

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Mata uang adalah alat transaksi yang efisien untuk membeli barang dan jasa. Kemajuan teknologi dalam sistem pembayaran telah mengubah fungsi uang tunai menjadi non tunai. Hal ini menunjukkan keinginan kuat masyarakat penggunaan uang elektronik. Mata uang digital memiliki kemampuan untuk menggantikan uang tunai sebagai alat pembayaran, dan pemerintah mendukung perubahan dalam sistem pembayaran elektronik.

Kemajuan sistem pembayaran berbasis teknologi telah banyak mengubah desain sistem pembayaran tradisional yang mengandalkan mata uang fisik sebagai alat pembayaran. Walaupun mata uang fisik sedang banyak digunakan sebagai alat pembayaran di Indonesia, akan tetapi dengan pesatnya kemajuan teknologi sistem pembayaran, teknik pembayaran tunai secara perlahan-lahan berganti menjadi pembayaran tanpa uang tunai. Bank Indonesia telah mempublikasikan prosedur *Quick Response Code Indonesia Standard* (QRIS). QRIS menawarkan pilihan metode pembayaran *cashless* yang lebih efektif. QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) adalah kode dua dimensi. Dikeluarkan oleh Bank Indonesia dan terstandarisasi sehingga bisa digunakan di seluruh aplikasi pembayaran berbasis QR code seperti OVO, GoPay, Dana, ShopeePay, dan *m-banking* (Dwiyaningsih & Anggri, 2022).

Berikut ini adalah grafik pengguna QRIS:



Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna QRIS

Sumber: katadata (2023)

QRIS adalah kode QR untuk transaksi melalui implementasi *e-money*, *e-wallet*, *mobile banking* berbasis server. Menurut data Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI), pada Desember 2022 QRIS sudah dimanfaatkan oleh sekitar 28,76 juta pengguna (*user*). Jumlahnya meningkat 4,6% dibanding November 2022 (*month-on-month/mom*), serta tumbuh 92,5% dibanding awal tahun lalu (*year-to-date/ytd*). Pertumbuhan tersebut juga diiringi dengan semakin banyaknya merchant QRIS. ASPI mencatat, pada Desember 2022 ada sekitar 23,97 juta pedagang yang melayani transaksi via QRIS, meningkat sekitar 5% secara bulanan (*mom*), serta tumbuh 58,2% dibanding posisi awal tahun (*ytd*). Volume dan nilai transaksi QRIS di setiap *merchant*

secara rata-rata masih cenderung rendah. Menurut ASPI, hal tersebut dipengaruhi oleh banyaknya merchant yang kurang aktif atau tidak menjadikan QRIS sebagai pilihan utama dalam melakukan transaksi (Silalahi, 2022).

Persepsi kemudahan sangat menentukan diterima atau tidaknya suatu teknologi. Dalam penelitian Sitinjak, (2019) mengemukakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan terdiri dari tiga indikator yaitu: mudah untuk dipelajari, mudah untuk didapatkan dan mudah untuk dioperasikan. Kemudahan yang dirasakan oleh pengguna akan menentukan penerimaan terhadap suatu teknologi. Menurut Robaniyah & Kurnianingsih, (2021) mengemukakan bahwa terdapat empat item dimensi dari persepsi manfaat yaitu produktivitas (*productivity*), kinerja pekerjaan atau efektivitas (*job performance or effectiveness*), pentingnya bagi tugas (*importance to job*), kebermanfaatan secara keseluruhan (*overall usefulness*).

Kemudahan penggunaan yang dirasakan adalah salah satu penentu mendasar penerimaan teknologi. Kemudahan penggunaan adalah keyakinan seseorang bahwa menggunakan suatu teknologi mudah digunakan dan dipahami. Kemudahan penggunaan QRIS menjadi salah satu faktor yang harus menjadi fokus bisnis karena memungkinkan pengguna untuk tetap menggunakan QRIS. Setiap kali masuk ke aplikasi, pengguna diminta memasukkan PIN untuk memverifikasi bahwa tidak ada orang lain yang menyalahgunakan aplikasi tersebut.

Selain kemudahan penggunaan, manfaat yang ditawarkan oleh QRIS juga berperan penting dalam minat menggunakan QRIS. QRIS dapat dirasakan manfaatnya oleh pengguna, maka pengguna akan terus menggunakan QRIS. Menurut Rahmawati dkk., (2020), manfaat yang dirasakan adalah tingkat kepercayaan yang dimiliki pengguna terhadap teknologi atau sistem dompet tertentu yang meningkatkan kinerjanya dalam bekerja.

Faktor kepercayaan juga sangat menentukan dan menjadi pertimbangan dalam menggunakan suatu teknologi. Kepercayaan adalah keinginan salah satu pihak untuk menerima perlakuan dari pihak lain, baik pihak tersebut memiliki kemampuan untuk memantau atau mengendalikan pihak lain maupun tidak, dan mengharapkan pihak lain tersebut mengambil tindakan yang signifikan untuk memenuhi harapan tersebut. Kepercayaan adalah produk pertukaran antara dua aktor, lebih fokus pada biaya dan keuntungan dari tindakan tertentu yang diatur dalam kontrak. Dengan kata lain, kepercayaan adalah perasaan, atau harapan terhadap pihak lain, keahlian, keandalan, dan perhatian pihak lain, atau persepsi kepercayaan terhadap keandalan dan integritas mitra pertukaran (Agustino dkk., 2021).

Semakin tinggi kepercayaan konsumen maka semakin tinggi pula keputusan penggunaan QRIS tersebut. Kepercayaan ini menjadi tanggung jawab operator QRIS, yaitu dengan memberikan jaminan keamanan dan kerahasiaan transaksi, pengguna dapat memercayainya.

Alasan memilih Mirota Kampus Godean sebagai objek penelitian, karena Mirota Kampus telah mengadopsi QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) sebagai

metode pembayaran. Sebagai salah satu toko paling legendaris di Yogyakarta. Mirota Kampus menjadi tempat belanja pilihan bagi warga Yogyakarta. Hal ini dibuktikan dengan diraihnya Jogja Best Brand Index (JBBI) 2019 sebagai retail terbaik di Jogja, maka dari itu banyak konsumen yang memilih berbelanja di Mirota Kampus. Dan keragaman responden dari konsumen Mirota Kampus dapat meningkatkan validitas hasil penelitian, serta adanya pertumbuhan yang sangat pesat dalam hal teknologi pembayaran, maka peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian pada salah satu cabang Mirota Kampus yang berada di jalan Godean Km. 2,8 Kasihan, sehingga dapat diketahui bagaimana penggunaan QRIS di toko retail modern seperti Mirota Kampus Godean.

Penelitian ini merupakan replikasi murni dari Yudiantara & Widagda, (2022) penelitian sebelumnya yaitu penelitian yang diikuti oleh 112 responden objek yang digunakan yaitu LinkAja, sedangkan subjek dalam penelitian sebelumnya adalah pengguna aplikasi LinkAja di Kota Denpasar. Persamaan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yudiantara & Widagda, (2022) dengan penelitian yang akan dilakukan adalah terletak pada variabel dan model penelitian. Adapun perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada objek penelitian, subjek penelitian, dan jumlah responden, dimana dalam penelitian ini objek dan subjek yang digunakan adalah pengguna QRIS di Mirota Kampus Godean dengan jumlah responden sebanyak 174 responden.

Berdasarkan uraian di atas, penting untuk mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi kepercayaan konsumen dalam memanfaatkan QRIS sebagai alat

pembayaran. Oleh karena itu, penulis bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan terhadap Keputusan Penggunaan “QRIS” dengan Kepercayaan sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Konsumen Mirota Kampus Godean)”

B. Rumusan Masalah Penelitian

Dari latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap keputusan penggunaan?
2. Apakah persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan?
3. Apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap kepercayaan?
4. Apakah persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap kepercayaan?
5. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan?
6. Apakah kepercayaan berperan dalam memediasi pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan?
7. Apakah kepercayaan memiliki peran dalam memediasi pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap keputusan penggunaan?

C. Tujuan Penelitian

Dari uraian latar belakang dan hasil perumusan masalah yang didapatkan, maka disusun beberapa tujuan penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis dan menjelaskan persepsi manfaat berpengaruh terhadap keputusan penggunaan

2. Untuk menganalisis dan menjelaskan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan
3. Untuk menganalisis dan menjelaskan persepsi manfaat berpengaruh terhadap kepercayaan
4. Untuk menganalisis dan menjelaskan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap kepercayaan
5. Untuk menganalisis dan menjelaskan kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan
6. Untuk menganalisis dan menjelaskan kepercayaan berperan dalam memediasi pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan
7. Untuk menganalisis dan menjelaskan kepercayaan memiliki peran dalam memediasi pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap keputusan penggunaan

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Praktis

a. Bagi Perbankan (BI)

Studi ini dapat digunakan sebagai alat untuk meningkatkan kepuasan konsumen dengan layanan sistem pembayaran elektronik.

b. Bagi *Fintech*

Bisnis yang membuat pembayaran elektronik dapat menggunakan penelitian ini untuk mengembangkan aplikasi uang elektronik yang lebih baik agar konsumen lebih puas.

c. Bagi Perusahaan

Dapat meningkatkan penjualan dengan menerima pembayaran dari berbagai aplikasi pembayaran. Hal ini dapat menarik konsumen yang menggunakan aplikasi pembayaran tersebut.

2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman dan tambahan informasi kepada para konsumen, terutama pada konsumen Mirota Kampus. Selain itu penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan referensi dan memberikan kontribusi pada penelitian mendatang.