

BAB I

PENDAHULUAN

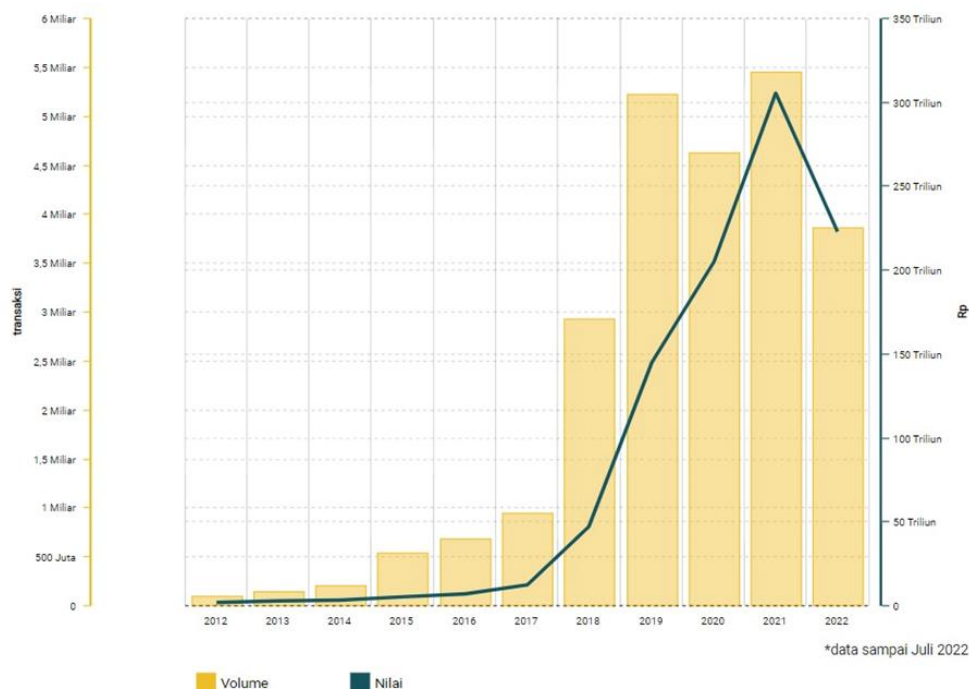
1.1 Latar Belakang Penelitian

Indonesia adalah salah satu Negara di Asia Tenggara dengan pertumbuhan ekonomi digital paling cepat. Ini dapat dilihat dari jumlah pengguna mobile telepon di Indonesia yang melebihi jumlah penduduk; 133.3% dari angka populasi total 277 juta, atau sama dengan 370.1 juta mobile telepon yang terhubung dengan internet. Selain itu, jumlah pengguna internet di Indonesia sebanyak 204.7 juta orang atau setara dengan 73.7% dari jumlah penduduk. Begitu juga, 68.9% di antaranya aktif di media sosial. Saat ini, hampir semua kegiatan dapat dilakukan dengan lebih mudah dengan bantuan teknologi, seperti pembayaran digital untuk proses transaksi jual beli. (Ina Liswaty et al, 2023)

Sistem Pembayaran Uang Elektronik di Indonesia sedang mengalami evolusi dengan teknologi yang terus berkembang dan memiliki standar yang tinggi. Hal ini membuat para penyedia dan pengguna sistem pembayaran uang elektronik untuk secara berkala melakukan optimasi layanan yang diberikan dalam sistem pembayaran, agar lebih mudah digunakan oleh konsumen di masa depan. (Sriekaningsih, 2020). Karena adanya kemajuan teknologi di bidang pembayaran digital, sekarang ini telah hadir layanan baru bernama dompet digital sebagai pengganti uang elektronik. Dengan dompet digital ini, pengguna dapat menaruh jumlah dana pada handphone mereka. (Saputri, 2020).

Kita dapat mencari petunjuk mengenai penggunaan uang elektronik melalui Aturan Alat Pembayaran Menggunakan Kartu (APMK) yang ditetapkan

dalam Peraturan Bank Indonesia (PBI) No. 14/2/PBI/2012. Peraturan PBI No. 16/8/PBI/2014 dan No. 18/17/PBI/2016 menjelaskan aspek lebih spesifik mengenai uang elektronik. Untuk jangka waktu 2012 hingga Juli 2022, kita dapat melihat tren peningkatan jumlah transaksi uang elektronik melalui grafik di bawah ini.

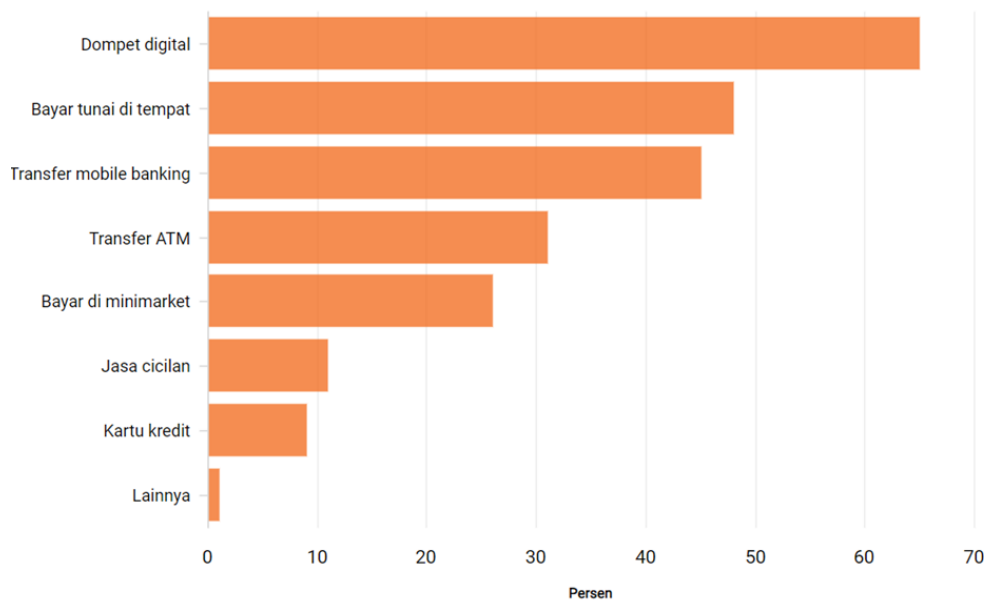


Sumber: Databoks, Kata Data.

Gambar 1. 1 Volume dan Nilai Transaksi Belanja Menggunakan Uang Elektronik di Indonesia (2012-Juli 2022)

Grafik di atas menunjukkan bahwa belanja online telah mendorong penggunaan uang elektronik, baik untuk pembelian barang maupun jasa. Data Bank Indonesia menunjukkan bahwa dalam satu dekade, volume dan nilai transaksi uang elektronik telah meningkat secara signifikan. Pada tahun 2012, terdapat 100,63 juta transaksi dengan total nilai Rp1,98 triliun. Pada tahun 2021, volume transaksi telah meningkat menjadi 5,45 miliar kali transaksi dengan total nilai Rp305 triliun. Ini menandakan bahwa selama satu dekade, volume

transaksi telah meningkat sebesar 5.316%, dan nilai transaksinya meningkat hingga 15.392%. Selama pandemi Covid-19, nilai transaksi belanja menggunakan uang elektronik juga terus tumbuh 41,16% dibandingkan tahun sebelumnya. Sementara pada Januari-Juli 2022, volume transaksi mencapai 3,87 miliar dengan nilai sebesar Rp222,9 triliun. Berdasarkan survey DataBoks, metode pembayaran paling populer saat berbelanja online sebagai berikut :



Sumber : Databoks, Kata Data

Gambar 1. 2 Metode Pembayaran Terfavorit Saat Belanja Online

Menurut hasil survei, metode pembayaran yang paling populer digunakan oleh konsumen Indonesia saat berbelanja online adalah dompet digital atau e-wallet, dengan persentase 65%. Kedua, cash on delivery (COD) dengan persentase 48% dipilih sebagai metode pembayaran. Ketiga, menggunakan internet payment atau QRIS dipilih oleh 45% responden. Sementara itu, 31% responden membayar melalui ATM, 26% melalui minimarket atau supermarket, dan 1% melalui pembayaran cicilan (databoks.katadata).

Layanan keuangan di sektor pembayaran digital memberikan dampak positif bagi masyarakat dan perekonomian nasional. Namun, tidak dapat dipungkiri bahwa perubahan zaman dapat memberikan efek negatif bagi pengguna teknologi, seperti kemungkinan terjadinya penyalahgunaan kesempatan dengan adanya layanan digital. Oleh karena itu, kenyamanan dan kemudahan yang ditawarkan oleh teknologi juga harus dibarengi dengan kesiapan masyarakat, seperti tingkat literasi keuangan yang dimiliki untuk meminimalisir risiko penipuan yang mungkin terjadi. Setiap individu memiliki tingkat literasi keuangan yang berbeda-beda karena adanya faktor-faktor yang mempengaruhi yaitu pengetahuan, sikap, dan perilaku. (Yusnita and Abdi, 2018).

Dengan indeks literasi keuangan pada tahun 2019 yang hanya mencapai 38,03%, tidak mudah untuk memperkenalkan QRIS sebagai inovasi teknologi baru kepada masyarakat Indonesia. Literasi keuangan memainkan peran penting dalam menentukan frekuensi penggunaan i-banking, karena individu merasa tidak percaya diri untuk menggunakan layanan teknologi keuangan karena kurangnya keterampilan keuangan dan digital. (Andreou and Anyfantaki, 2021).

Maka dari itu, dibutuhkannya edukasi untuk meningkatkan literasi keuangan masyarakat mengenai QRIS melalui suatu kegiatan iklan dan promosi yang disesuaikan dengan karakteristik sasaran pengguna.

Denso Wave, sebuah perusahaan Jepang, pertama kali menemukan kode QR pada tahun 1994. Awalnya digunakan untuk mengumpulkan data tentang

persediaan suku cadang otomotif. Jenis barcode ini sekarang digunakan di berbagai industri dan layanan. Bank sentral Indonesia telah mengeluarkan Standar Respon Cepat (QR code) sebagai alat pembayaran sesuai dengan Peraturan Dewan Gubernur No. 21/18/PADG/2019, tentang Implementasi Standar Pembayaran Kode Respon Cepat Nasional. QRIS dikembangkan oleh Bank Indonesia dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) dengan bantuan standar internasional EMV Co (organisasi yang menetapkan kode QR standar internasional untuk sistem pembayaran). Mulai 1 Januari 2020, Kode Respons Cepat Standar Indonesia (QRIS) resmi diimplementasikan.

Terlepas dari banyaknya keuntungan yang ditawarkan oleh QRIS, akan selalu ada risiko online yang ditimbulkan oleh individu yang ceroboh. Amin Nurdin, Dosen Senior Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia (LPPI), menyatakan bahwa kebijakan, peraturan perundang-undangan, dan infrastruktur Indonesia masih belum ideal dalam hal persiapan teknologi informasi. Menurut Tony, Deputi Direktur OJK untuk Arsitektur Perbankan Indonesia, ada empat bahaya terkait kemitraan antara bank dan fintech. Pertama, tidak ada persyaratan hukum untuk pertukaran data atau perlindungan data nasabah. Kedua, adanya kemungkinan pembobolan data nasabah, ketiga ancaman serangan siber, dan terakhir, risiko outsourcing. (Dasangga, 2022).

Sementara itu, Pratama Persadha, direktur Communication & Information System Security Research Center (CISSReC), sebuah lembaga riset siber, mengklaim bahwa banyak peretas yang membuat kode QR palsu untuk memikat pengguna ke akun lain dan situs web berbahaya. Dia teringat kejadian

pada tahun 2014, ketika pemerintah Tiongkok menghentikan sementara pembayaran dompet digital untuk waktu yang cukup lama. Empat metode pembayaran utama pada saat itu, termasuk di pasar dan kios, adalah AliPay dan WeChat Pay.(Dewi, 2022).

Fore Coffee adalah sebuah kafe startup yang populer di Indonesia, khususnya di Dipatiukur, Bandung, yang bersaing dengan kedai kopi lainnya. Kafe ini memiliki 135 cabang di seluruh Indonesia, dengan 90% transaksinya dilakukan secara non-tunai berkat aplikasi berbasis digital. Tempat ini telah menjadi tujuan favorit bagi banyak orang, termasuk para pengguna QRIS. Pembayaran QRIS telah menjadi semakin populer di beberapa industri dan lokasi. Ini adalah tempat yang tepat untuk mengamati penggunaan QRIS, karena suasananya yang sibuk dan pembayaran harian. Meneliti penggunaan QRIS di antara pelanggan Fore Coffee dapat memberikan indikasi yang baik tentang adopsi dan penerimaannya di antara berbagai pengguna. Teknologi ini dapat memberikan pengalaman pembayaran yang lebih mudah dan lebih cepat, membuat pelanggan merasa lebih efisien saat menggunakan QRIS.

Penelitian ini dapat mengeksplorasi persepsi pelanggan terhadap penggunaan QRIS, kepuasan mereka terhadap pengalaman, dan keinginan mereka untuk terus menggunakan metode pembayaran ini di Fore Coffee. Penelitian ini juga dapat melihat penerimaan dan keberlanjutan penggunaan QRIS oleh pelanggan Fore Coffee. Apakah penggunaan awalnya hanya sebuah tren atau metode pembayaran jangka panjang? Studi ini dapat memberikan wawasan tentang sejauh mana pelanggan menerima dan terus menggunakan

QRIS di Fore Coffee. Dengan begitu, jika pelanggan merasa puas, maka sangat mungkin menimbulkan loyalitas di kalangan pelanggan Fore Coffee. Fore Coffee merupakan startup kopi berbasis digital, dengan 135 gerai. Pionir kopi digital ini telah membuktikan bahwa 90% dari seluruh transaksi dilakukan secara non-tunai. Fore Coffee menyediakan pilihan pembayaran tunai dan non-tunai, salah satunya QRIS.(goodmoney.id).

Tingkat penggunaan QRIS sebagai salah satu metode pembayaran digital telah menunjukkan bahwa banyak orang yang memanfaatkannya. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis niat perilaku konsumen dalam menggunakan QRIS. Niat berperilaku ini berupa keinginan seseorang untuk menggunakan teknologi informasi dengan tujuan tertentu. Hal ini juga dapat diartikan sebagai kuatnya niat seseorang untuk melakukan tindakan tertentu. (Venkatesh et. al. 2003). Ketahui tentang sistem baru, cara menggunakannya, dan manfaat yang bisa didapat merupakan poin penting yang harus dipertimbangkan ketika memutuskan untuk menggunakan atau tidak sistem baru. Persepsi orang lain mengenai sistem juga memiliki peran penting dalam membentuk niat untuk melakukannya. (Kwateng et al. 2019). Seseorang dengan Niat Berperilaku akan menunjukkan loyalitas mereka terhadap suatu produk atau jasa dan akan dengan senang hati merekomendasikannya kepada orang lain. (Kotler, 2012). Berdasarkan teori yang ada, dapat disimpulkan bahwa sikap untuk berperilaku terbentuk dari kenyamanan dan kesukaan menggunakan produk atau jasa. Jika seseorang merasa aman dan nyaman menggunakan

teknologi, maka mereka akan merekomendasikan hal tersebut kepada orang lain.

Tabel 1. 1 Survey awal mengenai Niat Berperilaku

No.	Pertanyaan	YA	TIDAK
1	Apakah anda berencana untuk terus menggunakan QRIS dimasa mendatang?	27 (90%)	3 (10%)
2	Apakah anda akan selalu menggunakan QRIS pada saat melakukan pembayaran?	9 (30%)	21 (70%)
3	Apakah anda berencana menggunakan QRIS sesering mungkin?	21 (70%)	9 (30%)

Sumber : Survey Awal Penelitian pada Konsumen Fore Coffee Dipatiukur (2023)

Berdasarkan survei awal kepada 30 responden yang menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran untuk kopi, dapat disimpulkan bahwa masalah muncul di indikator niat untuk terus menggunakan sistem dalam kehidupan sehari-hari; yaitu No. 1. Pengguna QRIS berpendapat bahwa mereka tidak akan selalu menggunakan QRIS untuk melakukan pembayaran.

Selain niat untuk berperilaku, persepsi dari kemudahan penggunaan juga menjadi faktor yang mempengaruhi penggunaan QRIS. Bagaimana mudahnya anda merasakan saat menggunakan sistem baru adalah hal yang penting untuk dipahami dan digunakan. (Pinar dkk. 2019). Seseorang dapat meyakini bahwa sistem baru dapat diakses dan dipahami dengan mudah, yaitu melalui Persepsi Kemudahan Penggunaan. (Nasri dan Charfeddine, 2019)

Penelitian Witami dan Suartana (2019) mendapati bahwa Persepsi Kemudahan Penggunaan memberi kesan yang positif terhadap penggunaan QRIS. Ini bermakna, semakin tinggi persepsi kemudahan penggunaan, semakin banyak juga penggunaan QRIS. Sesuatu ini diperkuat oleh kajian Ningsih et al.

(2021), yang menyebutkan bahwa Persepsi Kemudahan Penggunaan juga mempunyai pengaruh positif terhadap penggunaan QRIS. Dengan peningkatan kemudahan penggunaan, penggunaan QRIS akan semakin tinggi.

Tabel 1.2 Survey awal mengenai Persepsi Kemudahan Penggunaan

No.	Pertanyaan	YA	TIDAK
1	Apakah menurut anda cara menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran di Fore Coffee sangat mudah dipelajari?	29 (96,7%)	1 (3,3%)
2	Apakah menurut anda cara menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran di Fore Coffee sangat mudah dimengerti dan jelas?	29 (96,7%)	1 (3,3%)
3	Apakah proses pembayaran menggunakan QRIS membutuhkan waktu dan usaha yang minimal dari anda sebagai konsumen Fore Coffe?	12 (40%)	18 (60%)
4	Apakah menurut anda menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran sangatlah mudah?	28 (93,3%)	2 (6,7%)

Sumber : Survey Awal Penelitian pada Konsumen Fore Coffee Dipatiukur (2023)

Berdasarkan hasil survey awal terhadap 30 reponden yang merupakan konsumen fore coffee yang menggunakan metode pembayaran QRIS untuk mengetahui fenomena faktor Persepsi Kemudahan Penggunaan didapatkan bahwa terjadi masalah pada indikator Effortless yaitu No. 3, dimana pengguna QRIS sebagian berpendapat bahwa pada saat pembayaran menggunakan QRIS mereka mebutuhkan waktu atau effort lebih yang disimpulkan peneliti bahwa biasanya hambatan pada saat menggunakan metode pembayaran QRIS ada kendala pada sinyal dan hanndphone yang lemot yang membuat si konsumen membutuhkan waktu lebih.

Selain itu, Persepsi Kegunaan (PU) dapat diartikan juga sebagai sejauh mana seorang pengguna percaya bahwa dengan menggunakan layanan m-payment akan meningkatkan kinerja dan produktivitasnya dalam melakukan

kegiatan transaksi secara daring maupun luring. (Phonthanukitithaworn et al. 2016).

Tabel 1.3 Survey awal mengenai Persepsi Kegunaan

No.	Pertanyaan	YA	TIDAK
1	Apakah saat melakukan pembayaran menggunakan QRIS anda merasa lebih praktis dan efisien?	15 (50%)	15 (50%)
2	Apakah QRIS sangat berguna bagi anda untuk melakukan pembayaran?	29 (96,7%)	1 (3,3%)
3	Apakah pada saat menggunakan QRIS untuk pembayaran anda merasa lebih efektif?	26 (86,7%)	4 (13,3%)
4	Apakah menggunakan QRIS pada saat pembayaran sangat mudah?	29 (96,7%)	1 (3,3%)
5	Apakah anda merasa bahwa QRIS membantu anda melakukan pembayaran dengan lebih aman?	15 (50%)	15 (50%)

Sumber : Survey Awal Penelitian pada Konsumen Fore Coffee Dipatiukur (2023)

Berdasarkan hasil survei awal terhadap 30 responden yang merupakan konsumen fore coffee yang menggunakan metode pembayaran QRIS untuk mengetahui fenomena faktor Persepsi Kegunaan didapatkan bahwa bahwa persentase pada pertanyaan ini menunjukkan lebih kecil dari pertanyaan dari indikator lain, pada indikator work quickly yaitu pertanyaan No.1 dimana sebagian pengguna merasa bahwa penggunaan qris belum praktis dan efisien dikarenakan terhambat oleh jaringan internet yang tidak stabil dan handphone yang lemot membuat penggunaan qris menjadi lama karena loading, dan juga pada indikator Performance yaitu No.5 dimana sebagian pengguna QRIS merasa tidak lebih aman pada saat menggunakan metode Pembayaran QRIS dikarenakan terkendala pada jaringan yang bisa membuat transaksi pembayaran gagal yang membuat antrian panjang karena transaksi lama.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan peneliti tertarik mengadakan penelitian, dengan judul “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Pada Niat Berperilaku Untuk Menggunakan QRIS Yang Dimediasi Oleh Persepsi Kegunaan” dengan Studi Kasus Pada Pengguna QRIS Di Fore Coffee Dipatiukur.

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan fenomena atau permasalahan dari latar belakang diketahui identifikasi masalah yaitu sebagai berikut :

1. Pada variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan, sebagian konsumen berpendapat bahwa penggunaan QRIS yang membutuhkan waktu dan effort lebih pada saat menggunakannya yang terdapat pada faktor internal
2. Pada variabel Niat Berperilaku, pengguna QRIS masih belum mau menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran utama pada setiap transaksi pembayaran.
3. Pada variabel Persepsi Kegunaan, pengguna QRIS berpendapat bahwa menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran, mereka merasa tidak lebih praktis dan efisien dikarenakan ada kendala jaringan yang tidak stabil yang membuat penggunaan qris menjadi lama karena loading.

1.2.2 Rumusan Masalah

Sesuai dengan uraian diatas maka peneliti memberikan rumusan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana tanggapan responden mengenai Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Penggunaan QRIS Pada Konsumen Fore Coffe Dipatiukur
2. Bagaimana tanggapan responden mengenai Pengaruh Niat Berperilaku Penggunaan QRIS Pada Konsumen Fore Coffee Dipatiukur
3. Bagaimana tanggapan responden mengenai Pengaruh Persepsi Kegunaan Penggunaan QRIS Pada Konsumen Fore Coffee Dipatiukur
4. Seberapa besar pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Niat Berperilaku Penggunaan QRIS Pada Konsumen Fore Coffee Dipatiukur
5. Seberapa besar pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Persepsi Kegunaan Penggunaan QRIS Pada Konsumen Fore Coffee Dipatiukur
6. Seberapa besar pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Niat Berperilaku melalui Persepsi Kegunaan sebagai variabel mediasi

1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini bermaksud untuk untuk memperoleh data dan informasi, serta mengetahui seberapa besar Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Pada Niat Berperilaku Yang Dimediasi Oleh Persepsi Kegunaan terhadap penggunaan QRIS di Fore Coffee.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Niat Berperilaku pada pengguna QRIS di Fore Coffe Dipatiukur.
2. Untuk mengetahui pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Persepsi Kegunaan pada pengguna QRIS di Fore Coffee Dipatiukur.
3. Untuk mengetahui pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Niat Berperilaku pada pengguna QRIS di Fore Coffee Dipatiukur
4. Untuk mengetahui pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Niat Berperilaku dengan Persepsi Kegunaan sebagai variabel mediasi

1.4.1 Kegunaan Penelitian

1.4.1Kegunaan Praktis

Manfaat hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih bagi perusahaan penyedia layanan dompet digital untuk lebih mengerti konsumen yang disasar, mengedukasi konsumen tentang kelebihan dompet digital dibandingkan alat pembayaran tunai ataupun nontunai lain. Dan juga menjadi pembanding bagi Fore Coffee apabila ternyata pengaruh yang diberikan pada pembayaran digital atau QRIS lebih efektif dibanding pembayaran tunai. Kemudian menjadi sebuah ajakan untuk beralih menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran nontunai pada setiap kita melakukan transaksi pembelian.

1.4.2 Kegunaan Akademis

Secara akademis di harapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat diantaranya :

1. Bagi pengembangan ilmu pengetahuan, dapat memberikan suatu karya peneliti baru yang dapat mendukung dalam pengembangan sistem informasi.
2. Bagi peneliti dapat menambah wawasan dengan mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh secara teori di lapangan.
3. Bagi peneliti lain dapat dijadikan sebagai acuan terhadap pengembangan ataupun pembuatan dalam penelitian yang sama

1.5 Lokasi Dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Fore Coffee Dipatiukur yang beralamatkan di Jl. Dipatiukur, Lebak Gede, Kecamatan Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat 40132.

1.5.3 Waktu Penelitian

Adapun penelitian ini dilakukan mulai dari bulan April 2023 sampai bulan Juni 2023 dengan jadwal penelitian penulis sebagai berikut :

Tabel 1. 4 Pelaksanaan penelitian.

No	Uraian	Waktu Kegiatan																											
		April				Mei				Juni				Juli				Agustus				September							
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
1	Survei Tempat Penelitian	■	■																										
2	Melakukan Penelitian			■																									
3	Mencari Data				■																								
4	Membuat Proposal					■																							
5	Seminar						■																						
6	Revisi							■																					
7	Penelitian Lapangan									■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■								
8	Bimbingan																	■	■	■	■	■	■	■	■				
9	Sidang																									■	■	■	■

Sumber: Diolah Peneliti (2023)