereka. Di sektor transportasi, pengemudi ojek online dan taksi kini semakin banyak yang menerima pembayaran melalui QRIS, memberikan fleksibilitas lebih bagi pelanggan. Sementara itu, dalam sektor akomodasi, hotel-hotel lokal dan penginapan kecil juga mulai memanfaatkan QRIS untuk memudahkan pembayaran para tamu.

Untuk mendukung perkembangan ini, Bank Indonesia (BI) Perwakilan Sumatera Barat bekerja sama dengan 26 bank umum dan 2 penyelenggara jasa non-bank terus memperluas cakupan QRIS. Salah satu inisiatif strategis yang dilakukan adalah mendorong adopsi QRIS di kedai-kedai kecil yang sebelumnya belum memanfaatkan layanan ini. Upaya ini melibatkan edukasi dan pelatihan kepada pelaku usaha kecil mengenai manfaat dan cara penggunaan QRIS. Dengan memberikan pemahaman yang lebih baik, pelaku usaha kecil dapat lebih percaya diri dalam mengadopsi teknologi ini sebagai bagian dari operasional bisnis mereka.

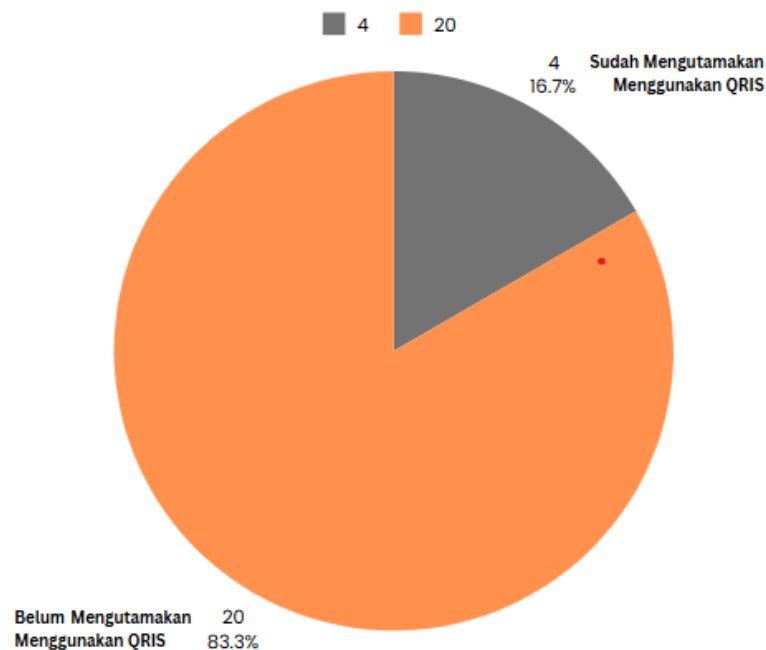
Selain itu, promosi aktif dari pihak perbankan dan penyelenggara jasa pembayaran digital turut berkontribusi dalam mendorong adopsi QRIS di Kota Padang. Promosi ini sering kali mencakup penawaran menarik seperti *cashback*, diskon, atau program loyalitas yang dirancang untuk menarik perhatian konsumen, khususnya Gen Z. Generasi ini, yang cenderung sensitif terhadap insentif finansial, menjadi sasaran utama dari strategi pemasaran tersebut.

Dengan langkah-langkah strategis yang melibatkan berbagai pihak, ekosistem QRIS di Kota Padang terus berkembang pesat. Gen Z memainkan peran penting dalam transformasi ini, baik sebagai pengguna utama maupun sebagai agen perubahan yang mendorong pelaku usaha untuk mengadopsi teknologi pembayaran digital. Dalam jangka panjang, peningkatan adopsi QRIS tidak hanya akan memperkuat inklusi keuangan di Kota Padang, tetapi juga mendorong pertumbuhan ekonomi yang lebih luas di wilayah ini. QRIS telah menjadi simbol inovasi dan modernitas, mencerminkan bagaimana teknologi dapat memberikan solusi praktis untuk kebutuhan masyarakat di era digital.

Teori *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)* yang dikemukakan oleh Venkatesh et al. (2003) menjelaskan bahwa terdapat empat faktor utama yang memengaruhi penerimaan dan penggunaan teknologi baru oleh pengguna, yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating condition*. Keempat faktor ini menjadi dasar untuk memahami tingkat penerimaan teknologi dalam suatu kelompok pengguna tertentu. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh masing-masing faktor terhadap niat berperilaku dalam menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran digital pada Generasi Z di Kota Padang.



Persentase Gen Z di Kota Padang Terhadap Penggunaan QRIS
(Pra-Survey Total 24 Responden Gen Z di Kota Padang)



Gambar 2 Presentase Gen Z di Kota Padang Terhadap Penggunaan QRIS

Sumber: Pra-Survey Peneliti terhadap Gen Z di Kota Padang (2024)

Untuk memahami persepsi awal Generasi Z di Kota Padang, peneliti melakukan pra survey terhadap 24 responden Gen Z di Kota Padang yang sudah pernah menggunakan QRIS, Sebanyak 20 dari 24 responden Gen Z di Kota Padang yang sudah pernah menggunakan QRIS sebagai metode *digital payment*, mereka tidak menjadikan QRIS sebagai metode pembayaran utama mereka, Selanjutnya peneliti melakukan penelitian pada 20 responden ini untuk mengetahui faktor-faktor apa yang menyebabkan mereka untuk niat berperilaku menggunakan QRIS sebagai *digital payment*.

Tabel 1 Pra-Survey Terhadap Variabel *Performance Expectancy*

NO	Item (Performance Expectancy)	%	Jml (setuju)	Total Responden
1	Saya merasa menggunakan QRIS bermanfaat untuk transaksi saya.	70,0%	14	20
2	Menggunakan QRIS akan mempercepat proses transaksi saya.	60,0%	12	20
3	Menggunakan QRIS dapat meningkatkan efisiensi transaksi saya.	70,0%	14	20
4	Saya percaya menggunakan QRIS akan meningkatkan kinerja saya dalam aktivitas sehari-hari.	65,0%	13	20

Sumber: Pra-Survey Peneliti Terhadap Gen Z di Kota Padang (2024)

Hasil pra-survei menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki pandangan positif terhadap penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran digital. Sebanyak 70,0% responden merasa bahwa menggunakan QRIS akan berguna dalam transaksi pembayaran mereka, sementara 60,0% percaya bahwa QRIS memungkinkan penyelesaian transaksi lebih cepat dibandingkan metode pembayaran lainnya. Selain itu, 70,0% responden menganggap QRIS dapat

meningkatkan efisiensi dalam bertransaksi. Secara keseluruhan, 65,0% responden menyatakan bahwa QRIS bermanfaat sebagai metode pembayaran mereka.

Tabel 2 Pra-Survey Terhadap Variabel *Effort Expectancy*

NO	Item (Effort Expectancy)	%	Jml (setuju)	Total Responden
1	Mudah bagi saya untuk memahami tahapan saat menggunakan QRIS.	60,0%	12	20
2	Mudah bagi saya untuk menguasai penggunaan QRIS.	80,0%	16	20
3	Mudah bagi Saya untuk menggunakan QRIS.	75,0%	15	20
4	Mudah bagi Saya untuk mempelajari penggunaan QRIS.	80,0%	16	20

Sumber: Pra-Survey Peneliti Terhadap Gen Z di Kota Padang (2024)

Dalam aspek kemudahan penggunaan, 60,0% responden menyatakan bahwa instruksi penggunaan QRIS jelas dan mudah dipahami. Sebanyak 80,0% responden merasa mudah untuk menguasai penggunaan QRIS, dan 75,0% responden setuju bahwa QRIS mudah digunakan sebagai metode pembayaran digital. Selain itu, 80,0% responden menyatakan bahwa belajar menggunakan QRIS sangat mudah bagi mereka.

Tabel 3 Pra-Survey Terhadap Variabel *Social Influence*

NO	Item (Social Influence)	%	Jml (setuju)	Total Responden
1	Orang-orang yang penting bagi saya berpikir bahwa saya sebaiknya menggunakan QRIS.	55,0%	11	20
2	Orang-orang yang memengaruhi perilaku saya berpikir bahwa saya sebaiknya menggunakan QRIS.	50,0%	10	20
3	Orang-orang yang pendapatnya saya hormati lebih setuju agar saya menggunakan QRIS.	50,0%	10	20

Sumber: Pra-Survey Peneliti Terhadap Gen Z di Kota Padang (2024)

Pada aspek pengaruh sosial, 55,0% responden menyatakan bahwa mereka merasa didorong untuk menggunakan QRIS karena orang-orang penting di sekitar mereka berpikir bahwa mereka seharusnya melakukannya. Sebanyak 50,0% responden mengaku bahwa orang-orang yang memengaruhi perilaku mereka menyarankan untuk menggunakan QRIS, dan 50,0% merasa lebih termotivasi untuk mencoba QRIS setelah mendengar pendapat dari orang yang pendapatnya mereka hormati.

Tabel 4 Pra-Survey Terhadap Variabel *Facilitating Condition*

NO	Item (<i>Facilitating Condition</i>)	%	Jml (setuju)	Total Responden
1	Saya memiliki perangkat (ponsel, akses internet) yang diperlukan untuk menggunakan QRIS.	60,0%	12	20
2	Saya memiliki pengetahuan untuk menggunakan QRIS.	70,0%	14	20
3	Saya merasa QRIS mirip dengan menggunakan teknologi berbasis scan QR code lainnya.	90,0%	18	20
4	Saat saya mengalami masalah dalam menggunakan QRIS, ada seseorang yang dapat membantu saya menyelesaikannya.	65,0%	13	20

Sumber: Pra-Survey Peneliti Terhadap Gen Z di Kota Padang (2024)

Dalam hal *facilitating condition*, 60,0% responden menyatakan bahwa mereka memiliki perangkat yang mendukung, seperti smartphone dengan akses internet, untuk menggunakan QRIS sebagai *digital payment*. Sebanyak 70,0% responden merasa memiliki pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk menggunakan QRIS, dan 90,0% menyebutkan bahwa pengalaman menggunakan QRIS mirip dengan layanan berbasis *scan QR code* lainnya. Selain itu, 65,0%

responden yakin bahwa mereka dapat memperoleh bantuan jika menghadapi masalah saat menggunakan QRIS.

Tabel 5 Pra-Survey Terhadap Variabel *Behavioral Intention*

NO	Item (<i>Behavioral Intention</i>)	%	Jml (setuju)	Total Responden
1	Saya berniat menggunakan QRIS di masa yang akan datang.	80,0%	16	20
2	Saya akan selalu mencoba menggunakan QRIS dalam keseharian saya.	55,0%	11	20
3	Saya berencana untuk terus menggunakan QRIS secara rutin.	85,0%	17	20

Sumber: Pra-Survey Peneliti Terhadap Gen Z di Kota Padang (2024)

Dalam aspek niat penggunaan, 80,0% responden menyatakan berniat menggunakan QRIS sebagai *digital payment* di masa mendatang. Sebanyak 85,0% responden berencana untuk menggunakan QRIS. Namun, hanya 55,0% responden yang menyatakan akan selalu mencoba menggunakan QRIS sebagai *digital payment* secara rutin.

Hasil pra-survei menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki pandangan positif terhadap penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran digital. Responden menganggap QRIS berguna, efisien, dan mudah digunakan dalam mendukung kebutuhan transaksi mereka. Pengalaman menggunakan QRIS juga dinilai serupa dengan layanan berbasis *scan QR code* lainnya, sehingga tidak memerlukan adaptasi yang sulit. Namun, terdapat tantangan berupa rendahnya pengaruh sosial dalam mendorong penggunaan QRIS, serta kekhawatiran terhadap ketersediaan bantuan teknis ketika menghadapi masalah.

Meskipun niat untuk menggunakan QRIS di masa mendatang cukup tinggi, komitmen untuk menggunakannya secara rutin masih perlu ditingkatkan. Untuk mengatasi kendala ini, diperlukan langkah-langkah strategis, seperti edukasi yang lebih intensif, penyediaan dukungan teknis yang mudah diakses, serta peningkatan kampanye yang melibatkan pengaruh sosial. Dengan demikian, diharapkan adopsi QRIS sebagai metode pembayaran digital dapat meningkat, khususnya di kalangan Gen Z di Kota Padang.

Judul penelitian ini diangkat karena relevansinya dengan perkembangan *financial technology (fintech)* sebagai salah satu penunjang utama perekonomian Indonesia. Dalam ekosistem *fintech*, *digital payment* memiliki peran yang sangat signifikan sebagai salah satu penyumbang terbesar dalam mendukung transaksi yang cepat, aman, dan efisien. QRIS, sebagai salah satu fasilitas yang disediakan oleh Bank Indonesia, hadir untuk memudahkan masyarakat dalam menjalankan pembayaran digital secara praktis dan terintegrasi.

Gen Z dipilih sebagai fokus penelitian karena generasi ini merupakan pengguna terbesar teknologi digital sekaligus menjadi kelompok yang dominan dalam memanfaatkan QRIS. Di Sumatera Barat, pertumbuhan pengguna QRIS menunjukkan tren yang positif, sejalan dengan target yang ditetapkan Bank Indonesia pusat kepada perwakilan Sumatera Barat untuk menambah penambahan 147 ribu pengguna QRIS baru di tahun 2024 dengan volume transaksi mencapai 12,3 juta. Gen Z di Kota Padang diharapkan dapat berkontribusi secara signifikan dalam pencapaian target ini melalui partisipasi aktif dalam mengadopsi pembayaran digital.

Namun, Berdasarkan hasil pra-survei peneliti dengan 24 responden Gen-Z di Kota Padang menunjukkan bahwa 83% Gen Z di Kota Padang belum menjadikan QRIS sebagai metode utama saat mereka bertransaksi, meskipun mereka memiliki pandangan yang positif terhadap penggunaannya. Hal ini mengindikasikan adanya potensi besar yang perlu dioptimalkan melalui edukasi dan kampanye yang lebih efektif. Penelitian ini bertujuan untuk memahami lebih mendalam faktor-faktor yang memengaruhi niat penggunaan QRIS pada Gen Z, sehingga dapat memberikan rekomendasi strategis untuk mendukung adopsi teknologi ini di kalangan generasi muda.

Penelitian ini bertujuan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi niat berperilaku Generasi Z di Kota Padang dalam menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran digital dalam kehidupan sehari-hari, dengan pendekatan model UTAUT. *Performance expectancy* dievaluasi untuk memahami sejauh mana QRIS dianggap mampu meningkatkan efisiensi dan produktivitas. *Effort expectancy*, yang mencerminkan persepsi kemudahan penggunaan teknologi, relevan karena Gen Z cenderung memilih teknologi yang intuitif. *Social influence* mengkaji peran pengaruh teman, keluarga, dan komunitas sosial dalam keputusan mereka mengadopsi QRIS. Selain itu, *facilitating condition*, seperti infrastruktur digital, dukungan layanan, dan aksesibilitas teknologi, dinilai untuk melihat kontribusinya dalam memfasilitasi penggunaan QRIS.

Melalui penelitian ini, diharapkan diperoleh gambaran menyeluruh tentang faktor-faktor yang memengaruhi adopsi QRIS di kalangan Gen Z, sekaligus memberikan kontribusi pada strategi implementasi dan pengembangannya. Latar

belakang ini mendorong penulis untuk melakukan penelitian dengan judul “*Analisis Faktor yang Memengaruhi Behavioral Intention dalam Menggunakan QRIS Sebagai Digital Payment (Studi pada Generasi Z di Kota Padang).*”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, dapat dirumuskan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *performance expectancy* terhadap *behavioral intention* dalam menggunakan QRIS sebagai *digital payment* pada Gen Z di Kota Padang?
2. Bagaimana pengaruh *effort expectancy* terhadap *behavioral intention* dalam menggunakan QRIS sebagai *digital payment* pada Gen Z di Kota Padang?
3. Bagaimana pengaruh *social influence* terhadap *behavioral intention* dalam menggunakan QRIS sebagai *digital payment* pada Gen Z di Kota Padang?
4. Bagaimana pengaruh *facilitating condition* terhadap *behavioral intention* dalam menggunakan QRIS sebagai *digital payment* pada Gen Z di Kota Padang?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pengaruh *performance expectancy* terhadap *behavioral intention* dalam menggunakan QRIS sebagai *digital payment* pada Gen Z di Kota Padang.

2. Mengetahui pengaruh *effort expectancy* terhadap *behavioral intention* dalam menggunakan QRIS sebagai *digital payment* pada Gen Z di Kota Padang.
3. Mengetahui pengaruh *social influence* terhadap *behavioral intention* dalam menggunakan QRIS sebagai *digital payment* pada Gen Z di Kota Padang.
4. Mengetahui pengaruh *facilitating condition* terhadap *behavioral intention* dalam menggunakan QRIS sebagai *digital payment* pada Gen Z di Kota Padang.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini mempunyai sejumlah kegunaan yang bisa difokuskan, antara lain:

- a. Manfaat Teoretis

Diharapkan studi ini dapat memperkaya wawasan literatur dalam bidang pembayaran digital, khususnya yang berkaitan dengan pengujian pengaruh *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating condition* terhadap *behavioral intention* dalam penggunaan QRIS sebagai *digital payment* pada Gen Z di Kota Padang. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi bagi peneliti lain untuk mengembangkan bidang keilmuan yang relevan.

- b. Manfaat Praktis

- a. Untuk masyarakat, diharapkan penelitian ini dapat mengenalkan serta memperdalam pemahaman mengenai pemanfaatan QRIS sebagai

metode pembayaran digital, sehingga dapat menyederhanakan transaksi sehari-hari.

- b. Untuk pelaku bisnis, hasil penelitian ini dapat dijadikan panduan dalam meningkatkan pengalaman pelanggan dengan teknologi pembayaran digital yang lebih efisien dan mudah digunakan.
- c. Bagi pemerintah, penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai acuan dalam menemukan solusi yang dapat mempercepat inklusi keuangan digital dan mendukung Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT).

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Fokus penelitian ini adalah untuk mengkaji bagaimana *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating condition* memengaruhi *behavioral intention* dalam menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran digital di kalangan Gen Z di Kota Padang. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman mendalam tentang faktor-faktor utama yang mendorong niat generasi muda dalam mengadopsi teknologi pembayaran digital, dengan menyoroti peran persepsi kemudahan, manfaat, pengaruh sosial, dan dukungan fasilitas.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I: PENDAHULUAN

Mencakup bagian yang membahas latar belakang, identifikasi masalah, tujuan dan manfaat penelitian, batasan ruang lingkup penelitian, serta langkah-langkah investigasi yang diikuti.

BAB II: TINJAUAN LITERATUR

Memuat teori-teori yang berhubungan dengan variabel penelitian, tinjauan penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, serta kerangka konseptual penelitian.

BAB III: METODE PENELITIAN

Menjelaskan rancangan penelitian, objek penelitian, populasi dan sampel, variabel yang dikaji, jenis dan sumber data, serta metode pengumpulan data.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berisi pengolahan data hasil penelitian, analisis yang dilakukan, serta pembahasan yang mendalam dalam kaitannya dengan penelitian

BAB V: PENUTUP

Bagian akhir penelitian ini memuat kesimpulan penelitian, keterbatasan peneliti, implikasi serta saran penulis untuk penelitian selanjutnya.

