

Analisis Minat Penggunaan Qris Pada Generasi Milenial Menggunakan Pendekatan Tam Di Jawa Timur

Dita Riyanto Putro¹, Eko siswanto², Bella Amiria Rahmahima³, Mochammad Danara Indra Pradigta⁴

1 Universitas Kediri

Email : ditariyanto@unik-kediri.ac.id

2 Universitas Kediri

Email : eko@unik-kediri.ac.id

3 Universitas Kediri

Email : TS.bella@unik-kediri.ac.id

4 Universitas Kediri

Email : danara@unik-kadiri.ac.id

Abstract

This study aims to analyze -- (Qris) with the Technology Acceptance Model (TAM) approach which is expanded by adding subjective norms and perceptions of security as exogenous variables. Subjective norms are hypothesized to influence intention to use, either directly or indirectly through endogenous variables in TAM. Meanwhile, the perceived security variable is hypothesized to have a direct effect. Overall the proposed hypothesis forms a research framework in the structural equation model (SEM). Empirical data was obtained through an online survey of 233 respondents who answered 23 complete questionnaire questions. The selection of respondents was determined using a purposive-non-probability sampling approach from active users of the Quick Response Indonesia Standard (Qris) at various banks in East Java whose population size is unknown.

The software used to inform that all the indicators used meet the validity and reliability criteria, the research model meets the suitability criteria. The five TAM variables and their extensions have a positive and acceptable effect on intention to use. The biggest influence of the antecedent variables on the intention to use successively is subjective norm, perceived usefulness, attitude, perceived ease of use, and the smallest is perceived security.

Keywords: *Technology Acceptance Model, Digital Finance, Usage Intentions and QRIS*

A. Latar Belakang Teoritis

Seiring dengan perkembangan dan kemajuan teknologi, sistem pembayaran di Indonesia telah berubah. Diawali transaksi dengan menggunakan tunai maupun kartu kredit, kini sistem pembayaran berubah menjadi sistem pembayaran digital menggunakan smartphone, yang kemudahan dan manfaatnya dapat dirasakan secara langsung oleh masyarakat, tidak terkecuali masyarakat di Jawa Timur khususnya (Analytica, 2021). Menurut Asosiasi Pengguna Jasa Internet Indonesia (APJII) pengguna internet di Indonesia didominasi oleh Pulau Jawa, dengan pengguna per provinsi secara berurutan oleh DKI Jakarta, Banten, Jawa Tengah, Jawa Barat, dan Jawa Timur. Sementara itu, berdasarkan ibukota provinsi secara berurutan ialah Serang, Jakarta, Surabaya, Bandung, serta Semarang dan Yogyakarta (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2022). Di sisi lain, financial technology sudah merambah di kalangan

masyarakat Indonesia, dengan ditemukannya banyak pelanggan yang beralih dari transaksi tunai maupun kartu kredit ke transaksi digital.

Penggunaan internet di Indonesia didominasi oleh Pulau Jawa, dengan pengguna per provinsi secara berurutan oleh DKI Jakarta, Banten, Jawa Tengah, Jawa Barat, dan Jawa Timur. Sementara itu, berdasarkan ibukota provinsi secara berurutan ialah Serang, Jakarta, Surabaya, Bandung, serta Semarang dan Yogyakarta (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2022). Di sisi lain, financial technology sudah merambah di kalangan masyarakat Indonesia, dengan ditemukannya banyak pelanggan yang beralih dari transaksi tunai maupun kartu kredit ke transaksi digital (Pazarbasioglu et al., 2020). Salah satu penerapannya dilakukan oleh sejumlah pusat perbelanjaan serta tempat-tempat berkumpulnya generasi milenial di kota-kota besar di wilayah Jawa Timur. Penggunaan sistem cashless ini

dapat menjadi evaluasi terhadap sistem cash-less di Jawa Timur.

Berdasarkan survey yang dilakukan oleh Bank Indonesia, alasan masyarakat dalam memilih Quick Response Indonesia Standart (QRIS) sebagai sistem pembayaran karena faktor kenyamanan yaitu berupa kepraktisan dan kemudahan penggunaan, promo, serta keamanan yang mencakup rekaman catatan transaksi (Banyak, 2019). Quick Response Indonesia Standart (QRIS) adalah penyatuan berbagai macam QR dari berbagai Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) menggunakan QR Code. QRIS dikembangkan oleh industri sistem pembayaran bersama dengan Bank Indonesia agar proses transaksi dengan QR Code dapat lebih mudah, cepat, dan terjaga keamanannya. Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran yang akan menggunakan QR Code Pembayaran wajib menerapkan QRIS.

Saat ini, dengan Quick Response Indonesia Standart (QRIS), seluruh aplikasi pembayaran dari penyelenggara manapun baik bank dan nonbank yang digunakan masyarakat, dapat digunakan di seluruh toko, pedagang, warung, parkir, tiket wisata, donasi (merchant) berlogo QRIS, meskipun penyedia QRIS di merchant berbeda dengan penyedia aplikasi yang digunakan oleh masyarakat. Merchant hanya perlu membuka rekening atau akun pada salah satu penyelenggara QRIS yang sudah berizin dari Bank Indonesia. Selanjutnya, merchant sudah dapat menerima pembayaran dari masyarakat yang menggunakan QR dari aplikasi manapun penyelenggaranya.

Penggunaan aktual pembayaran digital Quick Response Indonesia Standart (QRIS) berada pada persaingan bawah dibandingkan kompetitornya yang secara berurutan yaitu ShopeePay, OVO, GO-PAY, dan DANA, berdasarkan survei yang dilakukan Ipsos (2020), salah satunya dipicu oleh rendahnya minat penggunaan. Peringkat tersebut disusun berdasarkan persepsi merek yang dinilai dari kemudahan, penawaran promo, dan pertumbuhannya. Selain itu, berdasarkan real time atau durasi jeda waktu antara pengisian saldo, kemudahan penggunaan atau user friendly, serta frekuensi penggunaan. Hal ini didukung dengan keluhan pengguna terhadap pembayaran digital QRIS yang mem-

iliki keterkaitan dengan indikasi rendahnya minat penggunaan pembayaran digital QRIS beserta antesedennya.

Keadaan tersebut sangat mungkin disebabkan oleh rendahnya norma subjektif pada pengguna yang apabila dibiarkan akan mempengaruhi munculnya sikap negatif, dan rendahnya persepsi keamanan pada pengguna. Dari penjelasan tersebut, penelitian ini akan menunjukkan bagaimana jika perluasan Technology Acceptance Model (TAM) yang terintegrasi dengan *Theory of Reasoned Action* (TRA) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB) sebagaimana yang dilakukan pada penelitian terdahulu milik (Moon, 2021), digunakan dalam menganalisa minat penggunaan suatu pembayaran digital.

Di sisi lain, studi mengenai Technology Acceptance Model (TAM) masih belum selesai. Masih banyak penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa *Intention to Use* sebagai variabel utama masih mengalami perkembangan pemikiran yang berasal dari faktor-faktor yang mempengaruhinya. Diperoleh celah penelitian berupa kontroversi mengenai beberapa faktor yang ternyata tidak berpengaruh terhadap *Intention to Use*, seperti *Perceived Usefulness* (Leong et al., 2022), *Attitude* (Nazah et al., 2022), dan *Perceived Security* (Pazarbasioglu et al., 2020).

Melihat fenomena bisnis dan celah penelitian yang terjadi, maka perlu dilakukan penelitian lebih lanjut dan mendalam terhadap minat penggunaan keuangan digital QRIS untuk menambah wawasan, yang juga sejalan dengan tujuan penelitian ini yaitu untuk mengukur pengaruh dari determinan yang berkaitan dengan minat penggunaan keuangan digital QRIS melalui variabel-variabel yang dianalisis, yaitu Subjective Norms secara langsung dan tidak langsung, *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, *Attitude*, dan *Perceived Security*.

Penelitian ini menunjukkan penjelasan terhadap kerangka pemikiran perluasan TAM terintegrasi yang diadopsi dari (de Luna et al., 2019) terhadap penerimaan serta minat penggunaan pembayaran digital QRIS pada pengguna, sehingga dilakukan pengujian ulang secara empirik antara pengaruh variabel-variabel tersebut terhadap *intention to use*, serta bagaimana peran variabel-variabel mediasi yaitu *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, dan *Attitude* dalam mem-

perkuat pengaruh Subjective Norms terhadap Intention to Use secara tidak langsung.

Pembayaran Digital

Pembayaran digital adalah model pembayaran yang memudahkan dan memberikan rasa kenyamanan kepada pengguna yang akan melakukan seluruh jenis pembayaran. Namun pengguna hanya memerlukan internet atau jaringan agar transaksi tersebut bisa berjalan dengan lancar sehingga tidak memerlukan adanya sebuah pertemuan (Fadhilah et al., 2021).

(Sari et al., 2020) Pembayaran digital memiliki karakteristik *Applicability*, *Easy to use*, *Security*, *Reliability*, dan *Trust*. Adanya suatu perkembangan teknologi informasi, multimedia membawa perkembangan kemajuan dari sisi kehidupan manusia. Sehingga selain memberikan aspek yang positif dalam kehidupan manusia adanya aspek negatif yang akan berdampak ketika mengetahui adanya kesalahan dalam pengguna dan pelanggaran ketika menggunakan transaksi pembayaran digital. Indonesia memiliki undang undang Nomor 11 tahun 2008 mengenai informasi dan transaksi elektronik telah terdaftar dan memiliki hukum yang resmi. Namun adanya peraturan hukum pembayaran digital akan tunduk pada, peraturan Bank Indonesia nomor 11/12/PBI/2009 mengenai tata cara teknologi emoney. Pengguna akan melakukan transaksi pembayaran digital, maka adanya UU tersebut akan menegaskan dan memberikan kenyamanan dalam pengguna sistem pembayaran digital (Yasin et al., 2021).

Quick Response Indoensia Standart (QRIS)

Quick Response Indonesia Standart (QRIS) merupakan standar QR Code untuk pembayaran digital melalui aplikasi uang elektronik server based, dompet elektronik, atau mobile banking. Setiap penyedia Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) berbasis

QR (termasuk PJSP asing) wajib menggunakan QRIS. Ini diatur BI dalam PADG No.21/18/2019 tentang Implementasi Standar Internasional QRIS untuk Pembayaran (Nastiti et al., 2021).

QRIS disusun oleh Bank Indonesia dan ASPI (Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia), yang menggunakan standar internasional EMV Co., yakni lembaga yang menyusun standar internasional QR Code untuk sistem pembayaran. Jadi, tujuan adanya QRIS agar pembayaran digital menjadi lebih mudah bagi masyarakat dan dapat diawasi oleh regulator melalui satu pintu. Karena telah berstandar, QRIS dapat digunakan lintas platform (Karniawati et al., 2021).

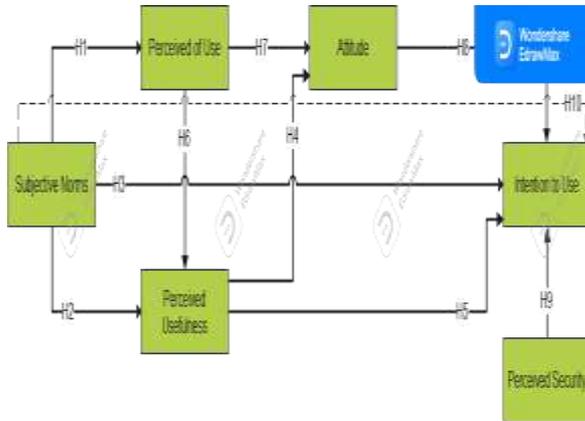
Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan salah satu model yang dibangun untuk menganalisis dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya penggunaan teknologi komputer yang diperkenalkan pertama kali oleh Davis pada tahun 1986 (Salloum et al., 2019). TAM bertujuan untuk menjelaskan dan memperkirakan penerimaan (acceptance) pengguna terhadap suatu sistem informasi. TAM menyediakan suatu basis teoritis untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan terhadap suatu teknologi dalam suatu organisasi. TAM menjelaskan hubungan sebab akibat antara keyakinan (akan manfaat suatu sistem informasi dan kemudahan penggunaannya) dan perilaku, tujuan/keperluan, dan penggunaan aktual dari pengguna/user suatu sistem informasi (Sukendro et al., 2020).

Technology Acceptance Model memiliki manfaat penggunaan teknologi dapat meningkatkan produktivitas pengguna, penggunaan teknologi dapat meningkatkan kinerja pengguna, Penggunaan teknologi dapat meningkatkan efisiensi proses yang dilakukakan pengguna. TAM merupakan suatu model yang bisa medefinisikan sejauh mana

persepsi kemanfaatan (Min et al., 2019).

Gambar 1. Kerangka Pemikiran



Source : (de Luna et al., 2019)

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, maka hipotesis pada penelitian ini yaitu :

- H1 : Subjective norms berpengaruh signifikan terhadap perceived ease of use pengguna QRIS.
- H2 : Subjective norms berpengaruh signifikan terhadap perceived usefulness pengguna QRIS.
- H3 : Subjective norms berpengaruh signifikan terhadap intention to use pada pengguna QRIS.
- H4 : Perceived usefulness berpengaruh signifikan terhadap attitude pengguna QRIS.
- H5 : Perceived usefulness berpengaruh signifikan terhadap intention to use pengguna QRIS.
- H6 : Perceived ease of use berpengaruh signifikan terhadap perceived usefulness pengguna QRIS.
- H7 : Perceived ease of use berpengaruh

signifikan terhadap attitude pengguna QRIS.

H8 : Attitude berpengaruh signifikan terhadap intention to use pengguna QRIS.

H9 : Perceived security berpengaruh signifikan terhadap intention to use pengguna QRIS.

H10 : Subjective norms berpengaruh tidak langsung signifikan terhadap intention to use pada pengguna QRIS

B. Research Methods

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, dengan analisis konklusif untuk menguji hipotesis dan kausal untuk menjelaskan hubungan sebab-akibat pada variabel dalam penelitian. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah Structural Equation Modeling (SEM) yang menggambarkan hubungan antar masing-masing variabel dalam bentuk persamaan struktural. SEM menjadi teknik analisis yang paling cocok digunakan apabila penelitian memiliki banyak variabel yang masing-masingnya direpresentasikan oleh beberapa indikator, dengan kategori variabel yaitu variabel eksogen dan variabel endogen (Sayyida & Alwiyah, 2018).

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel TAM beserta perluasannya, berupa variabel eksogen yaitu *subjective norms* dan *perceived security* yang tidak dipengaruhi oleh variabel lainnya, serta variabel endogen yaitu *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *attitude*, dan *intention to use* yang dipengaruhi oleh variabel lainnya. Uraian rinci keseluruhan variabel beserta indikator yang digunakan dalam penelitian dijelaskan pada Tabel 1 berupa operasionalisasi variabel.

Tabel 1. Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator
Subjective Norms (SN)	Suatu tingkatan dalam mengukur sejauh mana persepsi lingkungan sosial terhadap pembayaran digital yang diinginkan (de Luna et al., 2019)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Orang-orang yang penting bagi saya menyarankan menggunakan QRIS 2. Orang-orang yang penting bagi saya melihat sistem pembayaran pada QRIS bermanfaat. 3. Orang-orang yang penting bagi saya berpikir menggunakan QRIS adalah ide terbaik. 4. Sangat mudah untuk menjadi terampil menggunakan

		QRIS
<i>Perceived Ease of Use (PEU)</i>	Persepsi para pelanggan dan pengguna potensial terhadap kompleksitas dalam mempelajari dan menggunakan sebuah aplikasi pembayaran digital (Muchran & Ahmar, 2019)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Interaksi dengan QRIS jelas dan mudah dipahami 2. Sangat mudah untuk mengikuti semua langkah dalam QRIS 3. Sangat mudah untuk berinteraksi dengan aplikasi QRIS 4. Sangat mudah untuk berinteraksi dengan QRIS
<i>Perceived Usefulness (PU)</i>	Tingkatan yang menunjukkan kepercayaan konsumen terhadap sistem digital yang mampu menyediakan informasi yang berguna dan mempercepat aktivitas (de Luna et al., 2019)	<ol style="list-style-type: none"> 1. QRIS merupakan mode yang berguna untuk pembayaran 2. Menggunakan QRIS membuat penanganan pembayaran lebih mudah 3. QRIS memungkinkan penggunaan aplikasi seluler dengan cepat (contoh, pembelian tiket, dll.) 4. Saya percaya bahwa QRIS meningkatkan keputusan konsumen saya (memberikan fleksibilitas, kecepatan, dll.)
<i>Attitude (ATT)</i>	Komponen kebiasaan dari sikap pelanggan mengacu pada niat perilaku seperti niat pembelian, respons pembelian, dan respons penolakan (de Luna et al., 2019)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penggunaan QRIS adalah ide yang baik 2. Penggunaan QRIS nyaman 3. Penggunaan QRIS bermanfaat 4. Penggunaan QRIS menarik.
<i>Perceived Security (PS)</i>	Persepsi yang berlawanan dengan risiko dari penggunaan pembayaran digital, hal ini menjadi alasan utama mengapa perceived security sangat mempengaruhi adopsi teknologi oleh pelanggan (de Luna et al., 2019)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rendahnya risiko intervensi pihak yang tidak berwenang dalam proses pembayaran pada QRIS 2. Rendahnya penyalahgunaan informasi konsumen (misalnya nama mitra bisnis, jumlah pembayaran) pada QRIS 3. Rendahnya penyalahgunaan informasi penagihan (misalnya nomor kartu kredit, data rekening) saat menggunakan QRIS
<i>Intention to Use (ITU)</i>	Niat yang dimiliki pengguna dapat berguna dalam memahami bagaimana sikap pengguna hingga dapat mempengaruhi perilaku aktual para penggunanya (de Luna et al., 2019)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya ingin sistem pembayaran QRIS aman dan terlindungi 2. Mengingat peluang, saya akan menggunakan QRIS 3. Kemungkinan besar saya akan menggunakan QRIS dalam waktu dekat

4. Saya terbuka dalam menggunakan QRIS dalam waktu dekat
5. Saya akan menggunakan QRIS ketika kesempatan muncul

Source : Various source, 2022

Skala perhitungan yang digunakan adalah skala ordinal Likert, dengan 1 “Sangat Tidak Setuju” sampai dengan 5 “Sangat Setuju”. Penentuan sampel berdasarkan pendekatan purposive—non-probability sampling dengan tipe convenience sampling, yang berguna dalam mengambil sampel yang tersedia juga memungkinkan memberikan informasi bagi penelitian (Taherdoost, 2019). Sampel yang diperoleh sebanyak 233 responden, sesuai dengan hubungan antara jumlah variabel dan ukuran sampel minimal dalam model struktural, di mana apabila terdiri dari enam sampai sepuluh variabel, maka ukuran minimalnya adalah 200 sampel (Shardlow et al., 2020).

Data yang diperoleh dari kuesioner tersebut diolah menggunakan software LISREL 8.8 dalam menguji validitas menggunakan Average Variance Extracted (AVE) dan Confirmatory Factor Analysis (CFA) serta reliabilitas menggunakan Construct Reliability (CR) dari masing-masing indikatornya, selanjutnya menguji kecocokan model yang digunakan (Goodness of Fit),

dan terakhir untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan menggunakan koefisien regresi dan nilai-T.

C. Hasil Dan Pembahasan
Uji Validitas dan Reliabilitas

Dalam menguji validitas, penelitian ini menggunakan nilai Average Variance Extracted (AVE) dan Confirmatory Factor Analysis (CFA) yang dihitung dengan mengamati loading factor pada setiap indikator. Apabila nilai loading factor dan AVE lebih dari 0,5, dapat dianggap baik dan valid. Reliabilitas dapat dievaluasi menggunakan Construct Reliability (CR) yang dihitung menggunakan nilai loading factor. Suatu indikator dikatakan reliabel apabila bernilai di atas sama dengan 0,6, tetapi apabila di antara 0,5 dan 0,6 juga dapat diterima dengan catatan memiliki validitas yang baik. Pada penelitian ini, seluruh indikator lolos uji validitas dan reliabilitas berdasarkan hasil perhitungan AVE dan CR dengan menggunakan loading factor.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Indikator	Std.Loading Factors	Error Variance	Construct Reliability	Avg. Variance Extraced
SN	SN1	0,88	0,23	0,93 (Reliabel)	0,82 (Valid)
	SN2	0,93	0,13		
	SN3	0,91	0,16		
PEU	PEU1	0,84	0,29	0,91 (Reliabel)	0,73 (Valid)
	PEU2	0,84	0,29		
	PEU3	0,87	0,25		
	PEU4	0,86	0,26		
PU	PU1	0,84	0,29	0,93 (Reliabel)	0,77 (Valid)
	PU2	0,90	0,19		
	PU3	0,91	0,17		
	PU4	0,86	0,26		
ATT	ATT1	0,79	0,37	0,89 (Reliabel)	0,66 (Valid)
	ATT2	0,81	0,34		
	ATT3	0,85	0,27		
	ATT4	0,80	0,36		
PS	PS1	0,76	0,42	0,90 (Reliabel)	0,71 (Valid)
	PS2	0,87	0,25		

	PS3	0,90	0,19		
	PS4	0,84	0,30		
	ITU1	0,87	0,23		
ITU	ITU2	0,93	0,12	0,95 (Reliabel)	0,82 (Valid)
	ITU3	0,91	0,16		
	ITU4	0,91	0,16		

Sumber : Data diolah, 2022

Uji Kecocokan Model (*Godness of Fit*)

Setelah mengevaluasi reliabilitas dan validitas dari indikator pengukuran, dibutuhkan pengujian kecocokan model menggunakan indeks dengan nilai batas yang telah ditetapkan untuk menunjukkan seberapa cocok model yang digunakan dalam merepresentasikan matriks kovarians pada indikator yang digunakan. Suatu model struktural dapat dikatakan cocok apabila

memenuhi lima indeks pengukuran yang memiliki tingkat kecocokan Good Fit, sehingga model tersebut dapat dikategorikan cocok (Shardlow et al., 2020). Model struktural yang digunakan dalam penelitian ini tergolong ke dalam Good Fit atau cocok, dikarenakan memiliki lebih dari lima indeks dengan tingkat kecocokan Good Fit.

Tabel 3. Hasil Uji Kecocokan Model (*Godness of Fit*)

Godness of Fit Indices	Cut-Off Value	Hasil Penelitian	Tingkat Kecicikan
<i>Absolute Fit Indices</i>			
X^2 Significance Probability	$\geq 0,05$	P = 0,0	Poor Fit
GFI	$\geq 0,90$	0,82	Margijnal Fit
Good FitRMSEA	$\leq 0,08$	0,079	Good Fit
RMR	$\leq 0,08$	0,042	Good Fit
SRMR	$\leq 0,08$	0,042	Good Fit
Nor.Chi-Square (X^2/DF)	<3	2,238	Good Fit
<i>Incremental Fit Indices</i>			
NFI	$\geq 0,90$	0,98	Good Fit
TLI (NNFI)	$\geq 0,90$	0,98	Good Fit
CFI (RNI)	$\geq 0,90$	0,98	Good Fit
RFI	$\geq 0,90$	0,97	Good Fit
IFI	$\geq 0,90$	0,98	Good Fit
<i>Parsimory Fit Indices</i>			
AGFI	$\geq 0,90$	0,78	Poor Fit
PNFI	$\geq 0,50$	0,85	Good Fit
PGFI	$\geq 0,50$	0,66	Good Fit

Sumber : Data diolah, 2022

Uji Hipotesis

Setelah menguji kecocokan model, hipotesis penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya diuji. Pada tahap ini, pengujian hipotesis baik langsung maupun tidak langsung dilakukan sambil mengembangkan se-

buah model struktural. Dari model tersebut, dapat dibentuk persamaan struktural berdasarkan hubungan antar variabel yang terdapat dalam penelitian (Lancaster et al., 2018).

Tabel 4. Persamaan Struktural

Persamaan	Error Variance (Errorvar.)	R ²
PEU = 0,88*SN	0,23	0,77
PU = 0,26*PEU+0,68*SN	0,15	0,85
ATT = 0,28*PEU+0,66*PU	0,17	0,83

$$ITU=0,24*PU+0,36*ATT+0,25*SN+0,17*PS$$

0,057

0,94

Sumber : Data diolah, 2022

Persamaan pertama menunjukkan bahwa *subjective norms* berpengaruh besar terhadap *perceived ease of use*, dengan koefisien regresi senilai 0,88. *Perceived usefulness* dapat dijelaskan oleh *subjective norms* sebesar 77%, berdasarkan nilai R² yang diperoleh. Sisanya ditunjukkan oleh variabel lain sebanyak 23 % berdasarkan nilai *Error Variance*. Persamaan kedua menjelaskan mengenai *perceived usefulness* dipicu oleh *perceived usefulness* dengan koefisien regresi sebesar 0,26 dan *subjective norms* dengan koefisien regresi senilai 0,68. Kedua variabel tersebut yaitu *perceived ease of use* dan *subjective norms* dapat menjelaskan *perceived usefulness* sebesar 85%, sesuai dengan perolehan hasil R², dengan sisanya sebesar 15% dijelaskan oleh variabel lain sesuai dengan perolehan nilai *Error Variance*. Persamaan ketiga menunjukkan bahwa *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* mempengaruhi *attitude* sebesar masing-masing 0,28 dan 0,66 sesuai dengan koefisien regresinya. *Attitude* sendiri dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut sebesar 85% berdasarkan perolehan nilai R², dengan si-

sanya sebesar 17 %dijelaskan oleh variabel lain berdasarkan perolehan nilai *Error Variance*.

Persamaan keempat, menjelaskan bahwa *perceived usefulness*, *attitude*, *subjective norms*, dan *perceived security* sangat dapat mem-icu *intention to use* dengan kekuatan masing-masing sebesar 0,25, 0,36, 0,26, dan 0,17 sesuai dengan nilai koefisien regresi. Variabel-variabel tersebut sudah dapat menjelaskan *intention to use* sebesar 94 persen berdasarkan perolehan nilai R², dengan variabel lain sebesar 5,7% berdasarkan perolehan nilai *Error Variance*. Selain persamaan struktural, terdapat pengujian hipotesis yang ditentukan dengan signifikansi menggunakan nilai-T beserta kekuatan hubungan antar variabel menggunakan nilai koefisien regresi untuk memperoleh jawaban dari pertanyaan penelitian. Suatu hubungan pengaruh dikategorikan signifikan apabila nilai-T yang diperoleh bernilai lebih dari nilai T-tabel yaitu 1,96 dengan interval keyakinan sebesar 95% (Wang et al., 2022)

Tabel 5. Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis Hubungan Langsung	Koefisien Regresi	T-Value	Hasil
H1 : SN + → PEU	0,88	12,35	H1 Diterima
H2 : SN + → PEU	0,69	6,71	H2 Diterima
H3 : SN + → PEU	0,25	2,47	H3 Diterima
H4 : PU + → ATT	0,66	6,08	H4 Diterima
H5 : PU+ → ATT	0,24	2,21	H5 Diterima
H6 : PEU + → PU	0,26	2,73	H6 Diterima
H7 : PEU + → ATT	0,28	2,76	H7 Diterima
H8 : ATT + → ITU	0,36	4,22	H8 Diterima
H9 : PS + → ITU	0,17	2,92	H9 Diterima

Sumber : Data diolah, 2022

Sesuai dengan tujuan penelitian yang sebelumnya telah dirumuskan, bahwa seluruh hipotesis pengaruh langsung maupun tidak langsung diterima, di mana berarti hasil pengukuran masing-masing pengaruh antar variabel yang telah ditentukan adalah signifikan. Hipotesis 1, 2, dan 3, menjelaskan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan berpengaruh secara langsung antara *subjective norms* terhadap *perceived ease of use*, *perceived use-*

fulness, dan *intention to use* pada pengguna QRIS. Saran yang diperoleh dari pihak penting di lingkungan sosial pengguna sangat mempengaruhi kemudahan penggunaan, kebergunaan, juga minat penggunaan pembayaran digital QRIS.

Oleh karena itu, baik dalam meningkatkan kemudahan pengoperasian pada pengguna maupun persepsi kebergunaan, dan kemudian meningkatkan

minat menggunakan dan bertransaksi, pembayaran digital QRIS harus meningkatkan saran dan rekomendasi positif dari pihak yang berpengaruh besar pada lingkungan sosial, salah satunya dapat dilakukan dengan memperluas kerja sama dengan lembaga pemerintahan. Dalam meningkatkan sikap pandang pengguna agar melihat bahwa bertransaksi menggunakan pembayaran digital QRIS adalah ide yang baik, QRIS harus dapat meningkatkan persepsi kebergunaan, salah satunya dengan cara menyediakan fitur yang lebih beragam dengan terus memaksimalkan kinerja layanan yang sudah tersedia. Hal tersebut juga dapat diterapkan dalam meningkatkan minat penggunaan untuk bertransaksi menggunakan QRIS.

Terlebih lagi pada Hipotesis 6 dan 7 yang diterima, di mana terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *perceived ease of use* terhadap *perceived usefulness* dan *attitude*. Kemudahan penggunaan sistem pembayaran sangat memicu kebergunaan suatu sistem serta sikap pandang pengguna terhadap pembayaran digital QRIS. Hasil ini mendemonstrasikan bahwa kepentingan pengguna terhadap kegunaan serta sikap yang dirasakan dalam penggunaan pembayaran digital QRIS. Persepsi kebergunaan serta sikap pandang yang dimiliki pengguna dapat ditingkatkan dengan secara bersamaan meningkatkan persepsi kemudahan. Meningkatkan persepsi kemudahan dapat dilakukan

dengan cara antara lain QRIS memperbaiki teknis kegagalan dan keterlambatan dalam bertransaksi, serta membuat tampilan layanan interaktif dan mudah dikenali serta dioperasikan.

Selain itu, Hipotesis 8, yang menjelaskan bahwa *attitude* memicu *intention to use* pada pengguna pembayaran digital QRIS, diterima. Sikap pengguna terhadap bertransaksi menggunakan pembayaran digital QRIS sangat mempengaruhi minat penggunaannya. Untuk meningkatkan minat penggunaan, QRIS harus meningkatkan penciptaan sikap pandang yang positif pada pengguna dalam bertransaksi. Hal ini didorong dengan dilakukannya peningkatan persepsi kebergunaan, yang antara lain dengan meningkatkan jangkauan fitur layanan serta memperkuat sistem agar pembayaran dengan QRIS berjalan dengan lancar dan berhasil.

Kemudian, Hipotesis 9, mengenai *perceived security* yang berpengaruh signifikan terhadap *intention to use* pengguna QRIS diterima. Keamanan dalam bertransaksi menggunakan QRIS berpengaruh besar terhadap minat penggunaan. Meningkatkan persepsi keamanan mampu memicu peningkatan minat penggunaan pada pengguna QRIS, antara lain dengan bekerja sama dengan pihak profesional untuk memperkuat sistem jaringan dan meminimalisasi risiko yang dimiliki pengguna.

Tabel 6. Hasil Uji Hipotesis Hubungan Tidak Langsung

Hipotesis Hubungan Tidak Langsung	Koefisien Regresi	T-Value	Hasil
H10 : SN +→PEU→PU→ATT→ITU	0,53	6,33	H10 Diterima

Sumber : Data diolah, 2022

Terakhir, Hipotesis 10, menjelaskan bahwa *subjective norms* berpengaruh tidak langsung signifikan terhadap *intention to use*, diterima. Berdasarkan hasil uji hipotesis, ditemukan bahwa variabel-variabel mediasi yaitu *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, dan *attitude* berperan memperkuat hubungan pengaruh tidak langsung tersebut. Oleh karena itu, selain dipengaruhi oleh variabel-variabel pada TAM, *intention to use* juga sangat dipengaruhi oleh variabel tambahan yaitu *subjective norms*, dengan perolehan pengaruh total sebesar 0,78.

Saran dari pihak penting pada lingkungan sosial sudah cukup mempengaruhi minat penggunaan pembayaran digital QRIS yang di dalamnya diperkuat oleh kemudahan interaksi dengan sistem pembayaran. Selain itu, penyediaan layanan yang bermanfaat dan mempercepat transaksi beserta sikap pandang terhadap sistem pembayaran digital QRIS juga memperkuat pengaruh tersebut. Pengguna yang memperoleh saran positif untuk bertransaksi menggunakan dompet digital QRIS memiliki kecenderungan peningkatan niat menggunakan, sehingga perlu

ditingkatkan saran-saran dari pihak berpengaruh tersebut. Sambil meningkatkan norma subjektif tersebut, QRIS juga harus melakukan peningkatan kemudahan penggunaan dan interaksi pada tampilan QRIS, kemudian memperluas jangkauan fitur layanan QRIS yang mampu mempercepat transaksi, dan juga membentuk suatu sikap positif bahwa bertransaksi dengan QRIS adalah baik serta bermanfaat agar minat penggunaan juga ikut meningkat.

D. Kesimpulan

Sebagaimana hasil statistik yang telah diperoleh, variabel paling penting dalam memicu intention to use ialah subjective norms. Hal ini didukung dengan ditemukannya pengaruh yang signifikan antara subjective norms terhadap perceived ease of use, perceived usefulness, dan intention to use pada pengguna QRIS sehingga Hipotesis 1, 2, dan 3 diterima. Ini menunjukkan bahwa saran pihak penting dari lingkungan sosial sangat memicu kemudahan penggunaan, kebergunaan, serta minat penggunaan pembayaran digital QRIS. Perceived usefulness juga merupakan faktor penentu penting yang berkaitan dengan intention to use. Pada kenyataannya, terdapat pengaruh yang signifikan antara perceived usefulness terhadap attitude dan intention to use pada pengguna QRIS yang menunjukkan bahwa Hipotesis 4 dan 5 diterima.

Pada kenyataannya, ditemukan bahwa sikap pandang pengguna terhadap penggunaan serta minat penggunaan pembayaran digital QRIS pada penggunaannya sangat dipicu oleh kebergunaan. Sementara itu, perceived ease of use juga cukup dapat mempengaruhi perceived usefulness serta attitude secara positif dan signifikan, sehingga Hipotesis 6 dan 7 diterima. Kemudahan penggunaan yang dirasakan oleh pengguna tentu dapat memicu kebergunaan serta sikap pandang yang dimiliki pengguna terhadap bertransaksi menggunakan pembayaran digital QRIS. Attitude pun dianggap sebagai variabel penting dalam mempengaruhi intention to use. Berdasarkan hasil yang diperoleh, terdapat hubungan pengaruh yang signifikan antara attitude terhadap intention to use pengguna QRIS yang menunjukkan bahwa Hipotesis 8 diterima. Hal ini menjelaskan

perasaan maupun sikap dari pengguna untuk bertransaksi menggunakan pembayaran digital QRIS sangat mendorong minat penggunaan para pengguna. Sama halnya dengan perceived security yang cukup dapat mempengaruhi intention to use, sehingga menghasilkan Hipotesis 9 diterima.

Variabel yang tidak termasuk ke dalam TAM ini sudah seringkali digunakan dalam penelitian mengenai minat penggunaan suatu teknologi, di mana pada penelitian ini menunjukkan bahwa rendahnya risiko dalam bertransaksi menunjukkan kecenderungan yang lebih besar bagi pengguna untuk berniat menggunakan pembayaran digital QRIS. Terakhir ialah adanya peran variabel-variabel mediasi yaitu perceived ease of use, perceived usefulness, dan attitude dalam memperkuat pengaruh antar subjective norms dan intention to use pada pengguna QRIS, sehingga Hipotesis 10 diterima.

E. Rekomendasi

Untuk meningkatkan minat penggunaan, para operator seyogyanya lebih memprioritaskan peningkatan subjective norms dari para calon pengguna antara lain berupa testimoni dari tokoh-tokoh panutan tentang kemudahan penggunaan, kenyamanan, dan daya tarik Quick Response Indonesia Standart (QRIS) tersebut

F. References

- Analytica, O. (2021). Fintech growth outpaces regulation in Indonesia. *Emerald Expert Briefings, oxaan-db*.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2022). Profil Internet Indonesia 2022. *Apji.or.Od, June*, 10. apji.or.id
- Banyak, D. (2019). *Qr code?*
- de Luna, I. R., Liébana-Cabanillas, F., Sánchez-Fernández, J., & Muñoz-Leiva, F. (2019). Mobile payment is not all the same: The adoption of mobile payment systems depending on the technology applied. *Technological Forecasting and Social Change, 146*, 931–944.
- Fadhilah, J., Layyinna, C. A. A., Khatami, R., & Fitroh, F. (2021). Pemanfaatan Teknologi Digital Wallet Sebagai Solusi Alternatif Pembayaran Modern: Literature Review. *Journal of Computer Science and Engineering (JCSE)*, 2(2), 89–

- 97.
- Karniawati, N. P. A., Darma, G. S., Mahyuni, L. P., & Sanica, I. G. (2021). Community Perception of Using QR Code Payment in Era New Normal. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, *18*(1), 3986–3999.
- Lancaster, G., Iatsenko, D., Pidde, A., Ticcinelli, V., & Stefanovska, A. (2018). Surrogate data for hypothesis testing of physical systems. *Physics Reports*, *748*, 1–60.
- Leong, L.-Y., Hew, T.-S., Ooi, K.-B., Metri, B., & Dwivedi, Y. K. (2022). Extending the Theory of Planned Behavior in the Social Commerce Context: A Meta-Analytic SEM (MASEM) Approach. *Information Systems Frontiers*, 1–33.
- Min, S., So, K. K. F., & Jeong, M. (2019). Consumer adoption of the Uber mobile application: Insights from diffusion of innovation theory and technology acceptance model. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, *36*(7), 770–783.
- Moon, S. J. (2021). Integrating Diffusion of Innovations and Theory of Planned Behavior to Predict Intention to Adopt Electric Vehicles. *International Journal of Business and Management*, *15*(11), 1–88.
- Muchran, M., & Ahmar, A. S. (2019). Application of TAM model to the use of information technology. *ArXiv Preprint ArXiv:1901.11358*.
- Nastiti, D. I., Fadhlurrahmah, S. N. A., & Hermina, N. (2021). The impacts of macro environment and consumer behavior on performance improvement through marketing program (case study on the use of digital payment system QRIS by SMEs in West Java, Indonesia). *Turkish Journal of Physiotherapy and Rehabilitation*, *32*(3), 8963–8983.
- Nazah, K., Ningsih, A. W., Irwansyah, R., Pakpahan, D. R., & Nabella, S. D. (2022). The Role of UKT Scholarships in Moderating Student Financial Attitudes and Financial Literacy on Finance Management Behavior. *Jurnal Mantik*, *6*(2), 2205–2212.
- Pazarbasioglu, C., Mora, A. G., Uttamchandani, M., Natarajan, H., Feyen, E., & Saal, M. (2020). Digital financial services. *World Bank*, 54.
- Salloum, S. A., Alhamad, A. Q. M., Al-Emran, M., Monem, A. A., & Shaalan, K. (2019). Exploring students' acceptance of e-learning through the development of a comprehensive technology acceptance model. *IEEE Access*, *7*, 128445–128462.
- Sari, M. A., Aminah, I., & Redyanita, H. (2020). Preferensi Generasi Millennial Dalam Memilih Pembayaran Digital (Studi Kasus pada Mahasiswa Politeknik Negeri Jakarta Depok). *Ekonomi & Bisnis*, *19*(2), 97–106.
- Sayyida, S., & Alwiyah, A. (2018). Perkembangan Structural Equation Modeling (SEM) dan Aplikasinya dalam Bidang Ekonomi. *PERFORMANCE: Jurnal Bisnis & Akuntansi*, *8*(1), 10–26.
- Shardlow, M., Cooper, M., & Zampieri, M. (2020). Complex: A new corpus for lexical complexity prediction from likert scale data. *ArXiv Preprint ArXiv:2003.07008*.
- Sukendro, S., Habibi, A., Khaeruddin, K., Indrayana, B., Syahrudin, S., Makadada, F. A., & Hakim, H. (2020). Using an extended Technology Acceptance Model to understand students' use of e-learning during Covid-19: Indonesian sport science education context. *Helikon*, *6*(11), e05410.
- Taherdoost, H. (2019). What is the best response scale for survey and questionnaire design; review of different lengths of rating scale/attitude scale/Likert scale. *Hamed Taherdoost*, 1–10.
- Wang, X., Kong, L., & Wang, L. (2022). Estimation of Error Variance in Regularized Regression Models via Adaptive Lasso. *Mathematics*, *10*(11), 1937.
- Yasin, R. M., Lailiyah, N., & Edris, M. (2021). Analisis Pengaruh Layanan Digital Perbankan Syariah terhadap Literasi Keuangan Syariah Generasi Milenial. *Jurnal BAABU AL-ILMI: Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, *6*(1), 75–89.