



Jurnal Nominal Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen

URL: <https://journal.uny.ac.id/index.php/nominal>



Percepatan Implementasi *Digital Payment* Pada UMKM: Intensi Pengguna QRIS Berdasarkan *Technology Acceptance Model*

Erlinda Sholihah^{a,1,*}, Risma Nurhapsari^{a,2}

^a Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Studi Ekonomi Modern, Indonesia

¹erlindaholihah@stekom.ac.id*, ²risma@stekom.ac.id

* corresponding author

ARTICLE INFO

Article history

Received: 08 August 2022

Revised : 15 February 2023

Accepted: 24 March 2023

Keywords

Usage Intentions

MSMEs

QRIS

Digital Payment

Technology Acceptance Model

Kata Kunci

Intensi Penggunaan

UMKM

QRIS

Pembayaran Digital

Technology Acceptance Model

ABSTRACT

This study explores the role of perceived usefulness and perceived ease of use towards the intention of using QRIS for MSMEs in Semarang City's Traditional Market based on the Technology Acceptance Model (TAM). Quantitative research with a causal design was applied in this study. The population of this study is the traders in the traditional market of Semarang City. Empirical data were collected through questionnaires from 100 respondents and analyzed using SmartPLS based on the SEM-PLS method. The results of this study confirm that perceived usefulness and perceived ease of use have a positive and significant impact on the intention to use QRIS. Thus, this study is consistent with the efforts of the government and Bank Indonesia in encouraging the acceleration of the implementation of digital payments or the National Non-Cash Movement (GNNT) and the development of the MSMEs digitalization program.

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini ialah mengeksplorasi peran persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan terhadap intensi penggunaan QRIS bagi pelaku UMKM di Pasar Tradisional Kota Semarang berdasarkan konsep *Technology Acceptance Model* (TAM). Penelitian kuantitatif dengan desain kausal diaplikasikan dalam studi ini. Populasi penelitian ini ialah para pedagang di pasar tradisional Kota Semarang. Data empiris dikumpulkan melalui kuesioner dari 100 responden dan dianalisis menggunakan SmartPLS berdasarkan metode SEM-PLS. Hasil studi ini mengkonfirmasi bahwa persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan memiliki dampak yang positif dan signifikan terhadap intensi untuk menggunakan QRIS. Dengan demikian, studi ini konsisten dengan upaya pemerintah dan Bank Indonesia dalam mendorong percepatan implementasi *digital payment* atau Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) dan pengembangan program digitalisasi UMKM.

This is an open-access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



1. Pendahuluan

Pada era saat ini, penggunaan *smartphone* telah menjadi bagian mendasar dari kehidupan sehari-hari masyarakat. Seiring meningkatnya perkembangan teknologi seluler yang terjadi secara global, telah memberikan dampak pada peningkatan layanan seluler dengan menawarkan berbagai layanan baru yang menarik, seperti tersedianya fasilitas pembayaran pada *smartphone* (Gupta & Arora, 2020; Putera KOSIM & Legowo, 2021). Terlebih lagi, globalisasi dan inovasi di bidang teknologi informasi dan keuangan juga telah membuat sistem keuangan semakin kompleks, dinamis, dan terkoneksi. Hal ini didukung dengan metode pembayaran elektronik yang praktis, mudah, dan cepat yang sudah menjadi hal yang lumrah di masyarakat saat ini (Anggarini, 2022).

Sebagaimana Bank Indonesia dalam *Blueprint Sistem Pembayaran Indonesia (BSPI) 2025* menyatakan bahwa pertumbuhan permintaan layanan keuangan harus mengikuti prinsip-prinsip, seperti kecepatan, efisien, dan era digital yang saat ini mendisrupsi semua aspek, termasuk pembayaran. Sistem pembayaran merupakan seperangkat aturan, sistem, dan mekanisme transfer dana untuk memenuhi kewajiban yang timbul dari kegiatan ekonomi. Inisiasi BSPI 2025 ini bertujuan agar tercipta sistem pembayaran yang CEMUMUAH (cepat, mudah, murah, aman, dan juga handal) (Bank Indonesia, 2022a).

Sementara berdasarkan data survei OJK, indeks literasi keuangan di tahun 2019 mencapai sekitar 38% dan tingkat inklusi keuangan mencapai sekitar 76%. Ini membuktikan bahwa secara umum masyarakat belum sepenuhnya paham perihal spesifikasi produk ataupun layanan dari sektor jasa keuangan. Atas dasar itu, Otoritas Jasa Keuangan telah membuat komitmen yang kuat demi meningkatkan indeks literasi maupun inklusi keuangan nasional, yang dituangkan dalam Kerangka Struktural Master Plan Sektor Jasa Keuangan Indonesia tahun 2021-2025, yaitu memperluas akses keuangan dan meningkatkan literasi keuangan masyarakat, terutama di kalangan pelaku usaha atau sektor UMKM (OJK, 2022).

Seperti yang dikemukakan oleh Otoritas Jasa Keuangan, bahwa perkembangan inovasi keuangan digital dapat diperkuat dengan potensi yang dimiliki Indonesia, dimana sektor UMKM ialah 99% dari sekitar 59 juta perusahaan di Indonesia. Lebih lanjut, Kementerian Koperasi dan UKM juga mengatakan bahwa peran sektor UMKM saat ini sangat penting dalam membangun stabilitas ekonomi di Indonesia. Hal tersebut menjadi bukti bahwa sektor UMKM tetap berkinerja baik saat pandemi Covid-19 melanda Indonesia seiring perusahaan-perusahaan besar mulai gulung tikar (Erlanitasari et al., 2020; Mahyuni & Setiawan, 2021). Apalagi di era disrupsi ekonomi saat ini, digitalisasi semakin nyata dan merupakan langkah strategis bagi UMKM untuk tetap eksis dan terus berperan besar dalam pemulihan ekonomi. Inovasi disruptif merupakan inovasi sistem transformasi pasar yang mengutamakan kemudahan, kepraktisan, aksesibilitas, dan rendah biaya. *Digital payment* dengan demikian memberikan solusi bagi pertumbuhan sektor UMKM dengan menggunakan perangkat elektronik, sehingga dapat menjangkau distribusi pasar yang lebih luas (Anggarini, 2022; Hardiky et al., 2021).

Digitalisasi merupakan agen perubahan untuk pemulihan ekonomi, sekaligus membuka jalan bagi pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. Akibatnya, digitalisasi telah membawa peradaban ke tingkat layanan yang lebih luas, lebih inklusif, dan terjangkau bagi semua masyarakat. Misalnya, di masa pandemi Covid-19 dimana batasan sosial tak terhindarkan, transaksi digital hadir untuk kelangsungan sektor ekonomi. Secara tidak langsung, pandemi Covid-19 menjadi pendorong percepatan digitalisasi. Artinya, saat ini telah banyak masyarakat yang memiliki akses layanan digital dalam urusan ekonomi dan keuangan dengan manfaat yang bersifat lebih cepat, mudah, murah, aman, dan handal. Ini merupakan komitmen berkelanjutan Bank Indonesia untuk mengembangkan potensi digitalisasi dengan menggunakan BSPI 2025 sebagai pedoman regulasi sistem pembayaran dalam menavigasi fungsi industri sistem pembayaran di masa ekonomi dan keuangan digital, salah satunya dengan diluncurkannya *Quick Response Indonesian Standard (QRIS)* (Bank Indonesia, 2022a).

Quick Response Indonesian Standard (QRIS) adalah standar kode QR pembayaran yang diinisiasi oleh Bank Indonesia bersama Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) yang diluncurkan mulai 1 Januari 2020 untuk memfasilitasi *digital payment* di Indonesia dan khususnya untuk mendukung perkembangan sektor UMKM. QRIS merupakan kombinasi dari banyak kode QR yang disediakan untuk membuat proses transaksi pembayaran jauh lebih cepat, mudah, murah, aman, dan handal.

QRIS menampilkan semua aplikasi pembayaran untuk semua operator, baik bank maupun non bank, dan dapat digunakan di semua merchant, toko, tempat parkir, warung, tiket wisata, hingga donasi. Dengan motto UNGGUL yaitu Universal, Gampang, Untung, dan Langsung, QRIS dimaksudkan untuk memfasilitasi efisiensi transaksi, memacu percepatan inklusi keuangan, serta mendorong pertumbuhan UMKM dan pertumbuhan ekonomi (Bank Indonesia, 2022b).

QRIS telah diadopsi oleh 20,6 juta pengguna hingga saat ini. Dari jumlah tersebut, 19,3 juta merchant telah menggunakan QRIS, hampir 90% diantaranya ialah UMKM. Karenanya, sebanyak 65 juta UMKM diharapkan bisa tercover oleh QRIS. Seiring bertambahnya jumlah pengguna, nominal transaksi QRIS juga meningkat signifikan, yakni meningkat 283% *year-on-year* pada Mei 2022 (finansial.bisnis.com, 2022). Ini menunjukkan bahwa ekonomi digital tidak hanya didominasi oleh kelompok masyarakat kelas menengah ke atas.

Begitu pula Bank Indonesia Perwakilan Jateng terus berekspansi terhadap adopsi QRIS sebagai metode pembayaran digital secara masif. Di Jawa Tengah, khususnya di Kota Semarang, penggunaan QRIS telah banyak digunakan dalam transaksi pembayaran di ritel tradisional ataupun modern, angkutan umum, pajak dan pendapatan pemerintah daerah, bahkan dalam melakukan donasi sosial. Bank Indonesia Perwakilan Jateng mengatakan hingga Mei 2022, Jawa Tengah sudah memiliki sekitar 1,4 juta merchant QRIS. Didukung adanya program Pasar siap QRIS, laju pertumbuhan transaksi QRIS telah mencapai 306,1% *year-on-year* pada Maret 2022 (jatengprov.go.id, 2022). Adapun di Kota Semarang sendiri sebanyak 265.783 merchant telah menggunakan QRIS, tak terkecuali pelaku UMKM di pasar tradisional (upradio.id, 2022). Dengan hadirnya QRIS di pasar tradisional, diharapkan masyarakat dapat memahami cara bertransaksi, berbelanja, dan berhemat (semarangpedia.com, 2022).

Tingginya pengguna QRIS oleh UMKM dan semakin meningkatnya tren *cashless* oleh konsumen dan pelaku usaha di Kota Semarang tersebut menunjukkan tingginya tingkat adopsi teknologi yang tercermin dari intensi perilaku para pelaku UMKM sebagai pengguna layanan *digital payment*. Karenanya, faktor-faktor penentu intensi pengguna QRIS tersebut sangat urgen untuk diidentifikasi lebih lanjut, terlebih intensi penggunaan oleh pelaku UMKM. Hal ini akan menjadi isu penting dalam pengembangan UMKM dan pemanfaatan QRIS secara optimal, terutama dengan gencarnya gerakan *cashless* yang dicanangkan oleh Bank Indonesia.

Rahman dan Susanto (2022) dan Mahyuni dan Setiawan (2021) menemukan bahwa persepsi manfaat dari QRIS dan kemudahan penggunaannya bagi pelaku UMKM ialah faktor terpenting dalam memutuskan untuk menggunakan QRIS. Sementara Rafferty dan Fajar (2022) menyatakan bahwa manfaat dan kemudahan penggunaan QRIS tidak berpengaruh signifikan terhadap intensi para pelaku UMKM untuk menggunakannya. Lain halnya Yan et al. (2021) menyebutkan bahwa persepsi kemudahan tidak mempengaruhi intensi penggunaan QRIS oleh para pelaku UMKM, sedangkan persepsi manfaat berpengaruh atas penggunaannya. Guna menjawab kesenjangan dari beberapa penelitian sebelumnya, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terkait intensi penggunaan QRIS pada UMKM di pasar tradisional.

Model adopsi teknologi, seperti *Technology Acceptance Model* (TAM), telah diterapkan secara luas selama bertahun-tahun untuk menilai sikap pengguna terhadap teknologi baru. TAM merupakan salah satu model yang paling menonjol dan dikenal luas untuk memprediksikan intensi penggunaan teknologi (Prasetyo et al., 2021). Terlebih, TAM merupakan model yang andal dan efektif untuk mengevaluasi penggunaan teknologi (Amin et al., 2016; Muñoz-Leiva et al., 2017; Puspitasari & Salehudin, 2022). Dimana sejak tahun 2005, ditemukan hampir lebih dari 42% peneliti mengaplikasikan model TAM atau versi TAM yang diperluas dalam meneliti adopsi teknologi (Haider et al., 2018). Fokus model ini ialah pada aspek manfaat dan kemudahan dari sistem yang digunakan. Oleh karena kemudahan implementasi dan kesederhanaannya, model ini banyak diterapkan oleh para peneliti dalam menganalisis penggunaan teknologi baru yang diaplikasikan dalam berbagai bidang (Amin et al., 2016; Harb & Alhayajneh, 2019; Singh & Srivastava, 2020).

Oleh sebab itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji intensi perilaku adopsi QRIS ditinjau dari persepsi kemanfaatan dan kemudahan yang dirasakan oleh pelaku UMKM di pasar tradisional Kota Semarang berdasarkan *Technology Acceptance Model*. Temuan riset ini diharapkan dapat memberikan pengalaman yang lebih baik dalam mempertimbangkan faktor-faktor penerimaan para pedagang terhadap QRIS. Dengan demikian, kehadiran teknologi pembayaran QRIS ini merupakan wujud nyata peran pemerintah dalam meningkatkan transaksi non tunai dan digitalisasi UMKM.

2. Kajian Literatur

2.1. *Technology Acceptance Model*

Untuk menjelaskan dan memprediksi penerimaan pengguna dari individu terhadap teknologi informasi baru, dengan mengidentifikasi karakteristik yang mendorong keberhasilan suatu sistem informasi dan kemampuan beradaptasinya terhadap kebutuhan yang terkait dengan bisnis. Sesuai dengan tujuan penelitian ini dan relevansinya dalam menjelaskan perilaku pengguna, kami menggunakan model dan teori yang dikembangkan oleh Davis pada tahun 1989, yakni *Technology Acceptance Model* (TAM) (Martens et al., 2017; Muñoz-Leiva et al., 2017). TAM merupakan pengembangan teoritis dari *Theory of Reasoned Action* (TRA). Dimana TAM diusulkan dari perspektif ilmu perilaku dengan mengintegrasikan teori harapan dan teori efikasi diri, yang digunakan untuk mempelajari niat perilaku individu dalam penggunaan suatu teknologi (Amin et al., 2016; Fulshah et al., 2022; Hu et al., 2019).

TAM ditetapkan untuk menyelidiki faktor yang mempengaruhi adopsi teknologi informasi (Altin Gumussoy et al., 2018; Chuang et al., 2016). Konsep TAM menunjukkan bahwa manfaat dan kemudahan penggunaan yang dirasakan adalah faktor kunci dari sikap terhadap penggunaannya (Kasilingam, 2020; Shemesh & Barnoy, 2020). Karena TAM telah mampu menjelaskan dan membuktikan dengan baik perbedaan kesediaan individu untuk mengadopsi teknologi informasi yang juga dapat ditingkatkan dan ditentukan sesuai dengan analisis masalah, sehingga TAM telah menjadi salah satu model yang paling banyak digunakan di bidang penelitian adopsi teknologi informasi (Hu et al., 2019; Le et al., 2022). Diantaranya dalam aplikasi layanan kesehatan (Shemesh & Barnoy, 2020), aplikasi rekrutmen pekerjaan (Mohd Amir et al., 2020), *e-channel* perbankan (Hu et al., 2019; Singh & Srivastava, 2020), *e-wallet* (Amin et al., 2016; To & Trinh, 2021), *mobile payment* (Gupta & Arora, 2020; Martens et al., 2017), hingga aplikasi belanja online (Harb & Alhayajneh, 2019; Kasilingam, 2020).

2.2. Intensi Penggunaan

Intensi atau niat perilaku ialah dorongan, keinginan ataupun niat seseorang untuk melakukan tindakan tertentu (Simeru & Tanamal, 2020). Dapat diartikan pula sebagai probabilitas subjektif seseorang bahwa mereka akan terlibat dalam tindakan tertentu (Martens et al., 2017). Sebagaimana Davis (1989) mendefinisikan intensi sebagai tingkat keinginan seseorang untuk melakukan hal tertentu. Secara sederhana, maksud intensi penggunaan QRIS bagi para pelaku UMKM yakni keinginan mereka untuk menggunakan layanan QRIS sebagai alat pembayaran digital dalam operasional bisnisnya. Adapun beberapa indikator dari intensi untuk menggunakan, seperti ingin menggunakan, selalu berusaha menggunakan, dan melanjutkan di masa mendatang (Jogiyanto, 2008).

2.3. Persepsi Kemanfaatan

Persepsi kemanfaatan merupakan salah satu variabel mendasar dalam *Technology Acceptance Model* (TAM). Sebagaimana Davis (1989) menyatakan bahwa persepsi kemanfaatan menjadi salah satu faktor yang berpengaruh atas intensi seseorang dalam penggunaan suatu teknologi tertentu. Maksud persepsi kemanfaatan ialah seberapa jauh seseorang mempercayai bahwa dengan menggunakan suatu sistem atau teknologi bisa meningkatkan produktivitas maupun kinerja mereka (Venkatesh & Davis, 2000). Adapun kemanfaatan yang dirasakan termasuk menawarkan fleksibilitas, efisiensi, kenyamanan bagi pengguna, dan sesuai dengan standar penggunaannya (Keng-Soon et al., 2019; Patel & Patel, 2018). Begitu pula Jogiyanto (2008) mengemukakan bahwa persepsi kemanfaatan ialah seberapa jauh seorang individu mempercayai adanya peningkatan kinerja dari penggunaan suatu teknologi. Karenanya, mereka yang merasakan adanya keuntungan dari penggunaan teknologi akan menggunakannya, dan sebaliknya. Indikator persepsi kemanfaatan antara lain mempercepat pekerjaan, meningkatkan kinerja, meningkatkan produktivitas, efektivitas, menyederhanakan pekerjaan, dan bermanfaat.

Riset-riset sebelumnya telah mengkonfirmasi bahwa persepsi kemanfaatan sangat mempengaruhi intensi untuk menggunakan. Orang yang merasa diuntungkan dengan adanya produk atau layanan tertentu, kemungkinan besar akan menggunakannya. Demikian pula, ketika menggunakan teknologi, keuntungan dan kegunaan yang dirasakan merupakan faktor kunci yang mendorong penggunaan teknologi (Kasilingam, 2020). Hal tersebut juga diungkapkan oleh Martens et al. (2017), Ming dan Jais (2022), Pillai et al. (2020), Puspitasari dan Salehudin (2022), serta To dan Trinh (2021) yang

menegaskan bahwa persepsi kemanfaatan memiliki dampak positif terhadap intensi untuk menggunakan. Dengan kata lain, semakin besarnya manfaat yang dirasa para pedagang atas penggunaan QRIS, besar pula intensi mereka terhadap penggunaannya dalam menunjang aktivitas bisnis, terutama dalam aktivitas pembayaran. Karenanya, hipotesis yang diadopsi ialah:

H1: Persepsi kemanfaatan berpengaruh positif terhadap intensi penggunaan.

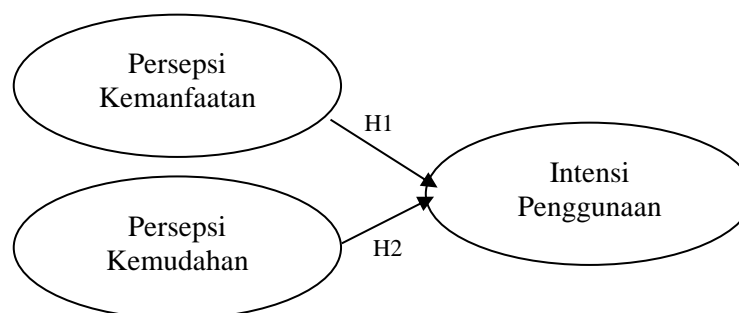
2.4. Persepsi Kemudahan

Berdasarkan *Technology Acceptance Model* (TAM), persepsi kemudahan ialah sejauh mana seorang individu percaya bahwa menggunakan teknologi tertentu akan membuat aktivitasnya lebih mudah. Oleh karena itu, orang senang menerima teknologi yang mudah dipahami dan digunakan (Muñoz-Leiva et al., 2017; Patel & Patel, 2018; Venkatesh & Davis, 2000). Begitu juga dengan para pelaku UMKM, dimana mereka lebih cenderung menggunakan QRIS jika dianggap *user-friendly*, mudah digunakan, dan tidak terlalu merepotkan untuk digunakan. Dengan kata lain, para pelaku UMKM percaya bahwa menggunakan QRIS dalam transaksi pembayaran jauh lebih mudah daripada pembayaran tunai. Seperti yang ditunjukkan oleh Jogiyanto (2008), rentang indikatornya yakni mudah dipelajari, mudah dikontrol, jelas dan mudah dipahami, fleksibel, mudah dikuasai, dan mudah digunakan.

Kehadiran perangkat pembayaran digital berupa QRIS memungkinkan para pelaku UMKM untuk menyelesaikan transaksi dengan mudah dan cepat (Mahyuni & Setiawan, 2021). Selanjutnya, kemudahan yang dimaksud juga berupa kemudahan penggunaan. Karenanya, seseorang tidak perlu membuang banyak waktu hanya demi mempelajari teknis pengoperasiannya. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin mudah suatu teknologi digunakan, semakin besar kemungkinan pengguna untuk mengadopsinya (Altin Gumussoy et al., 2018; Le et al., 2022; Mohd Amir et al., 2020). Adapun Harryanto et al. (2018) menemukan bahwa persepsi kemudahan memiliki dampak positif yang besar pada intensi penggunaan. Dengan kata lain, pengoperasian *internet banking* yang lebih mudah akan mendorong nasabah untuk menggunakan *internet banking* tersebut. Selain itu, hasil riset yang telah dilakukan oleh Singh dan Srivastava (2020), To dan Trinh (2021), Ezeh dan Nwankwo (2018), Ningsih et al. (2021), serta Gea dan Al-Azhar (2021) menyatakan bahwa semakin besar kemudahan yang dipersepsikan seseorang, besar pula intensi untuk menggunakannya. Oleh karena itu, hipotesis yang akan dievaluasi yakni:

H2: Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap intensi penggunaan.

Berikut merupakan kerangka pemikiran pada studi ini.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

3. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan desain kausal dan mengadopsi konsep *Technology Acceptance Model* (TAM). Tujuan pendekatan penelitian yang diaplikasikan yakni guna menjelaskan peran antar variabel dalam mempengaruhi atau bertanggung jawab terhadap perubahan variabel lainnya (Cooper et al., 2006). Sehingga variabel yang dipilih mencakup persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan dalam mempengaruhi intensi penggunaan. Adapun penelitian ini dilakukan terhadap para pelaku UMKM dari pedagang pasar tradisional di Kota Semarang. Sebagaimana populasi yang ditetapkan pada studi ini yakni para pedagang di tujuh (7) pasar tradisional di Kota

Semarang. Metode *sampling* yang ditetapkan yakni *simple random sampling*, yang terdiri atas 100 responden dari pedagang pasar. Sejumlah sampel tersebut diperoleh atas dasar pernyataan Hair Jr et al. (2016) yang menyebutkan bahwa ukuran sampel studi dengan jumlah populasi yang tidak pasti, jumlah minimumnya yakni lima kali indikator pertanyaan variabel. Adapun total indikator pertanyaan terdiri atas 15 pertanyaan dengan menggunakan indikator yang dikembangkan oleh Altin Gumussoy et al. (2018), Kasilingam (2020), dan Le et al. (2022). Diperoleh hasil 75 sampel, dengan pertimbangan kelayakan jangkauan objek observasi pada tujuh (7) pasar tradisional, maka ditentukanlah 100 responden.

Adapun metode pengumpulan data yang digunakan ialah dengan menyebarkan kuesioner berdasarkan *skala likert* lima (5) poin untuk pengukurannya. Dimana kuesioner tersebut dibagikan kepada para pedagang menggunakan *google form*. Sedangkan teknik dalam menganalisis data yang diaplikasikan ialah *Structural Equation Model* (SEM) dengan *Partial Last Square* (PLS). Berdasarkan pendapat Ghozali (2014), SEM-PLS merupakan metode yang paling cocok untuk mengkaji berbagai penelitian berupa model kompleks, baik secara langsung maupun tidak langsung yang berkaitan dengan evaluasi struktur *multivariat*. Penelitian ini kemudian dianalisis menggunakan *software* SmartPLS.

4. Hasil dan Pembahasan

Setelah terkumpul hasil survei dari 100 responden, data harus diuji keabsahannya dengan uji validitas. Uji validitas ini digunakan untuk mengukur efektivitas atau validitas survei. Menurut Ghozali (2014), suatu instrumen dinyatakan valid bila menghasilkan nilai *outer loading* > 0,7. Di sisi lain, jika ditemukan item yang tidak valid, maka item tersebut harus dibuang dan tidak dapat dimasukkan dalam pemrosesan analisis data. Hasil uji validitas tersebut tampak pada Tabel 1 di bawah ini:

Tabel 1. Uji Validitas

Indikator	Item	Outer Loading	Informasi
Persepsi Kemanfaatan	PKF1	0,892	Valid
	PKF2	0,881	Valid
	PKF3	0,796	Valid
	PKF4	0,889	Valid
	PKF5	0,863	Valid
	PKF6	0,768	Valid
Persepsi Kemudahan	PKM1	0,911	Valid
	PKM2	0,848	Valid
	PKM3	0,914	Valid
	PKM5	0,913	Valid
	PKM6	0,883	Valid
	IN1	0,911	Valid
Intensi Penggunaan	IN2	0,894	Valid
	IN3	0,812	Valid

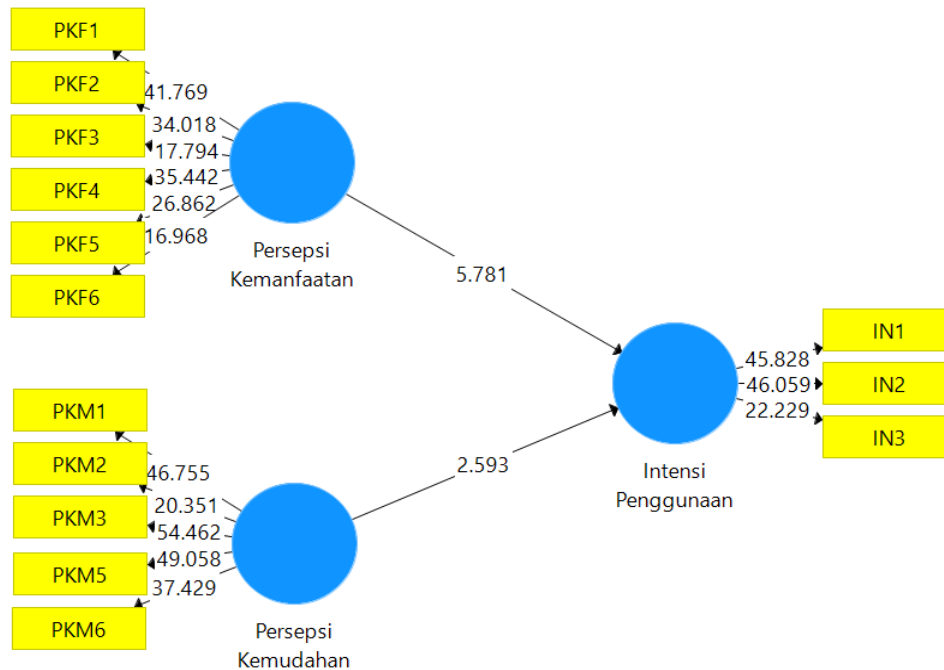
Uji reliabilitas perlu dilakukan untuk mengukur apakah instrumen yang digunakan dapat menyajikan informasi yang sebenarnya di lapangan dan memperoleh informasi yang handal (Ghozali, 2014), seperti yang terlihat pada Tabel 2 di bawah ini:

Tabel 2. Uji AVE, Cronbach's Alpha, dan Composite Reliability

Variabel	Cronbach's alpha	Composite reliability	AVE	Informasi
Persepsi Kemanfaatan	0,922	0,939	0,722	Reliabel
Persepsi Kemudahan	0,937	0,952	0,799	Reliabel
Intensi Penggunaan	0,845	0,906	0,763	Reliabel

Sebagaimana yang telah ditunjukkan pada Tabel 2 tersebut, nilai AVE pada setiap variabel > 0,5 dan memenuhi kriteria. Semua konfigurasi kemudian dinyatakan reliabel karena *Cronbach's Alpha* dan *Composite reliability* untuk setiap variabel > 0,7.

Hasil pengujian hipotesis terhadap tingkat pengaruh antar variabel disajikan pada Gambar 2 dan Tabel 3 berikut ini:



Gambar 2. Uji Model PLS

Tabel 3. Uji Hipotesis

Hipotesis	Hubungan Variabel	Estimasi			Informasi
		Path Coefficient	t-statistic	p-value	
H1	PKF → IN	0,605	5,781	0,000	Diterima
H2	PKM → IN	0,285	2,593	0,010	Diterima

Gambar 2 dan Tabel 3 tersebut menunjukkan bahwa pengaruh persepsi kemanfaatan terhadap intensi penggunaan adalah signifikan, yakni dihasilkan t-statistic sebesar 5,781 dan p-value sebesar 0,000. Hal tersebut dikarenakan nilai t-statistic > 1,96 dan nilai p-value < 0,05. Adapun nilai path coefficient sebesar 0,605 juga memberikan hasil yang positif, sehingga dapat dinyatakan bahwa H1 diterima. Selanjutnya, pengaruh persepsi kemudahan terhadap intensi penggunaan menghasilkan nilai t-statistic sebesar 2,593 dan p-value sebesar 0,010 yang menunjukkan pengaruh yang signifikan dengan nilai path coefficient sebesar 0,285 yang mengarah pada nilai positif, karenanya H2 juga diterima.

Tabel 4. Koefisien Determinasi

Variabel	R-Square
Intensi Penggunaan	0,686

Tabel 4 tersebut menunjukkan hasil koefisien determinasi yang digunakan untuk mengukur kecocokan model yang diterapkan atau keeratan hubungan antar variabel yang dipilih. Angka koefisien determinasi berkisar dari nol hingga satu. Bila angka yang dihasilkan mendekati satu, berarti variabel independen telah menyediakan hampir keseluruhan informasi yang diperlukan dalam memprediksikan variabel dependennya (Ghozali, 2014). Adapun berlandaskan Tabel 4 tersebut dihasilkan R-Square senilai 0,686 atau 68,6%. Berdasarkan uji koefisien determinasi tersebut berarti bahwa persepsi kemanfaatan dan kemudahan berkontribusi sebanyak 68,6% atas intensi untuk

menggunakan, dengan sisanya kemungkinan dipengaruhi oleh variabel lain yang belum diuji dalam studi ini.

Temuan studi ini menunjukkan bahwa persepsi kemanfaatan memiliki dampak positif terhadap intensi penggunaan QRIS. Hasil ini sinkron dengan hasil temuan dari [Martens et al. \(2017\)](#), [Ming dan Jais \(2022\)](#), [Pillai et al. \(2020\)](#), [Puspitasari dan Salehudin \(2022\)](#), serta [To dan Trinh \(2021\)](#). Persepsi kemanfaatan merupakan faktor kunci yang mempengaruhi intensi para pelaku UMKM untuk menggunakan QRIS. Kualitas produk dan jasa, terutama evaluasi individu yang terkait dengan teknologi sangat mempengaruhi kegunaannya. Singkatnya, jika para pelaku UMKM tersebut tidak menganggap bahwa QRIS lebih baik dan lebih unggul daripada pembayaran tunai, maka para pedagang tidak akan mempertimbangkan bahwa teknologi *digital payment* tersebut berguna.

Sebagaimana hasil survei yang telah dilakukan, secara umum para pedagang di pasar tradisional berminat dalam penggunaan QRIS dikarenakan mereka telah membuktikan adanya manfaat yang sesuai dengan kriteria efektivitas kegunaannya dalam memfasilitasi transaksi jual beli. Lebih lanjut, para pedagang juga meyakini bahwa adanya QRIS dapat mendukung penyelesaian transaksi pembayaran dengan cepat, mampu mendorong kinerja penjualan, sekaligus sebagai alternatif metode pembayaran yang relevan untuk menekan kontak fisik dan pembiasaan terhadap transaksi *cashless*.

Selanjutnya, hasil penelitian ini juga membuktikan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap intensi penggunaan QRIS. Hasil ini konsisten dengan temuan dari [Singh dan Srivastava \(2020\)](#), [To dan Trinh \(2021\)](#), [Ezeh dan Nwankwo \(2018\)](#), [Ningsih et al. \(2021\)](#), serta [Gea dan Al-Azhar \(2021\)](#), bahwa tingginya tingkat kemudahan yang dirasakan oleh para pedagang, maka semakin tinggi pula intensi mereka untuk menggunakan QRIS. Karenanya, persepsi kemudahan juga menjadi unsur vital dalam mempengaruhi intensi untuk mengadopsi QRIS di kalangan pelaku UMKM.

Berdasarkan survei yang telah dilakukan, penting bagi para pelaku UMKM untuk mengetahui bahwa QRIS mudah digunakan. Para pelaku UMKM cenderung berminat atas penggunaan QRIS dikarenakan mereka menganggapnya sebagai teknologi yang ramah pengguna, mudah dioperasikan, mudah dikontrol, dan tidak terlalu rumit dalam pengoperasiannya. Adapun indikator yang paling mendominasi para pedagang dalam penggunaan QRIS yakni faktor ketidakrumitan dalam pengoperasian QRIS, sehingga sangat mudah bagi para pedagang untuk menjadi terampil dalam menggunakan QRIS.

5. Kesimpulan

Studi ini mengidentifikasi pengaruh persepsi kemanfaatan dan kemudahan terhadap intensi pelaku UMKM di pasar tradisional Kota Semarang untuk menggunakan QRIS. Untuk mencapai tujuan penelitian ini, maka konsep *Technology Acceptance Model* (TAM) diaplikasikan dalam penelitian ini. Sebagaimana penelitian ini memiliki hasil statistik yang mendukung model konseptual dengan memprediksi 68,6% varians pada intensi untuk menggunakan QRIS. Hal ini menegaskan kembali bahwa persepsi kemanfaatan dan kemudahan berperan penting dalam penggunaan QRIS oleh pelaku UMKM pasar tradisional di Kota Semarang. Sehingga, hasil ini menegaskan bahwa semakin bermanfaat dan mudahnya penggunaan QRIS bagi pelaku UMKM, semakin besar pula kemungkinan mereka untuk menggunakannya.

Implikasi dari hasil temuan ini yakni bahwa para pelaku UMKM akan bersedia menggunakan QRIS dalam aktivitas bisnis mereka selama hal tersebut bermanfaat dan mudah dalam pengoperasiannya. Oleh karenanya, temuan ini dapat menjadi acuan bagi lembaga penyedia layanan QRIS agar dapat mengambil kebijakan yang tepat terkait pengembangan teknologi dan peningkatan kemudahan dalam penggunaan. Dengan memahami faktor-faktor pembentuk intensi para pelaku UMKM dalam menggunakan QRIS, strategi yang lebih efektif diharapkan dapat dirumuskan untuk mendorong lebih jauh tentang penggunaan QRIS oleh UMKM. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat menambahkan beberapa faktor lain untuk intensi penggunaan QRIS, seperti kebijakan pemerintah. Selain

itu, dapat juga diperluas dalam hal sampel dan teori yang digunakan, sehingga menghasilkan temuan yang lebih baik.

Daftar Pustaka

- Altin Gumussoy, C., Kaya, A., & Ozlu, E. (2018). Determinants of mobile banking use: an extended TAM with perceived risk, mobility access, compatibility, perceived self-efficacy and subjective norms. In *Industrial Engineering in the Industry 4.0 Era* (pp. 225–238). Springer.
- Amin, M. K., Azhar, A., Amin, A., & Akter, A. (2016). Applying the technology acceptance model in examining Bangladeshi consumers' behavioral intention to use mobile wallet: PLS-SEM approach. *2015 18th International Conference on Computer and Information Technology, ICCIT 2015, December*, 93–98. <https://doi.org/10.1109/ICCITechn.2015.7488049>
- Anggarini, D. T. (2022). *Application of Quick Response Code Indonesian as a Payment Tool in Digitizing MSMEs Globalization and innovation in information technology and financial technology have*. 1–14.
- Chuang, L.-M., Liu, C.-C., & Kao, H.-K. (2016). International Journal of Management and Administrative Sciences (IJMAS) The Adoption of Fintech Service: TAM perspective. *International Journal of Management and Administrative Sciences (IJMAS)*, 3(07), 1–15. www.ijmas.org
- Cooper, D. R., Schindler, P. S., & Sun, J. (2006). *Business research methods* (Vol. 9). Mcgraw-hill New York.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 319–340.
- Erlanitasari, Y., Rahmanto, A., & Wijaya, M. (2020). Digital economic literacy micro, small and medium enterprises (SMES) go online. *Informasi*, 49(2), 145–156. <https://doi.org/10.21831/informasi.v49i2.27827>
- Ezeh, P. C., & Nwankwo, N. (2018). Factors that Influence the Acceptance of Mobile Money in Nigeria. *Journal of Research in Marketing*, 8(2), 684. <https://doi.org/10.17722/jorm.v8i2.217>
- finansial.bisnis.com. (2022, Agustus 07). Retrieved from finansial.bisnis.com: <https://finansial.bisnis.com/read/20220713/90/1554400/naik-signifikan-pengguna-qrisc-tercatat-tembus-206-juta>
- Fulshah, C., Muhamad, A., Ricardo, I., Andhika, W., & Freddy, W. (2022). Building Customer Loyalty In Digital Transaction Using QR Code: Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS). *Journal of Distribution Science*, 20(1), 1–11.
- Gea, D., & Al-Azhar, N. I. (2021). The Analysis of Factors Affecting Using Interest of QRIS Payment Systems on E-wallet Applications in Indonesia. *2021 International Conference on Information Management and Technology (ICIMTech)*, 1, 111–115.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling: Metode Alternatif dengan Partial Least Squares (PLS)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gupta, K., & Arora, N. (2020). Investigating consumer intention to accept mobile payment systems through unified theory of acceptance model: An Indian perspective. *South Asian Journal of Business Studies*, 9(1), 88–114. <https://doi.org/10.1108/SAJBS-03-2019-0037>
- Haider, M. J., Changchun, G., Akram, T., & Hussain, S. T. (2018). Does gender differences play any role in intention to adopt Islamic mobile banking in Pakistan?: An empirical study. *Journal of Islamic Marketing*, 9(2), 439–460. <https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2016-0082>
- Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2016). *A Primer on Partial Least Squares*

Structural Equation Modeling (PLS-SEM). SAGE Publications.

- Harb, Y., & Alhayajneh, S. (2019). Intention to use BI tools: Integrating technology acceptance model (TAM) and personality trait model. *2019 IEEE Jordan International Joint Conference on Electrical Engineering and Information Technology, JEEIT 2019 - Proceedings*, 494–497. <https://doi.org/10.1109/JEEIT.2019.8717407>
- Hardiky, M. I., Nova, D. K., Rahmadewi, A., & Kustiningsih, N. (2021). Optimalisasi Digital Payment Sebagai Solusi Pembayaran Umkm Roti Kasur. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 4(1), 44. <https://doi.org/10.30587/jre.v4i1.2193>
- Harryanto, Muchran, M., & Ahmar, A. S. (2018). Application of TAM model to the use of information technology. *International Journal of Engineering and Technology(UAE)*, 7(2.9 Special Issue 9), 37–40.
- Hu, Z., Ding, S., Li, S., Chen, L., & Yang, S. (2019). Adoption intention of fintech services for bank users: An empirical examination with an extended technology acceptance model. *Symmetry*, 11(3). <https://doi.org/10.3390/sym11030340>
- Indonesia, B. (2022a). Retrieved from Bank Indonesia: <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/blueprint-2025/default.aspx>
- Indonesia, B. (2022b). Retrieved from Bank Indonesia: <https://www.bi.go.id/id/edukasi/Documents/Bahan-Sosialisasi-QRIS.pdf>
- jatengprov.go.id. (2022, Agustus 07). Retrieved from [jatengprov.go.id: https://jatengprov.go.id/publik/dorong-gris-untuk-terciptanya-akuntabilitas/](https://jatengprov.go.id/publik/dorong-gris-untuk-terciptanya-akuntabilitas/)
- Jogiyanto. (2008). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi.
- Kasilingam, D. L. (2020). Understanding the attitude and intention to use smartphone chatbots for shopping. *Technology in Society*, 62(May), 101280. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101280>
- Keng-Soon, C., Choo Yen-San, W., Pui-Yee, Y., Hong-Leong, C., & Teh Shwu-Shing, J. (2019). an Adoption of Fintech Service in Malaysia. *South East Asia Journal of Contemporary Business, Economics and Law*, 18(5), 134–147.
- Le, V. P., Do, S. H., & Nguyen, H. N. L. (2022). A Study on the Factors Affecting Intention of Using Online Banking Services in Vietnam. In *Global Changes and Sustainable Development in Asian Emerging Market Economies Vol. 1* (pp. 179–198). Springer.
- Mahyuni, L. P., & Setiawan, I. W. A. (2021). *Bagaimana QRIS menarik minat UMKM? sebuah model untuk memahani intensi UMKM menggunakan QRIS How does QRIS attract MSMEs? a model to understand the intentions of SMEs using QRIS*. 23(4), 735–747.
- Martens, M., Roll, O., & Elliott, R. (2017). Testing the Technology Readiness and Acceptance Model for Mobile Payments Across Germany and South Africa. *International Journal of Innovation and Technology Management*, 14(6). <https://doi.org/10.1142/S021987701750033X>
- Ming, K. L. Y., & Jais, M. (2022). Factors Affecting the Intention to Use E-Wallets During the COVID-19 Pandemic. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 24(1), 82–100. <https://doi.org/10.22146/gamaijb.64708>
- Mohd Amir, R. I., Mohd, I. H., Saad, S., Abu Seman, S. A., & Tuan Besar, T. B. H. (2020). Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, and Behavioral Intention: The Acceptance of Crowdsourcing Platform by Using Technology Acceptance Model (TAM). *Charting a Sustainable Future of ASEAN in Business and Social Sciences*, 403–410. https://doi.org/10.1007/978-981-15-3859-9_34
- Muñoz-Leiva, F., Climent-Climent, S., & Liébana-Cabanillas, F. (2017). Determinantes de la

- intención de uso de las aplicaciones de banca para móviles: una extensión del modelo TAM clásico. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 21(1), 25–38. <https://doi.org/10.1016/j.sjme.2016.12.001>
- Ningsih, H. A., Sasmita, E. M., & Sari, B. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (QRIS) Pada Mahasiswa. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 4(1), 1–9.
- OJK. (2022). Retrieved from <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-2019.aspx>
- Patel, K. J., & Patel, H. J. (2018). Adoption of internet banking services in Gujarat: An extension of TAM with perceived security and social influence. *International Journal of Bank Marketing*, 36(1), 147–169. <https://doi.org/10.1108/IJBM-08-2016-0104>
- Pillai, R., Sivathanu, B., & Dwivedi, Y. K. (2020). Shopping intention at AI-powered automated retail stores (AIPARS). *Journal of Retailing and Consumer Services*, 57(May), 102207. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102207>
- Prasetyo, Y. T., Ong, A. K. S., Krissianne, G., Concepcion, F., Navata, F. M. B., Robles, R. A. V., Tomagos, I. J. T., Young, M. N., Diaz, J. F. T., Nadlifatin, R., Agung, A., & Perwira, N. (2021). *Determining Factors Affecting Acceptance of E-Learning Platforms during the COVID-19 Pandemic : Integrating Extended Technology Acceptance Model and DeLone & McLean IS Success Model*. 1–16.
- Puspitasari, A. A., & Salehudin, I. (2022). Quick Response Indonesian Standard (QRIS): Does Government Support Contribute to Cashless Payment System Long-term Adoption? *Journal of Marketing Innovation (JMI)*, 2(1). <https://doi.org/10.35313/jmi.v2i1.29>
- Putera KOSIM, K., & Legowo, N. (2021). Factors Affecting Consumer Intention on QR Payment of Mobile Banking: A Case Study in Indonesia. *Journal of Asian Finance*, 8(5), 391–0401. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no5.0391>
- Rafferty, N. E., & Fajar, A. N. (2022). Integrated QR Payment System (QRIS): Cashless Payment Solution in Developing Country from Merchant Perspective. *Asia Pacific Journal of Information Systems*, 32(3), 630–655.
- Rahman, D., & Susanto, P. (2022). Adoption of QRIS payment system on the intensity of interest in use on micro, small and medium enterprises. *Operations Management and Information System Studies*, 2(4), 232–243.
- semarangpedia.com. (2022, Agustus 07). Retrieved from [semarangpedia.com: https://semarangpedia.com/bi-jateng-2022-targetkan-2-163-000-pengguna-qr/s/](https://semarangpedia.com/bi-jateng-2022-targetkan-2-163-000-pengguna-qr/s/)
- Setiawan, I. W. A., & Mahyuni, L. P. (2020). Qris Di Mata Umkm: Eksplorasi Persepsi Dan Intensi Umkm Menggunakan Qris. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 10, 921. <https://doi.org/10.24843/eeb.2020.v09.i10.p01>
- Shemesh, T., & Barnoy, S. (2020). Assessment of the intention to use mobile health applications using a technology acceptance model in an israeli adult population. *Telemedicine and E-Health*, 26(9), 1141–1149. <https://doi.org/10.1089/tmj.2019.0144>
- Simeru, O. A. ., & Tanamal, R. (2020). Analisis Faktor-Faktor Kebermanfaatan, Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Intensi Penggunaan Aplikasi Uc Student. *Business Management Journal*, 16(2), 97. <https://doi.org/10.30813/bmj.v16i2.2361>
- Singh, S., & Srivastava, R. K. (2020). Understanding the intention to use mobile banking by existing online banking customers: an empirical study. *Journal of Financial Services Marketing*, 25(3–4), 86–96. <https://doi.org/10.1057/s41264-020-00074-w>

-
- To, A. T., & Trinh, T. H. M. (2021). Understanding behavioral intention to use mobile wallets in vietnam: Extending the tam model with trust and enjoyment. *Cogent Business and Management*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1891661>
- upradio.id. (2022, Agustus 07). Retrieved from upradio.id: <https://www.upradio.id/merchant-qr-di-semarang-tumbuh-306-persen-hingga-mencapai-265-783-merchant/>
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). Theoretical extension of the Technology Acceptance Model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186–204. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
- Yan, L.-Y., Tan, G. W.-H., Loh, X.-M., Hew, J.-J., & Ooi, K.-B. (2021). QR code and mobile payment: The disruptive forces in retail. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 58, 102300.