

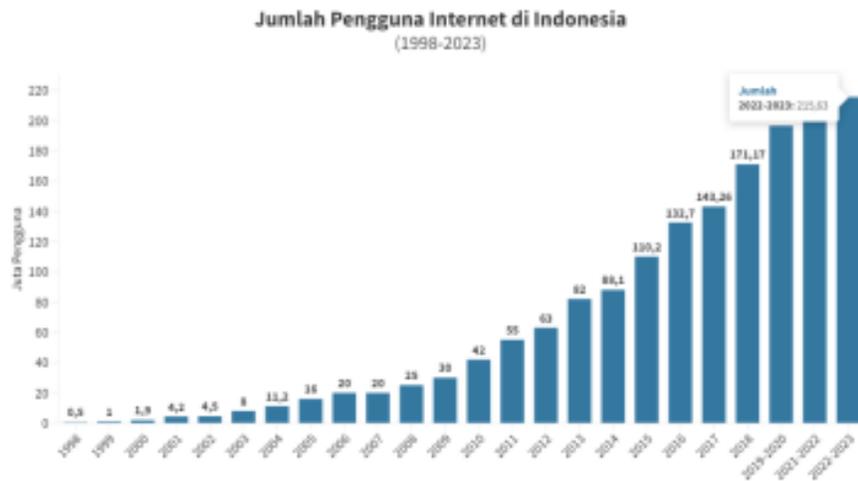
# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pada era digital yang saat ini dapat meliputi seluruh aspek kehidupan, kemampuan untuk menyelesaikan pekerjaan dengan lebih mudah dan cepat menjadi hal yang tak terhindarkan. Fenomena ini sangat dipengaruhi oleh ketergantungan manusia pada teknologi, khususnya *smartphone*. Berbagai kemudahan dan manfaat yang ditawarkan, penggunaan *smartphone* tidak lagi terbatas hanya pada fungsi komunikasi semata. Saat ini, *smartphone* bertransformasi menjadi perangkat multifungsi atau serbaguna yang mendukung manusia dalam berbagai aspek pekerjaannya.

Adanya teknologi digital, semua dapat dilakukan melalui platform internet seperti berkomunikasi, berbelanja, berdiskusi dan masih banyak lagi pekerjaan yang memanfaatkan fitur internet tersebut. Menurut data survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna internet di Indonesia mencapai 215,63 juta pengguna pada periode tahun 2022-2023. Jumlah tersebut meningkat 2,67% dibandingkan dengan periode tahun sebelumnya yaitu sebanyak 210,03 juta pengguna. Jumlah pengguna internet tersebut setara dengan 78,19% dari populasi Indonesia yang sebanyak 275,77 juta jiwa (Data Indonesia, 2023).



**Gambar 1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia**

Sumber : [www.dataindonesia.id](http://www.dataindonesia.id)

Sementara itu, menurut laporan riset Data Reportal jumlah pengguna internet dengan menggunakan perangkat seluler di Indonesia mencapai 353,8 juta yang menggunakan perangkat seluler (Data Reportal, 2023). Semakin meluasnya penggunaan internet melalui perangkat seluler, alat pembayaran nontunai berbasis server juga akan semakin banyak digunakan di masyarakat (Rahman, 2022). Sistem pembayaran non-tunai terus meningkat seiring dengan kemajuan teknologi di bidang beragam sistem pembayaran. Salah satu faktor pendorong utama adalah peran kebijakan moneter yang dimana mendorong penggunaan teknologi dalam aktivitas perbankan. Sejalan dengan perkembangan ekonomi dan teknologi informasi yang pesat, serta pertumbuhan sistem pembayaran non-tunai di berbagai wilayah yang berada di Indonesia. Pembayaran non tunai di Indonesia pada tahun 2019 adalah

sebanyak 155,22 triliun, yang dimana nilai dari transaksi sebesar 6,9 persen dari tahun sebelumnya yaitu pada tahun 2018 adalah sebesar 145,16 triliun.

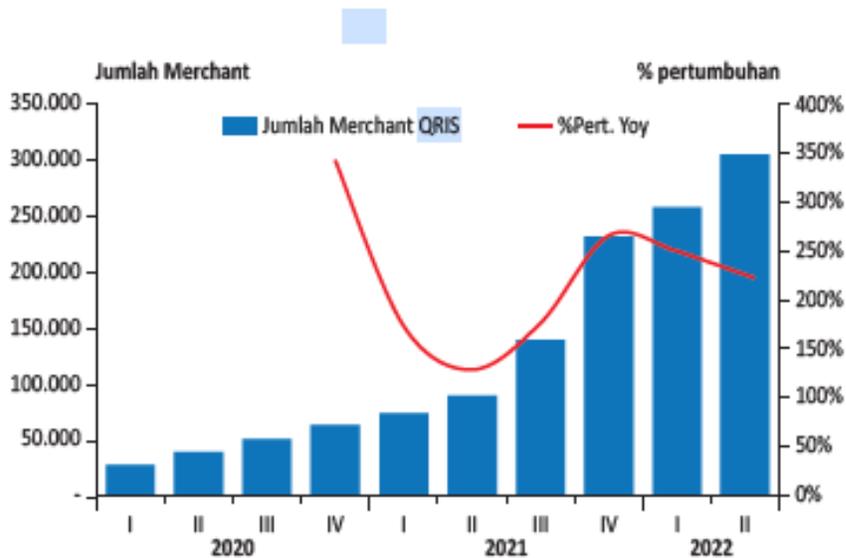
Bank Indonesia turut berperan dalam mengembangkan instrumen non-tunai di negara ini. Langkah ini bertujuan untuk menawarkan beragam jenis instrumen pembayaran yang dapat diakses secara luas oleh masyarakat, sesuai dengan amanat Undang-Undang No 23 Tahun 1999. Keberhasilan dalam memperluas jangkauan sistem pembayaran non-tunai sangat bergantung pada kesiapan pengguna, termasuk masyarakat, pelaku usaha, dan sektor perbankan, untuk menerima sistem pembayaran baru tersebut. Mengingat kemajuan teknologi di sektor keuangan, pemahaman dan pengetahuan tentang penggunaan teknologi menjadi sangat penting.

Beberapa aplikasi dompet digital yang terkenal di kalangan masyarakat meliputi OVO, GoPay, Dana, dan LinkAja. Keunggulan dari menggunakan dompet digital ini terletak pada kemudahan, kenyamanan, dan keamanannya. Proses pembayaran dilakukan melalui beberapa langkah sederhana, dan transaksi dianggap berhasil setelah tahapan tersebut selesai, sementara bukti transaksi secara otomatis tercatat dalam riwayat transaksi konsumen. Dalam pembayaran digital ini, penjual atau merchant hanya perlu menyediakan *Quick Response (QR) Code*, dan konsumen hanya perlu melakukan pemindaian atau pengunduhan kode QR untuk menyelesaikan transaksi.

Bank Indonesia telah mengeluarkan standar *QR Code* nasional yang dikenal sebagai *Quick Response (QR) Code Indonesia Standard (QRIS)* dengan tujuan untuk menyederhanakan transaksi keuangan digital. QRIS adalah standar *QR Code* yang

ditetapkan untuk pembayaran melalui aplikasi uang elektronik berbasis server, dompet elektronik, atau *mobile banking*. Standar ini secara resmi diaktifkan sejak 1 Januari 2020. Peresmian penggunaan QRIS sebagai sarana pembayaran dengan menggunakan uang elektronik menunjukkan dukungan dari pemerintah terhadap evolusi sistem pembayaran Indonesia di era digital saat ini. Peluncuran QRIS dianggap sebagai langkah penting menuju pembayaran berbasis QR yang wajib dari semua aplikasi pembayaran QR di Indonesia (Bank Indonesia, 2019)

Transaksi pembayaran secara digital sangat mendukung perkembangan perekonomian masyarakat di Sumatera Barat. Animo masyarakat untuk penggunaan pembayaran secara non tunai yang berupa Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) dan transaksi pembayaran non tunai menggunakan kartu menunjukkan perkembangan positif terutama dari nilai transaksi. Kepala Perwakilan Bank Indonesia Sumatera Barat, Wahyu Purnama A, mengungkapkan bahwa QRIS diperkenalkan pertama kali di Sumatera Barat pada Desember 2019. Implementasi transaksi pembayaran digital melalui QRIS tumbuh pesat, mendukung program 15 Juta Pengguna QRIS Baru di Indonesia. Berikut grafik Perkembangan Merchant QRIS di Sumatera Barat :

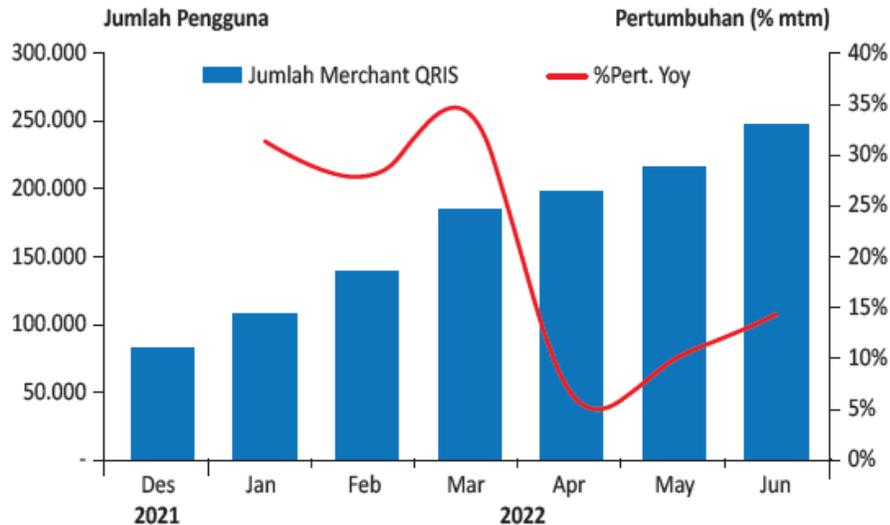


**Gambar 2 Perkembangan Merchant QRIS di Sumatera Barat**

Sumber : Bank Indonesia Perwakilan Sumatera Barat 2022

Jumlah *merchant* QRIS pada triwulan II 2022 meningkat pesat. Jumlah merchant QRIS di Sumatera Barat pada triwulan II 2022 sebanyak 291.313 merchant, atau tumbuh sebesar 226,94% (yoy). Meskipun tumbuh pesat, namun relatif melambat dibandingkan dengan triwulan I 2022 yang tumbuh mencapai sebesar 250,05% (yoy). Selanjutnya Pengguna QRIS pada triwulan II 2022 meningkat terbatas.

Berikut grafik Perkembangan Pengguna QRIS di Sumatera Barat:



**Gambar 3 Perkembangan Pengguna QRIS di Sumatera Barat**

Sumber : Bank Indonesia Perwakilan Sumatera Barat, 2022

Sejak direncanakannya program Penambahan 15 Juta Pengguna QRIS Baru di Indonesia, Jumlah pengguna QRIS di Sumatera Barat pada triwulan II 2022 sebanyak 249.655 pengguna, bertambah sebanyak 61.448 pengguna QRIS baru atau tumbuh sebesar 32,65% (qtq). Meskipun terbilang besar namun pertumbuhannya melambat dibandingkan Triwulan I 2022 yang sebesar 124,88% (qtq). Perkembangan tersebut didukung oleh masifnya kegiatan edukasi dan sosialisasi yang dilakukan Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Barat, serta penyelenggaraan berbagai kegiatan dalam Pre-Event FEKDI 2022 untuk mendorong penggunaan non tunai melalui kanal pembayaran berbasis QR atau QRIS, yang dilakukan secara kolektif antara Bank Indonesia, Penyedia Jasa Pembayaran (PJP) Bank dan Non-Bank di

Sumatera Barat.

Selain itu, fokus dari penelitian ini adalah coffee shop, yang dimana pada saat ini usaha kafe telah menyebar hampir di seluruh kota di Indonesia. Di Kota Padang sendiri pun, coffee shop mengalami perkembangan yang sangat pesat. Banyak coffee shop yang bermunculan di Kota Padang ini, mulai dari usaha sendiri, juga mendirikan dengan melakukan cara pembagian saham, serta melakukan pendirian dengan nama *franchise* yang sudah terkenal. Sehingga, persaingan coffee shop di Kota Padang memiliki persaingan yang cukup tinggi. Berdasarkan data dari Badan Pendapatan Daerah Kota Padang, bahwa usaha coffee shop berkembang sangat pesat dari tahun 2014 dan terus mengalami peningkatan hingga tahun 2021. Terdapat 179 coffee shop di Kota Padang pada tahun 2021. Berikut data perkembangan coffee shop di Kota Padang:

**Tabel 1 Perkembangan Usaha Coffee Shop di Kota Padang**

No	Tahun	Jumlah
1	2011	1
2	2012	2
3	2013	2
4	2014	10
5	2015	17
6	2016	19

No	Tahun	Jumlah
7	2017	78
8	2018	92
9	2019	144
10	2020	149
11	2021	179

Sumber: Arsip Badan Pendapatan Daerah Kota Padang tahun 2011-2021

Selain dengan jumlah yang banyak, terdapat beberapa coffee shop yang menggunakan nama usaha sendiri dan tidak sedikit yang menggunakan nama franchise yang sudah dikenal. Berikut beberapa Coffe Shop yang ada di Kota Padang saat ini :

**Tabel 2 Daftar nama Coffee Shop di Kota Padang**

No	Nama Coffe Shop	Alamat
1	Dua Pintu Coffee	Jln. Dr Moh Hatta No. 2
2	Kupi Batigo	Jln. Kyai Haji Ahmad Dahlan No. 19
3	Maison Merjer	Jln. Batang Naras No. 2b
4	Rimbun Espresso & Brew Bar	Jln. Kis Mangunsarkoro
5	Bacarito Kopi	Jln. Nipah No. 3c
6	Kopi Kita	Jln. Jati
7	Tara Kopi HQ	Jln. Terendam III
8	Kopi Kenangan	Jln. Simpang Tinju

No	Nama Coffe Shop	Alamat
9	Jiwaraga Kitchenette	Jln. Veteran
10	Foresthree Coffee	Jln. Belakang Olo
11	Fore Coffee	Jln. Pattimura, Kampung Jao
12	Sasana Kopi	Jln. Jendral Ahmad Yani
13	Kantumi Coffee	Jln. Ujung Gurun
14	Luminos Coffee & Resto	Jln. Lubuk Minturun
15	Toko Kopi Rasa	Jln. Haji Agus Salim
16	Hanghouse Cafe	Jln. Hang Tuah No. 207
17	Jiwani Coffee	Jln. Belakang Olo
18	Toko Kopi Kala	Jln. Hayam Wuruk
19	Kopi OZ	Jln. Ulak Karang
20	Kopinative	Jln. Jend. A. Yani No 35

Sumber : Hasil Observasi Lapangan 2024

Kebanyakan coffee shop saat ini sudah melakukan pengadopsian sistem pembayaran yang beragam dan yang paling tersedia adalah QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*). Di Kota Padang pada tahun 2020, tercatat sudah ada 30 ribu penjual yang menggunakan *QR Code*. Penggunaan QRIS di Kota Padang, didominasi pada usaha-usaha yang sudah sadar akan teknologi terutama pada coffee shop yang ada di Kota Padang. Penggunaan QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) semakin diterapkan secara luas di coffee shop dikarenakan kepraktisan dan

efisiensinya dalam proses pembayaran. QRIS memungkinkan konsumen untuk melakukan transaksi dengan mudah melalui pemindai kode QR yang terintegrasi dengan aplikasi pembayaran digital seperti GoPay, OVO, Dana, Link Aja, serta *Mbanking*. Penggunaan teknologi ini tidak hanya meningkatkan kecepatan transaksi, tetapi juga mengurangi ketergantungan pada uang tunai serta mengurangi risiko kontak fisik.

Menurut Kim, Mirusmonov, dan Lee (2010), menyatakan bahwa salah satu elemen yang memengaruhi adopsi pembayaran *mobile* menurut TAM (Model Penerimaan Teknologi) adalah atribut pengguna, termasuk inovasi dan pengetahuan tentang sistem pembayaran yang digunakan. Oleh karena itu, pemahaman tentang layanan QRIS menjadi pengetahuan yang penting bagi pengguna sebelum mereka menggunakan sistem pembayaran QRIS. Pengguna yang memiliki pengetahuan yang baik cenderung lebih aktif menggunakan layanan QRIS, sementara pengguna yang kurang memahami kemungkinan akan kurang termotivasi untuk melakukannya. Menurut penelitian Lisniawati (2021), pengetahuan memiliki dampak positif terhadap minat dalam menggunakan pembayaran digital QRIS.

TAM yang diperkenalkan oleh Davis dkk. (1989) merupakan perluasan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikembangkan oleh Ajzen dan Fishbein (1980). Teori ini menekankan dua konstruk utama, yaitu persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), yang dianggap sebagai faktor kunci dalam

penerimaan pengguna terhadap suatu sistem informasi. Baik persepsi manfaat maupun persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh pada minat perilaku (*behavior intention*). Minat menggunakan teknologi akan muncul ketika sistem tersebut dianggap bermanfaat dan mudah digunakan. Manfaat dan kemudahan yang ditawarkan oleh layanan QRIS dapat mempengaruhi peningkatan penggunaannya. Ketika sebuah produk dianggap bermanfaat dan mudah digunakan dalam kehidupan sehari-hari, kemungkinan besar produk tersebut akan diterima dan digunakan oleh masyarakat luas. Demikian pula dengan QRIS yang dianggap sangat berguna untuk keperluan transaksi perekonomian, sangat mungkin masyarakat akan tertarik untuk menggunakannya.

Berdasarkan teori TAM, minat penggunaan dipengaruhi oleh *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa seseorang akan berminat untuk menggunakan sebuah teknologi apabila ia meyakini bahwa teknologi tersebut dapat meningkatkan kinerjanya dan teknologi tersebut juga dapat digunakan dengan mudah. Variabel pertama yang memengaruhi minat penggunaan QRIS adalah *perceived usefulness*. *Perceived usefulness* menjelaskan sejauh mana individu yakin menggunakan suatu teknologi informasi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya (Davis, 1989). Variabel kedua yang mempengaruhi minat penggunaan QRIS adalah *perceived ease of use*. Apabila individu beranggapan dengan menggunakan suatu teknologi informasi tersebut berguna maka dia akan menggunakannya. *perceived ease of use*. *Perceived ease of use* mengarah pada keyakinan individu bahwa penggunaan sistem tersebut tidak banyak memerlukan usaha

karena salah satu faktor yang menyebabkan pengguna menerima atau menolak sistem adalah keterkaitan dengan penggunaan sistem (Davis, 1989).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Palupi (2021), Mahyuni & Setiawan (2021), Nasution (2022) Fadillah et al (2022), Pontoh et al (2022), yang menyatakan bahwa *Perceived ease of use* berpengaruh terhadap minat penggunaan QRIS. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Saputri (2020), Laloan et al (2023) *perceived ease of use* berpengaruh tidak signifikan terhadap minat penggunaan QRIS. Sebaliknya apabila individu beranggapan dengan menggunakan suatu teknologi informasi tersebut kurang berguna maka dia tidak akan menggunakannya. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ningsih et al (2021), Rangkuti (2021), Laloan et al (2023) yang menyatakan bahwa *Perceived ease of use* berpengaruh terhadap minat penggunaan QRIS. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Silaen et al (2021) persepsi manfaat secara negatif dan tidak signifikan memengaruhi minat merchant untuk menggunakan aplikasi QRIS.

Selanjutnya, dengan adanya kemudahan dan manfaat dalam minat menggunakan QRIS ini, terdapat risiko-risiko yang bermunculan terhadap penggunaannya. Persepsi risiko adalah ketidakpastian yang dirasakan konsumen ketika mereka tidak dapat memprediksi kemungkinan konsekuensi dari keputusan pembelian mereka (Setyo Iriani & Lestari Andjarwati, 2020). Risiko ini merupakan bentuk ketidakpastian yang dapat menyebabkan kerugian bagi pengguna. Studi oleh Bregasthian & Herdinata (2021) menunjukkan bahwa persepsi risiko memiliki dampak positif terhadap niat

penggunaan. Namun, penelitian lainnya (A. Ashghar & Nurlatifah, 2020) menunjukkan bahwa persepsi risiko justru memiliki dampak negatif terhadap niat penggunaan.

Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih dalam lagi untuk mengetahui **Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use* dan *Risk Perception* terhadap Minat Menggunakan QRIS pada Konsumen Coffee Shop di Kota Padang.**

### 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap minat menggunakan QRIS pada konsumen Coffee Shop di Kota Padang?
2. Bagaimana pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap minat menggunakan QRIS pada konsumen Coffee Shop di Kota Padang?
3. Bagaimana pengaruh *Risk Perception* terhadap minat menggunakan QRIS pada konsumen Coffee Shop di Kota Padang?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disampaikan, maka tujuan dari penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap minat menggunakan QRIS pada konsumen Coffee Shop di Kota Padang.

2. Untuk mengetahui pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap minat menggunakan QRIS pada konsumen Coffee Shop di Kota Padang.
3. Untuk Mengetahui Pengaruh *Risk Perception* terhadap minat menggunakan QRIS pada konsumen Coffee Shop di Kota Padang.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh selama kegiatan penulisan ini adalah sebagai berikut :

1. Secara teoritis

Penelitian ini memberikan pengetahuan kepada pembaca mengenai faktor apa saja yang menjadi pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan *Risk Perception* terhadap minat menggunakan QRIS pada konsumen Coffee Shop di Kota Padang.

2. Secara praktis

- a. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pengkajian maupun evaluasi terkait dengan pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan *Risk Perception* terhadap minat menggunakan QRIS pada konsumen Coffee Shop di Kota Padang.

- b. Bagi Akademis

Manfaat akademis dalam penelitian ini adalah sebagai media referensi bagi peneliti selanjutnya yang nantinya menggunakan konsep dan dasar penelitian yang sama. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberi

pengetahuan dan wawasan bagi dunia pendidikan dengan memberikan informasi dan menambah pengetahuan para pembacanya yaitu mengenai pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan *Risk Perception* terhadap minat menggunakan QRIS pada konsumen Coffee Shop di Kota Padang.

c. Bagi Responden

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan untuk meningkatkan pengetahuan dan sikap serta memberikan informasi pada responden mengenai pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan *Risk Perception* terhadap minat menggunakan QRIS pada konsumen Coffee Shop di Kota Padang.

### **1.5 Ruang Lingkup Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah yang telah penulis kemukakan, maka pada penelitian ini penulis membatasi ruang lingkup penelitian berdasarkan rumusan masalah penelitian yang ditemukan untuk menghindari kerancuan pembahasan dan perluasan pembahasan yang dilakukan. Penelitian ini terfokus pada konsumen yang menggunakan QRIS pada Coffee Shop di Kota Padang. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari berpengaruhnya *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan *Risk Perception* sebagai variabel bebas terhadap minat menggunakan QRIS pada konsumen Coffee Shop di Kota Padang. Tujuan dari

pembatasan ini adalah agar penelitian yang peneliti lakukan lebih fokus dan lebih terarah.

## **1.6 Sistematika Penelitian**

Penelitian ini disusun berdasarkan sistematika penulisan yang terbagi atas :

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam bab ini membahas secara umum tentang pendahuluan yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup dan sistematika penulisan.

### **BAB II : TINJAUAN LITERATUR**

Bab ini berisi mengenai teori-teori yang mendasari penelitian, yaitu mengenai *Perceived Usefulness*, *Perceived ease of Use*, dan *Risk Perception*. Selain itu membahas beberapa penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis serta model kerangka konseptual yang mendasari penelitian ini.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini membahas tentang metodologi penelitian yang berisikan tentang metode-metode yang digunakan dalam penelitian, desain penelitian, operassional variabel, populasi, teknik pengambilan sampel, teknik pengumpulan data, teknik analisis data dan pengujian hipotesis.

#### **BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Bab ini membahas hasil penyebaran kuesioner penelitian, analisis deskriptif penelitian, dan analisis data yang berguna untuk membuktikan hipotesis.

#### **BAB V : PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan penelitian yang telah dilakukan, implikasi, keterbatasan penelitian dan saran yang berguna untuk penelitian berikutnya.

