

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

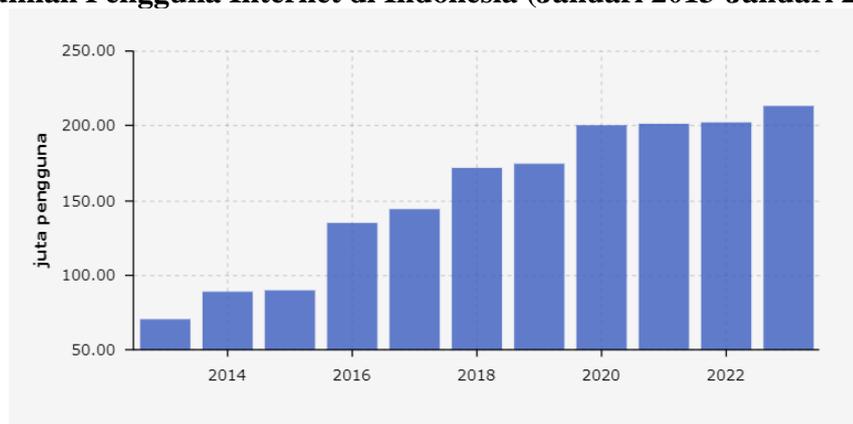
Pandemi Covid-19 yang melanda dunia sejak tahun 2020 telah membawa dampak besar pada berbagai aspek kehidupan. Pembatasan sosial berskala besar serta penerapan protokol kesehatan untuk mengurangi penyebaran virus mengubah aktivitas tatap muka menjadi interaksi daring. Dalam situasi ini, digitalisasi menjadi solusi utama untuk mendukung keberlangsungan aktivitas ekonomi, sosial dan pendidikan. Hal ini juga berdampak pada aktivitas perekonomian masyarakat (Azimah et al., 2020). Peningkatan teknologi keuangan berbasis digital menjadi kebutuhan penting untuk mengurangi interaksi tatap muka dan risiko penularan covid-19. Hal ini mendorong lembaga keuangan untuk menggunakan transaksi berbasis digital untuk mempermudah masyarakat dalam melakukan berbagai transaksi secara praktis dan aman (Sumadi, 2020). Perubahan ini menciptakan gaya hidup baru yang mengandalkan teknologi digital dalam hampir semua aspek kehidupan. Pandemi covid-19 mempercepat transformasi digital, model interaksi dan transaksi berbasis teknologi telah menjadi norma baru yang terus berlanjut dan membentuk era digitalisasi yang semakin luas dan mendalam.

Pesatnya perkembangan teknologi di era modern ini telah membawa perubahan besar di berbagai sektor, menjadikan teknologi sebagai hal yang penting dalam meningkatkan sarana dan prasarana. Di Indonesia, era digital semakin terasa dengan meningkatnya jumlah penggunaan internet setiap

tahun. Peningkatan ini menunjukkan semakin besar peranan teknologi dalam kehidupan sehari-hari seperti komunikasi, informasi, maupun transaksi digital.

Berikut data jumlah penggunaan internet di Indonesia:

Gambar I- 1
Jumlah Pengguna Internet di Indonesia (Januari 2013-Januari 2023)



Sumber: <https://databoks.katadata.co.id> (2023)

Berdasarkan data di atas jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai 213 juta orang per Januari 2023. Ini menandakan ada 77% dari total populasi Indonesia yang menggunakan internet. Jumlah penggunaan internet di Indonesia mengalami kenaikan yaitu 5,44% dibandingkan tahun sebelumnya. Pada Januari 2022, jumlah penggunaan internet di Indonesia baru sebanyak 202 juta orang. Melihat trennya, jumlah pengguna internet di Indonesia selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya. Penggunaan internet pada orang Indonesia rata-rata selama 7 jam 42 menit dalam sehari. Selain itu, 98,3% pengguna internet di Indonesia menggunakan telepon genggam. Namun dalam hal ini Indonesia menjadi salah satu negara yang banyak penduduknya belum terkoneksi internet. *We Are Social* mencatat ada

63,51 juta penduduk di seluruh Indonesia yang belum terkoneksi internet hingga awal 2023 (<https://databoks.katadata.co.id>)

Perkembangan kemajuan teknologi informasi membuka ruang baru di bidang perekonomian untuk memenuhi tuntutan globalisasi, seperti adanya *Financial Technology (Fintech)* yang merupakan hasil dari perkembangan teknologi ekonomi. *Fintech* mengubah gaya hidup masyarakat menjadi lebih cepat dan praktis, serta membawa perekonomian menuju modern, efektif, dan efisien (Abiba & Indrarini, 2021). Sektor pembayaran merupakan salah satu bentuk pertumbuhan *fintech* tertinggi di Indonesia (Wijaya, 2019). Fakta tersebut mengartikan bahwa tingginya penggunaan teknologi keuangan dalam mempermudah transaksi. Hal ini juga didukung oleh Bank Indonesia dengan mencanangkan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT). Gerakan ini gencar dilakukan untuk menjawab tantangan era digital dengan tujuan untuk mengedukasi masyarakat bahwa metode transaksi digital memiliki banyak manfaat yakni efisien, cepat, nyaman, mudah, dan aman (Muzdalifa, 2018).

Perubahan dalam alat pembayaran tidak hanya mencakup peralihan dari penggunaan alat pembayaran berbasis kertas ke yang berbasis kartu dan elektronik, tetapi juga diiringi dengan proses penyelesaian yang semakin cepat, sehingga kemajuan pembayaran non-tunai di Indonesia dapat terus berkembang (Mazer et al., 2021). Sistem pembayaran non-tunai atau bisa disebut *e-money* (uang elektronik) berkembang seiring kemajuan teknologi, mendorong peningkatan pengguna dan penyedia jasa sistem pembayaran uang elektronik terus meningkat sistem pembayaran agar lebih mudah

digunakan oleh konsumen. Menurut Hastina Febriaty (2019), uang non-tunai dinilai lebih efektif sebagai alat transaksi dan menjadi penggerak utama pertumbuhan ekonomi saat ini. Transaksi *e-money* (uang elektronik) di Indonesia terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Jumlah penduduk yang banyak serta meningkatnya literasi keuangan inklusif masyarakat membuat jumlah tumbuhnya transaksi *e-money* (uang elektronik) di Indonesia. Ini menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat Indonesia memiliki minat yang cukup besar dalam penggunaan *e-money* (uang elektronik). Hal ini membuat penggunaan *e-money* (uang elektronik) mengalami peningkatan yang cukup pesat dari tahun ke tahun. Berikut data transaksi uang elektronik menurut Bank Indonesia:

Gambar I- 2
Jumlah Transaksi Uang Elektronik di Indonesia
(Maret 2022-Maret 2024)



Sumber: DataIndonesia (2024)

Berdasarkan laporan Bank Indonesia (BI), nilai transaksi uang elektronik di Indonesia pada bulan Maret 2024 tercatat sebesar Rp 199,82

triliun, mengalami peningkatan 12% dibandingkan bulan sebelumnya yang mencapai Rp 178,37 triliun. Nilai belanja transaksi yang elektronik pada bulan Maret 2021 meningkat 39% dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya. Pada bulan Maret 2023, nilai transaksi uang elektronik di Indonesia tercatat sebesar Rp 143,71 triliun. Secara rinci nilai transaksi belanja dengan uang elektronik tercatat sebesar Rp 45,79 triliun pada Maret 2024. Kemudian, nilai transaksi transfer antar uang elektronik sebesar Rp43,64 triliun. Lebih lanjut, nilai transaksi ketika pertama kali mengisi uang elektronik tercatat sebesar Rp1,94 triliun. Lalu, nilai transaksi *top-up* uang elektronik terpantau sebesar Rp15,97 triliun. Adapun nilai transaksi uang elektronik untuk tarik tunai tercatat sebesar Rp1,1 triliun. Sementara nilai transaksi *redeem* uang elektronik sebesar Rp1,37 triliun. Dari sisi volumenya, transaksi uang elektronik tercatat mencapai 1,72 miliar kali pada maret 2024. Jumlah itu naik 10,96% secara bulanan. Bank Indonesia (BI) juga melaporkan, nilai transaksi kartu kredit di Indonesia sebesar Rp 36,12 triliun pada maret 2024. Jumlahnya naik 9,11% dibanding bulan sebelumnya yang sebesar Rp 33,11 triliun. Adapun nilai transaksi kartu debit di Indonesia sebesar Rp 654,97 triliun pada Maret 2024. Jumlah tersebut naik 12,27% dibandingkan sebulan sebelumnya yang sebesar Rp 583,37 triliun.(
<https://dataindonesia.id/>)

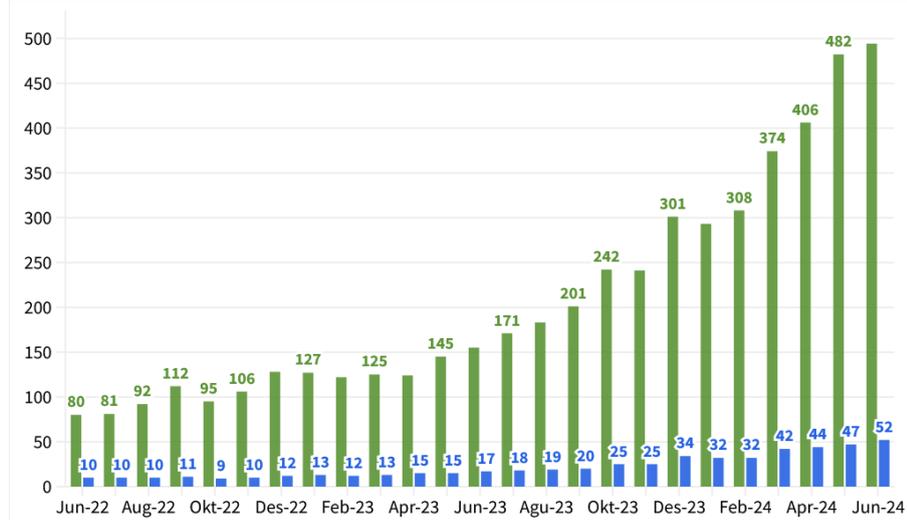
Model serta interaksi pembayaran yang bervariasi sudah banyak ditawarkan dalam sistem pembayaran berbasis digital (Fandiyanto & Karnadi, 2019). Penggunaan sistem pembayaran kode QR (*Quick Response*)

merupakan sistem yang sedang populer saat ini (Azzahroo & Estiningrum, 2021). Inovasi metode pembayaran *e-wallet* kini banyak menggunakan teknologi kode QR karena menawarkan kemudahan dan kecepatan dalam mengumpulkan data. Teknologi QR ini memungkinkan penyimpanan informasi yang akurat serta praktis digunakan dalam berbagai transaksi. Namun dengan adanya berbagai macam aplikasi *e-wallet* atau dompet digital, menyebabkan penjual menyediakan berbagai layanan QR sebanyak jumlah aplikasi dompet digital yang tersedia untuk dapat dipindah oleh masing-masing aplikasi. Adanya berbagai macam kode QR yang tersedia oleh penjual membuat konsumen memiliki kerepotan sendiri untuk melakukan pemindaian kode QR (Saputri, 2020). Fenomena ini dipetakan oleh Bank Indonesia sebagai pemegang regulasi Gerbang Pembayaran Nasional (GPN), sehingga dibutuhkannya sistem untuk mengintegrasikan berbagai instrumen dan kanal pembayaran secara nasional. Untuk mendukung sistem yang terintegrasikan tersebut, Bank Indonesia menetapkan standar QR pembayaran dalam memfasilitasi transaksi pembayaran digital di Indonesia yang disebut QRIS (*Quick Response Indonesia Standard*).

QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) merupakan standar pembayaran berbasis kode QR yang dikembangkan oleh ASPI (Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia) bersama dengan Bank Indonesia untuk mempermudah transaksi non-tunai di Indonesia. Diluncurkan pada tanggal 17 Agustus 2019 bertepatan dengan HUT RI ke-74, QRIS menjadi bagian dari upaya pemerintah dan Bank Indonesia dalam mempercepat digitalisasi sistem

pembayaran. Pada tanggal 1 Januari 2020 Bank Indonesia resmi merilis QRIS standar untuk penggunaan kode QR Indonesia. Penggunaan QRIS ini dapat digunakan pada aplikasi pembayaran yang sudah terinstall di *smartphone* dan terhubung dengan internet. Aplikasi yang digunakan adalah *e-wallet* atau dompet digital yang digunakan untuk instrumen pembayaran berbasis server yang sudah mendapatkan izin dari Bank Indonesia (www.bi.go.id). Selain memudahkan pengguna dan *merchant*, QRIS juga memperluas akses digital di seluruh Indonesia, termasuk bagi masyarakat di wilayah terpencil atau sektor yang belum terlayani oleh bank konvensional. Bank Indonesia dan pemerintah serta pihak terkait secara aktif mengedukasi dan menyosialisasikan QRIS kepada masyarakat khususnya kepada UMKM, pasar tradisional dan pedagang kecil sehingga manfaat transaksi digital dapat dirasakan di berbagai kalangan. QRIS juga mendukung transparansi dalam transaksi ekonomi, memungkinkan pemerintah memantau aliran transaksi secara *real-time*. Hal ini membantu dalam perencanaan ekonomi berbasis data dan mengurangi potensi ekonomi yang tidak tercatat. Penggunaan QRIS juga selaras dengan tujuan Bank Indonesia untuk memperluas digitalisasi pembayaran di Indonesia sebagai bagian dari “*Blueprint Sistem Pembayaran Indonesia 2025*” (Bowo, 2023). Berikut data pertumbuhan nilai dan volume transaksi QRIS:

Gambar I- 3
Nilai dan Volume Transaksi QRIS (Juni 2022-Juni 2024)



Sumber: DataIndonesia (2024)

Berdasarkan data Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI), total nilai transaksi *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) mencapai Rp52 triliun pada bulan Juni 2024. Jumlah tersebut meningkat 10,6% dibandingkan dengan bulan sebelumnya (*month to month/MtM*) yang sebesar Rp 47 triliun. Jika dibandingkan dengan periode yang sama tahun lalu (*year on year/YoY*) nilai transaksi QRIS melonjak 205,9%. Pada bulan Juni 2023, nilai transaksi QRIS tercatat sebesar Rp17 triliun. Dari segi volumenya, transaksi QRIS di Indonesia sebanyak 494 juta kali pada bulan Juni 2024. Jumlahnya naik 2,5% secara bulanan (MtM) dan melesat 218,7% secara tahunan (YoY). Secara tren, nilai dan volume transaksi QRIS cenderung meningkat secara dua tahun terakhir. Namun, penurunan nilai maupun volume transaksi QRIS juga sempat terjadi pada bulan oktober 2022, bulan februari 2023 serta bulan januari 2024. Adapun data ASPI juga menunjukkan, terdapat Rp 51 juta pengguna QRIS di Indonesia pada bulan

juni 2024. Jumlah tersebut tumbuh 2% secara bulanan (MtM) dan meningkat secara tahunan 37,8%. Sementara itu, ada sebanyak 33 juta pedagang atau *merchant* di Indonesia yang melayani pembayaran dengan QRIS pada bulan juni 2024. Jumlahnya naik 3,1% secara bulanan (MtM) dan meningkat 22,2% secara tahunan (YoY). Dari data diatas, menunjukkan banyaknya masyarakat Indonesia dalam menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran di era sekarang. <https://dataindonesia.id>

Generasi Z adalah generasi yang tumbuh di tengah pesatnya kemajuan teknologi. Kelompok masyarakat yang disebut Generasi Z ini terdiri dari individu yang lahir dari tahun 1997 hingga 2012 (Rasulong et al., 2024). Sebagai generasi yang tumbuh di tengah kemajuan teknologi, Gen Z di kenal sebagai digital native yang dimana teknologi telah menjadi bagian penting dalam kehidupan mereka, baik untuk berkomunikasi, belajar, bekerja, hingga berbelanja (Sakitri, 2021). Generasi Z memiliki kemampuan luar biasa untuk beradaptasi dengan kemajuan teknologi dan perkembangan informasi, memungkinkan mereka dengan cepat mengikuti tren (Rasulong et al., 2024). Melalui smartphone, generasi Z dapat mengakses berbagai informasi dari dunia luar, bermain game, dan bahkan berbelanja hanya dengan satu perangkat di genggaman mereka (Nainggolan et al., 2022). Gen Z menjadi salah satu pendorong dalam pertumbuhan perekonomian digital di Indonesia. Mereka aktif berbelanja dalam transaksi non tunai melalui dompet digital. Sistem pembayaran berbasis QR seperti QRIS menjadi bagian hidup dari mereka. Penggunaan QRIS di kalangan Gen Z pun menjadi familiar karena

menawarkan kemudahan, kecepatan, dan efisiensi dalam bertransaksi. Generasi Z di Kabupaten Kebumen juga termasuk yang melek akan teknologi digital. Beberapa dari mereka pernah memanfaatkan transaksi pembayaran digital untuk mempermudah dan mempercepat proses pembayaran. Berikut data jumlah Gen Z di Kebumen:

Tabel I- 1
Data Penduduk Gen Z Di Kebumen

Kelompok Usia	Penduduk Laki-laki	Penduduk Perempuan	Jumlah Laki-laki dan Perempuan
10-14	52291	48857	101148
15-19	54720	50874	105594
20-24	57345	53216	110561
25-29	59831	53999	113830
Total	224187	206946	431133

Sumber: BPS Kebumen (2024)

Berdasarkan tabel I-1 diatas menunjukkan jumlah Gen Z di Kebumen, dengan jumlah populasi Gen Z di Kebumen menyimpulkan bahwa sebagian masyarakat sudah melek akan teknologi. Kebumen merupakan sebuah kota kecil di Provinsi Jawa Tengah, kini semakin menunjukkan perkembangan pesat di berbagai sektor, terutama dalam bidang ekonomi dan keuangan. Pertumbuhan ini didorong oleh upaya pemerintah daerah yang aktif mendukung inovasi serta para pelaku usaha yang terus beradaptasi dengan kebutuhan zaman untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan memperkuat daya saing ekonomi. Dalam beberapa tahun terakhir, Kebumen mulai memanfaatkan teknologi digital secara luas untuk mempercepat proses transaksi serta mendukung pertumbuhan keuangan lokal. Salah satu terobosan yang diterapkan adalah pengembangan metode pembayaran digital, seperti QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*), yang kini

menjadi standar pembayaran praktis dan efisien bagi pelaku usaha dan konsumen.

Kabupaten Kebumen terus berkembang mengikuti arus digitalisasi, terutama di sektor perekonomian yang semakin mengandalkan teknologi modern. Salah satu segmen masyarakat yang paling merasakan manfaat digitalisasi ini adalah Gen Z, generasi yang sangat akrab dengan teknologi. Kebiasaan ini tercermin dalam pola konsumsi dan preferensi mereka, salah satunya dalam transaksi keuangan. Gen Z sangat mendukung gaya hidup *cashless* karena menawarkan kecepatan, kemudahan, dan keamanan, sehingga sistem pembayaran digital seperti QRIS semakin dinikmati (Arief Bachtiar¹ et al., 2014). QRIS memberikan fleksibilitas bagi konsumen dan pelaku usaha karena hanya membutuhkan satu aplikasi pembayaran untuk semua jenis transaksi berbasis kode QR. Hal ini tidak hanya mempercepat proses pembayaran, tetapi juga mendukung pertumbuhan keuangan, termasuk untuk pelaku usaha kecil dan menengah di Kebumen. Tren ini terlihat jelas pada sektor bisnis kuliner, terutama di kafe-kafe kekinian yang menjadi tempat favorit anak muda untuk bersosialisasi dan menikmati suasana santai. Berikut adalah data hasil observasi pada merchant di Kebumen:

Tabel I-2
Data Hasil Observasi Merchant di Kebumen

No	Merchant	Presentasi penggunaan QRIS
1	Kakaya (fashion thrifting)	30%
2	Seblak jeletet (kuliner)	10%
3	Brother Media Trio Mall (tempat foto)	20 %
4	Beli Kopi (Coffe Shop)	25%

Sumber: Data Primer Penulis 2024

Berdasarkan tabel 1-2 menunjukkan hasil observasi penggunaan QRIS di berbagai merchant di Kabupaten Kebumen, yang merepresentasikan gaya hidup dinamis Gen Z yang tertarik pada industri fashion, kuliner, hiburan, dan gaya hidup modern. Kakaya, sebagai merchant fashion thrifting, memiliki tingkat penggunaan QRIS sebesar 30%, mencerminkan minat Gen Z terhadap produk fashion unik dan berkelanjutan, yang mereka anggap sesuai dengan tren. Pada sektor kuliner, Seblak jeletet hanya mencatat 10% penggunaan QRIS, menunjukkan bahwa meskipun kuliner tradisional diminati, adopsi pembayaran digital di sektor ini tetap memberikan layanan payment digital untuk kenyamanan pelanggan. Sementara itu, di bidang hiburan, Brother Media Trio Mall memiliki tingkat penggunaan QRIS sebesar 20%, didorong oleh kebiasaan Gen Z mengabadikan momen dan berbagi di media sosial, meskipun potensi penggunaan masih dapat ditingkatkan. Selanjutnya adalah Beli Kopi sebagai coffee shop mencatat tingkat penggunaan QRIS 25% selaras dengan gaya hidup Gen Z yang sering nongkrong di kafe sambil menikmati pengalaman modern yang didukung teknologi digital. Hal ini menunjukkan bagaimana setiap sektor menarik perhatian Gen Z di Kebumen dengan QRIS sebagai alat pembayaran yang mendukung kebutuhan mereka.

Observasi yang dilakukan kepada 30 orang di kota Kebumen terkait metode pembayaran saat berbelanja.

Tabel I- 3
Hasil Observasi Metode Pembayaran Di Kabupaten Kebumen

No	Metode Pembayaran	Jumlah	Presentase
1.	Cash/Tunai	11	41%
2.	QRIS	14	52%
3.	Debit	2	7%
	Total	27	100%

Sumber: Data Primer Penulis 2024

Berdasarkan tabel 1-3 diatas menunjukkan hasil observasi terhadap metode pembayaran di Kebumen 27 responden, metode pembayaran yang paling banyak digunakan adalah QRIS dengan jumlah pengguna 14 respnden atau 52%. Hal ini mencerminkan tingginya penggunaan metode pembayaran digital QRIS di Kebumen. Metode pembayaran tunai atau cash berada diposisi kedua dengan jumlah pengguna sebanyak 11 responden atau 41%. Sementara itu metode pembayaran menggunakan kartu debit hanya digunakan oleh 2 orang responden yang setara dengan 7%. Secara keseluruhan, data ini menggambarkan sebagian preferensi Gen Z terhadap metode pembayaran yang praktis, seperti QRIS, meskipun pembayaran tunai tetap menjadi pilihan utama bagi sebagian responden.

Model yang digunakan dalam penelitian ini adalah model *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology*. Penggunaan model UTAUT dalam penelitian ini dikarenakan UTAUT adalah model yang komprehensif yang menggabungkan berbagai teori penerimaan dan penggunaan teknologi (Venkatesh et al., 2003). UTAUT mendeskripsikan minat serta perilaku pengguna selanjutnya dalam mengadopsi teknologi informasi (Meiranto 2016). Model ini menjelaskan bahwa minat dan perilaku pengguna

dipengaruhi oleh berbagai aspek, yaitu *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Conditions* (Raman et al., 2014).

Performance Expectancy (Ekspektansi Kinerja) mengacu pada keyakinan seseorang bahwa pengguna teknologi dapat meningkatkan kinerja mereka dalam menyelesaikan tugas, seperti yang dijelaskan oleh (Venkatesh et al., 2003). Sebagai contoh, studi oleh (Onibala et al., 2021; Kanthi et al., 2022; Nur & Panggabean, 2021) yang menunjukkan bahwa *performance expectancy* berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan. Namun, temuan berbeda dilaporkan oleh (Alfansi & Daulay, 2021) yang menyatakan bahwa *performance expectancy* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat dan perilaku penggunaan.

Effort Expectancy (Ekspektasi Usaha) mengacu pada sejauh mana seseorang merasa bahwa penggunaan teknologi tertentu mudah dan dapat mengurangi upaya, baik dalam bentuk tenaga maupun waktu, untuk menyelesaikan pekerjaan (Venkatesh et al., 2003). Menurut (Kanthi et al., 2022; Mahendra et al., 2017; Armansyah, 2021) menemukan bahwa *effort expectancy* memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan. Temuan berbeda dilaporkan oleh (Onibala et al., 2021) yang menyatakan bahwa *effort expectancy* tidak memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan.

Social Influence (Pengaruh Sosial) mengacu pada sejauh mana seseorang terpengaruh oleh pandangan dan dorongan orang lain, seperti keluarga, teman, atau kerabat dalam memutuskan untuk menggunakan teknologi baru (Venkatesh et al., 2003). Berdasarkan penelitian terdahulu

yang dilakukan oleh (Nur & Panggabean, 2021; Hidayat et al., 2020; Kanthi et al., 2022) menemukan bahwa *social influence* memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan. Adapun penelitian yang menyatakan hasil yang berbeda (Dzulhaida & Giri, 2017) bahwa *social influence* tidak berpengaruh positif terhadap minat penggunaan.

Facilitating Condition (Kondisi-kondisi yang memfasilitasi) ialah sejauh mana tingkat keyakinan seseorang bahwa infrastruktur organisasi akan memfasilitasi manfaat penggunaan suatu teknologi, maka akan membuat seseorang jauh merasa lebih mudah dalam menggunakan sistem tersebut khususnya dalam meningkatkan kinerja seperti kemampuan penggunaan dan sumber daya (Venkatesh et al., 2003). Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Dzulhaida & Giri, 2017; Nur & Panggabean, 2021; Alfansi & Daulay, 2021) menunjukkan bahwa *facilitating condition* berpengaruh positif terhadap minat penggunaan. Hal ini berlawanan dengan (Mahendra et al., 2017) yang menyatakan bahwa *facilitating condition* tidak memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan

Penelitian ini untuk menganalisis minat Generasi Z dalam menggunakan QRIS sebagai media transaksi di Kebumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap apakah QRIS memiliki pengaruh terhadap minat penggunaannya sebagai media transaksi, dengan Generasi Z sebagai responden. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berkaitan dengan masalah tersebut dengan judul **“Analisis Penerapan Model UTAUT Minat**

Penggunaan Pada *Digital Payment QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard)* di Kebumen“

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas adapun indentifikasi masalah yang akan dijadikan bahan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Performance Expectancy* berpengaruh terhadap minat penggunaan QRIS di Kebumen?
2. Apakah *Effort Expectancy* berpengaruh terhadap minat penggunaan QRIS di Kebumen?
3. Apakah *Social Influence* berpengaruh terhadap minat penggunaan QRIS di Kebumen?
4. Apakah *Facilitating Condition* berpengaruh terhadap minat penggunaan QRIS di Kebumen?

1.3. Batasan Masalah

Agar penelitian tidak menyimpang dari tujuan penelitian, maka penulis menetapkan batasan masalah sebagai berikut:

1. Responden dalam penelitian ini minimal berusia 17 tahun dan belum pernah menggunakan QRIS di Kebumen.
2. Objek dalam penelitian ini adalah orang yang minat menggunakan QRIS di Kebumen.

3. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui minat penggunaan *digital payment* terhadap QRIS di Kebumen. Guna untuk menghindari meluasnya bahasan, maka Variabel akan dibatasi pada :

a. Minat Penggunaan

Menurut Davis et al. (2017) menyebutkan bahwa minat perilaku didefinisikan sebagai tingkat seberapa kuat minat seseorang untuk melakukan perilaku tersebut. Minat perilaku adalah sebuah dorongan atau keinginan individu untuk melakukan suatu tindakan atau perilaku tertentu (Sati & M. Ramaditya, BBA., 2020). Dalam hal ini, minat perilaku mencerminkan sejauh mana seseorang termotivasi untuk menggunakan suatu teknologi. Indikator minat menurut (Sati & M. Ramaditya, BBA., 2020) terdiri dari tiga indikator, yaitu sebagai berikut:

1. Ketertarikan pada objek minat.
2. Perasaan senang.
3. Kecenderungan untuk menggunakan.

b. *Performance Expectancy*

Performance expectancy (ekspektansi kinerja) didefinisikan sejauh mana keyakinan seseorang bahwa penggunaan teknologi dapat meningkatkan kinerja mereka dalam menyelesaikan tugas seperti yang dijelaskan oleh (Venkatesh et al., 2003). Adapun Indikator *Performance expectancy* menurut (Venkatesh et al., 2003) yaitu:

1. *Perceived usefulness* (persepsi pada kegunaan)

2. *Motivasi extrinsic* (motivasi ekstrinsik)
3. *Job fit* (kesesuaian pekerjaan)
4. *Relative advantage* (keuntungan relatif)
5. *Outcome expectations* (ekspektansi hasil-hasil)

c. *Effort Expectancy*

Effort expectancy (ekspektansi usaha) didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang merasa bahwa penggunaan teknologi tertentu mudah dan dapat mengurangi upaya, baik dalam bentuk tenaga maupun waktu untuk menyelesaikan suatu pekerjaan (Venkatesh et al., 2003). Adapun Indikator *effort expectancy* menurut (Venkatesh et al., 2003) yaitu:

1. *Perceived Ease of Use* (Persepsi Kemudahan Penggunaan)
2. *Complexity* (Kerumitan)
3. *Ease of Use* (Kemudahan Penggunaan)

d. *Social Influence*

Social influence (pengaruh sosial) didefinisikan sejauh mana seseorang terpengaruh oleh pandangan dan dorongan orang lain, seperti keluarga, teman, atau kerabat dalam memutuskan untuk menggunakan teknologi baru (Venkatesh et al., 2003). Adapun Indikator *Social Influence* menurut (Venkatesh et al., 2003) yaitu:

1. *Subjective Norm* (Norma Subyektif)
2. *Social Factors* (Faktor Sosial)
3. *Image* (Citra Produk)

e. *Facilitating Condition*

Facilitating condition (kondisi-kondisi yang memfasilitasi) didefinisikan sejauh mana tingkat keyakinan seseorang bahwa infrastruktur organisasi akan memfasilitasi manfaat penggunaan suatu teknologi, maka akan membuat seseorang jauh merasa lebih dalam menggunakan suatu sistem tersebut (Venkatesh et al., 2003). Adapun Indikator *facilitating condition* menurut (Venkatesh et al., 2003) yaitu:

1. *Perceived Behavioral Control* (Persepsi Kontrol Perilaku)
2. *Facilitating Conditions* (Kondisi Fasilitas)
3. *Compatibility* (Kompatibilitas)

1.4. Tujuan Penelitian

Terkait masalah yang dirumuskan, maka tujuan penulis dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Performance Expectancy* terhadap minat penggunaan QRIS di Kebumen
2. Untuk mengetahui pengaruh *Effort Expectancy* terhadap minat penggunaan QRIS di Kebumen.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Social Influence* terhadap minat penggunaan QRIS di Kebumen.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Facilitating Condition* terhadap minat penggunaan QRIS di Kebumen.

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

- a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi baru bagi peneliti mengenai bagaimana QRIS digunakan sebagai pembayaran berbasis elektronik dan variabel-variabel yang mempengaruhinya.

b. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu kemajuan akademis di bidang penerimaan teknologi dan informasi di Kebumen dengan menawarkan lebih banyak pengetahuan dan wawasan serta dapat menjadi sumber daya untuk menciptakan penelitian di masa depan.

c. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dan evaluasi terhadap penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan Analisis Penerapan Model UTAUT terhadap minat penggunaan.

d. Bagi Bank Indonesia,

Penelitian ini diharapkan mengkomunikasikan kepada masyarakat luas bahwa QRIS merupakan teknologi pembayaran non-tunai yang dapat memberikan manfaat bagi masyarakat dalam bertransaksi, tenaga dan waktu.

1.5.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh perusahaan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan strategi yang tepat untuk meningkatkan keinginan pelanggan dalam minat pengguna QRIS (*Quick Response Indonesian Standar*).