
REVOLUSI DIGITAL PAYMENT: ANALISIS FAKTOR PERSEPSI KEMUDAHAN, MANFAAT, DAN RISIKO TERHADAP MINAT GENERASI Z DALAM ADOPSI QUICK RESPONSE CODE INDONESIAN STANDARD (QRIS)

Reza Fauzi Bukhori ¹⁾

E-mail : reza.bukhori@unfari.ac.id

Universitas Al Ghifari, Bandung

Abstract

This study aims to analyze the influence of perceived ease of use, perceived usefulness, and perceived risk on Generation Z's interest in using the Indonesian Standard Quick Response Code (QRIS) as a digital payment method.

The study used a quantitative approach with a survey method of 84 Generation Z respondents (born 1997-2012). Data were collected through a structured questionnaire and analyzed using multiple linear regression with SPSS 29.

The results showed that: (1) Perceived ease of use had a positive and significant effect on interest in using QRIS ($t\text{-count} = 3.546 > t\text{-table} = 1.990$, sig. < 0.001); (2) Perceived usefulness did not have a significant effect on interest in using QRIS ($t\text{-count} = 0.556 < t\text{-table} = 1.990$, sig. $0.579 > 0.05$); (3) Perceived risk did not have a significant effect on interest in using QRIS ($t\text{-count} = -0.449$, sig. $-0.654 > 0.05$). Simultaneously, all three variables significantly influenced QRIS usage intention ($F\text{-count} = 9.576 > F\text{-table} = 3.11$, sig. < 0.001), contributing 26.4%.

Gen Z prioritizes ease of use when adopting digital payment technology. Although perceived benefits and risks do not influence QRIS individually, the combination of these three factors collectively influences QRIS usage intention.

Keywords: QRIS, Generation Z, Technology Acceptance Model, Digital Payment, Fintech

PENDAHULUAN

Era digitalisasi telah mengubah paradigma pembayaran konvensional menuju sistem pembayaran elektronik yang lebih efisien. Indonesia sebagai negara dengan populasi Generasi Z terbesar di dunia menghadapi transformasi besar-besaran dalam adopsi teknologi *financial technology* (fintech). Generasi Z, yang lahir antara tahun 1997-2012, merupakan *digital natives* yang tumbuh bersama perkembangan teknologi digital dan memiliki karakteristik unik dalam mengadopsi inovasi teknologi.

Bank Indonesia meluncurkan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) pada 17 Agustus 2019 sebagai respons terhadap fragmentasi sistem pembayaran digital yang ada. QRIS merupakan standarisasi kode QR yang memungkinkan interoperabilitas antar berbagai platform pembayaran digital, mulai dari GoPay, OVO, DANA, ShopeePay, hingga mobile banking.

Data Bank Indonesia menunjukkan pertumbuhan uang elektronik yang mencapai 772,57 juta unit pada November 2022, meningkat 34,28% dari tahun sebelumnya. Namun, adopsi QRIS di kalangan Gen Z masih menunjukkan pola yang tidak merata. Survei InsightAsia (2022) mengungkapkan bahwa meskipun 71% responden aktif menggunakan dompet digital, penggunaan QRIS hanya mencapai 21%. Penelitian pra-riset terhadap 20 mahasiswa menunjukkan fenomena menarik: 65% masih memilih pembayaran tunai, 60% tidak pernah menggunakan QRIS, dan 80% pengeluaran non-tunai bulanan di bawah Rp500.000. Kondisi ini kontradiktif dengan karakteristik Gen Z sebagai *digital natives* yang seharusnya menjadi *early adopter* teknologi pembayaran digital.

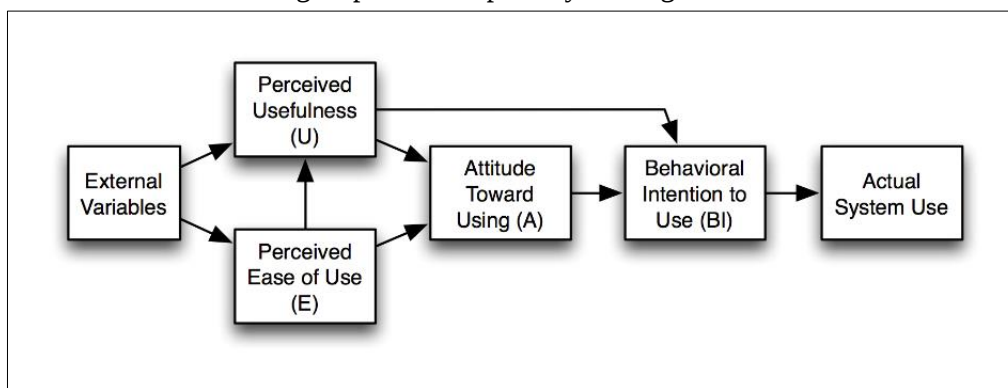
Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan Davis (1989) menjadi kerangka teoretis yang relevan untuk memahami fenomena ini. TAM menjelaskan bahwa minat penggunaan teknologi dipengaruhi oleh persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) dan persepsi manfaat (*perceived usefulness*). Dalam konteks pembayaran digital, faktor persepsi risiko juga menjadi pertimbangan penting mengingat sensitivitas data keuangan.

KAJIAN TEORI

Technology Acceptance Model (TRA)

Technology Acceptance Model yang dikembangkan Davis (1989) merupakan adaptasi dari Theory of Reasoned Action (TRA) untuk konteks adopsi teknologi informasi. TAM menjelaskan bahwa minat penggunaan teknologi ditentukan oleh dua konstruk utama: persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat.

Model TAM telah terbukti robust dalam memprediksi adopsi teknologi di berbagai konteks, termasuk e-commerce, mobile banking, dan digital payment systems. Dalam konteks fintech, TAM memberikan framework yang komprehensif untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam mengadopsi inovasi pembayaran digital.



Gambar 1. *Technology Acceptance Model (TAM)* (Davis:1989)

Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*)

Davis (1989) mendefinisikan persepsi kemudahan penggunaan sebagai tingkat di mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan membebaskan mereka dari usaha yang besar. Dalam konteks QRIS, kemudahan penggunaan mencakup aspek:

1. **Mudah dipelajari:** Proses pembelajaran penggunaan QRIS yang sederhana
2. **Mudah diselesaikan:** Efisiensi waktu dalam menyelesaikan transaksi
3. **Mudah dioperasikan:** Interface yang user-friendly dan intuitif

Jogiyanto (2007) menekankan bahwa persepsi kemudahan membebaskan pengguna dari kompleksitas teknologi, sehingga meningkatkan minat adopsi.

Persepsi Manfaat (*Perceived Usefulness*)

Persepsi manfaat mengacu pada tingkat di mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi tertentu akan meningkatkan kinerjanya (Davis, 1989). Dalam konteks QRIS, manfaat yang dirasakan meliputi:

1. **Peningkatan kinerja:** Percepatan proses pembayaran dibanding metode konvensional
2. **Peningkatan produktivitas:** Kemampuan mengatasi situasi transaksi mendadak
3. **Peningkatan efektivitas:** Fleksibilitas penggunaan di berbagai lokasi dan situasi

Persepsi Risiko (*Perceived Risk*)

Pavlou (2003) mendefinisikan persepsi risiko sebagai persepsi tentang ketidakpastian dan konsekuensi yang tidak diinginkan dari penggunaan produk atau layanan. Dalam konteks QRIS, risiko yang dirasakan mencakup:

1. **Risiko keamanan data:** Kekhawatiran kebocoran informasi pribadi dan keuangan
2. **Risiko finansial:** Potensi kerugian material akibat kesalahan sistem atau penipuan
3. **Risiko operasional:** Gangguan teknis yang dapat menghambat transaksi

Quick Response Indonesia Standard (QRIS)

QRIS (Quick Response Indonesian Standart) merupakan standart kode QR Nasional untuk memfasilitasi pembayaran kode QR di Indonesia yang diluncurkan oleh Bank Indonesia yang bekerja sama dengan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI). Dengan adanya QRIS ini diharapkan transaksi pembayaran lebih efisien atau murah, inklusi keuangan di Indonesia lebih cepat, UMKM bisa maju dan pada akhirnya bisa mendorong pertumbuhan ekonomi.

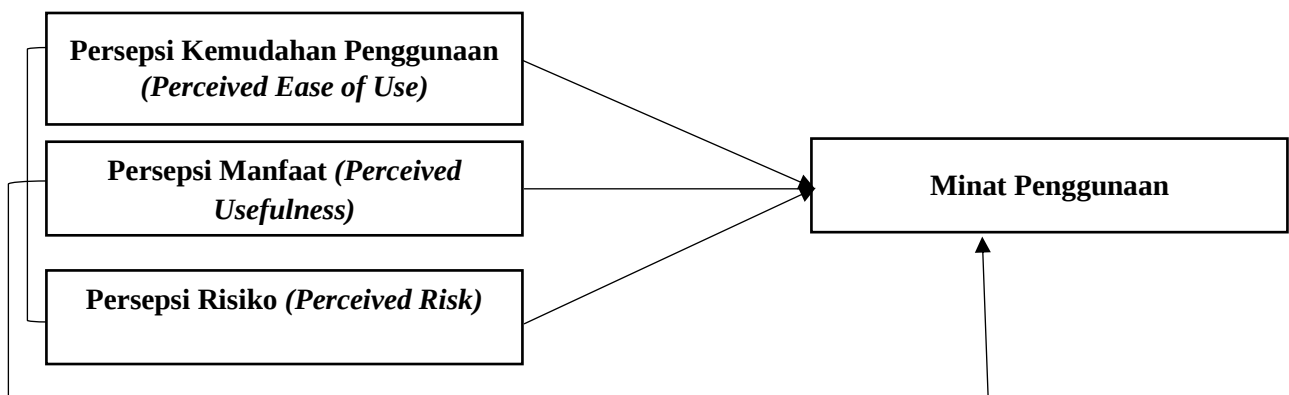
Quick Response Code Indonesian Standard atau biasa disingkat QRIS (dibaca KRIS) adalah penyatuan berbagai macam QR dari berbagai Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) menggunakan QR Code. QRIS dikembangkan oleh industri sistem pembayaran bersama dengan Bank Indonesia agar proses transaksi dengan QR Code dapat lebih mudah, cepat, dan terjaga keamanannya. Semua Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran yang akan menggunakan QR Code Pembayaran wajib menerapkan QRIS.

Generasi Z dan Adopsi Teknologi

Generasi Z memiliki karakteristik unik sebagai digital natives yang tumbuh bersama teknologi digital. Mereka cenderung:

1. **Tech-savvy:** Memiliki kemampuan tinggi dalam mengoperasikan teknologi digital
2. **Mobile-first:** Mengutamakan akses melalui perangkat mobile
3. **Instant gratification:** Menginginkan kemudahan dan kecepatan dalam bertransaksi
4. **Social influence:** Terpengaruh oleh tren dan rekomendasi dari peer group

PARADIGMA PENELITIAN



Gambar 2. Paradigma Penelitian

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei *cross-sectional*. Metode ini dipilih untuk mengukur hubungan kausal antar variabel dalam satu waktu tertentu. Populasi penelitian adalah Generasi Z (lahir 1997-2012) yang berusia 18-25 tahun di Indonesia. Sampel penelitian berjumlah 84 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria:

- Usia 18-25 tahun (Gen Z)
- Memiliki smartphone dan akses internet
- Mengetahui tentang QRIS
- Bersedia berpartisipasi dalam penelitian

Variabel Independen:

1. Persepsi Kemudahan (X1) - 10 indikator
2. Persepsi Manfaat (X2) - 10 indikator
3. Persepsi Risiko (X3) - 12 indikator

Variabel Dependen:

- Minat Penggunaan QRIS (Y) - 15 indikator

Analisis data menggunakan:

1. Uji Validitas dan Reliabilitas: Menggunakan korelasi Product Moment dan Cronbach's Alpha
2. Uji Asumsi Klasik: Normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas
3. Analisis Regresi Linear Berganda: Menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen
4. Uji Hipotesis: Uji t (parsial), Uji F (simultan), dan Uji Determinasi (R^2)

HASIL & PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Responden penelitian terdiri dari 84 Generasi Z dengan karakteristik sebagai berikut:

Tabel 1. Karakteristik Responden

No	Karakteristik	Keterangan
1	Rentang usia	18-25 tahun
2	Preferensi pembayaran	65% masih memilih pembayaran tunai, 35% non-tunai
3	Pengeluaran digital bulanan	80% di bawah Rp500.000
4	Pengalaman QRIS	60% belum pernah menggunakan QRIS

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel 2. Uji Validitas:

Variabel	r-Hitung	r-Tabel	Keterangan
X1	0,547-0,803	0,212	VALID
X2	0,606-0,861	0,212	VALID
X3	0,455-0,780	0,212	VALID
Y	0,533-0,788	0,212	VALID

Tabel 3. Uji Reliabilitas:

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	α	KETERANGAN
X1	0,893	0,60	Reliabel
X2	0,903	0,60	Reliabel
X3	0,872	0,60	Reliabel
Y	0,930	0,60	Reliabel

Analisis Deskriptif Variabel

Tabel 4. Hasil Analisis Deskriptif Variabel :

Variabel	Total Skor	Rentang	Kategori
Persepsi Kemudahan (X1)	3.632	840-4.200	Sangat Tinggi
Persepsi Manfaat (X2)	3.522	840-4.200	Tinggi
Persepsi Risiko (X3)	3.469	1.008-5.040	Cukup Tinggi
Minat Penggunaan (Y)	5.189	1.260-6.300	Tinggi

Hasil Uji Asumsi Klasik

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Coefficients ^a						
		Unstandardized Residual	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
			B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	(Constant)	26.421	8.740		3.023	.003	
	Std. Deviation	6.72962255	X1	.772	.218	.457	3.546	<.001	.553
			X2	.095	.170	.072	.556	.579	.554
			X3	-.048	.107	-.043	-.449	.654	.990
Most Extreme Differences			Coefficients ^a						
Absolute		.084	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.		
Positive		.042	B	Std. Error	Beta				
Negative		-.084							
Test Statistic		.084	Model						
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d	1	(Constant)	-.171	.101		-1.693	.094
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e		.151		X1	.005	.003	.270	1.866	.066
99% Confidence Interval				X2	-.001	.002	-.052	-.357	.722
Lower Bound		.142		X3	.002	.001	.166	1.539	.128
Upper Bound		.160	a. Dependent Variable: ABS_RES						

Gambar 3. Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas: Nilai signifikansi 0,200 > 0,05 (Data terdistribusi normal)

Uji Multikolinearitas: Tolerance > 0,1 dan VIF < 10 (Tidak ada multikolinearitas)

Uji Heteroskedastisitas: Nilai signifikansi X1, X2, X3 > 0,05 (Tidak ada heteroskedastisitas)

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Persamaan Regresi: $Y = 26,421 + 0,772(X1) + 0,095(X2) - 0,048(X3)$

Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	26.421	8.740		3.023
	X1	.772	.218	.457	3.546
	X2	.095	.170	.072	.556
	X3	-.048	.107	-.043	-.449
a. Dependent Variable: Y					

Gambar 4. Koefisien Regresi

Interpretasi:

1. Konstanta (26,421): Nilai minat penggunaan QRIS saat semua variabel independen bernilai 0
2. Koefisien X1 (0,772): Setiap peningkatan 1 unit persepsi kemudahan akan meningkatkan minat penggunaan sebesar 0,772
3. Koefisien X2 (0,095): Setiap peningkatan 1 unit persepsi manfaat akan meningkatkan minat penggunaan sebesar 0,095
4. Koefisien X3 (-0,048): Setiap peningkatan 1 unit persepsi risiko akan menurunkan minat penggunaan sebesar 0,048

Hasil Uji Hipotesis

Tabel 5. Hasil Uji t (Parsial)

Variabel	t-hitung	t-tabel	Sig.	Keterangan
Persepsi Kemudahan (X1)	3,546	1,990	0,001	Signifikan
Persepsi Manfaat (X2)	0,556	1,990	0,579	Tidak Signifikan
Persepsi Risiko (X3)	-0,449	1,990	0,654	Tidak Signifikan

Tabel 6. Hasil Uji F (Simultan)

F-hitung = 9,576 > F-tabel = 3,11 dengan sig. < 0,001 (Signifikan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1349.813	3	449.938	9.576	<,001 ^b
	Residual	3758.889	80	46.986		
	Total	5108.702	83			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Tabel 7. Hasil Uji Determinasi (R²)

R Square = 0,264 (26,4% variasi minat penggunaan QRIS dijelaskan oleh ketiga variabel independen)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.514 ^a	.264	.237	6.85464

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

PEMBAHASAN

A. Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Minat Penggunaan QRIS

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat Gen Z menggunakan QRIS. Hal ini sejalan dengan karakteristik Gen Z yang mengutamakan kemudahan dan efisiensi dalam menggunakan teknologi. Gen Z sebagai digital natives memiliki ekspektasi tinggi terhadap *user experience*. Mereka menginginkan *interface* yang intuitif, proses yang sederhana, dan hasil yang instan. QRIS yang menawarkan kemudahan "*scan and pay*" memenuhi ekspektasi tersebut. Temuan ini mendukung penelitian Rangkuti (2021) yang menyatakan bahwa *perceived ease of use* menjadi faktor kunci dalam adopsi QRIS. Generasi Z cenderung mengadopsi teknologi yang tidak memerlukan *learning curve* yang kompleks.

B. Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Minat Penggunaan QRIS

Menariknya, persepsi manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap minat Gen Z menggunakan QRIS. Hal ini berbeda dengan hipotesis awal dan beberapa penelitian sebelumnya. Beberapa faktor yang dapat menjelaskan fenomena ini:

1. **Saturasi Manfaat:** Gen Z sudah familiar dengan berbagai aplikasi *e-wallet* yang menawarkan manfaat serupa
2. **Kurangnya Diferensiasi:** QRIS belum menunjukkan *value proposition* yang berbeda dibanding metode pembayaran digital lainnya
3. **Habit Formation:** Gen Z sudah memiliki preferensi terhadap aplikasi *e-wallet* tertentu

Temuan ini sejalan dengan penelitian Iqbal (2020) yang menemukan persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan platform digital di kalangan mahasiswa.

C. Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Minat Penggunaan QRIS

Persepsi risiko juga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat Gen Z menggunakan QRIS. Hal ini mengindikasikan bahwa:

1. **Digital Confidence:** Gen Z memiliki *confidence* tinggi dalam menggunakan teknologi digital
2. **Risk Tolerance:** Sebagai *digital natives*, mereka memiliki toleransi risiko yang lebih tinggi
3. **Trust in System:** Kepercayaan terhadap sistem keamanan teknologi pembayaran digital

KESIMPULAN

Penelitian ini mengungkapkan bahwa faktor yang paling dominan mempengaruhi minat Generasi Z dalam menggunakan QRIS adalah persepsi kemudahan. Hasil analisis terhadap 84 responden menunjukkan bahwa semakin mudah QRIS digunakan, semakin tinggi pula minat Gen Z untuk mengadopsinya. Hal ini ditunjukkan oleh pengaruh yang signifikan dan positif ($t = 3,546$, $p < 0,001$). Sebaliknya, persepsi manfaat tidak memberikan pengaruh signifikan ($t = 0,556$, $p = 0,579$), yang menandakan bahwa sekadar menonjolkan kegunaan umum QRIS belum cukup untuk meningkatkan adopsi. Gen Z justru memerlukan diferensiasi nilai atau *value proposition* yang lebih jelas dibanding metode pembayaran digital lain. Sementara itu, persepsi risiko juga tidak terbukti signifikan ($t = -0,449$, $p = 0,654$), yang mengindikasikan bahwa generasi ini cenderung memiliki toleransi risiko yang tinggi dan lebih percaya diri dalam menghadapi potensi masalah keamanan pada teknologi pembayaran digital. Meski demikian, analisis simultan memperlihatkan bahwa ketiga faktor tetap berpengaruh signifikan secara keseluruhan ($F = 9,576$, $p < 0,001$), dengan kontribusi sebesar 26,4% terhadap minat penggunaan QRIS.

REKOMENDASI

Berdasarkan temuan ini, terdapat beberapa rekomendasi strategis. Bagi industri fintech, fokus utama perlu diarahkan pada pengembangan antarmuka yang lebih intuitif dan pengalaman pengguna yang seamless agar persepsi kemudahan semakin kuat. Selain itu, strategi edukasi yang menekankan manfaat unik QRIS perlu digencarkan agar *value proposition* dapat dipahami dengan lebih baik oleh Gen Z. Integrasi QRIS ke dalam platform-platform digital yang sudah akrab digunakan generasi ini juga akan memperbesar peluang adopsi. Di sisi lain, untuk pengembangan penelitian berikutnya, ada ruang yang luas untuk mengeksplorasi faktor lain yang mungkin berperan penting, seperti pengaruh sosial (*social influence*) atau kondisi pendukung (*facilitating conditions*). Penelitian longitudinal juga dapat membantu memahami perubahan perilaku adopsi QRIS dari waktu ke waktu, sementara studi

komparatif antar generasi bisa memberikan wawasan tentang bagaimana preferensi penggunaan metode pembayaran digital berbeda antara kelompok usia yang satu dengan yang lain.

REFERENSI

- Bank Indonesia. (2019). *Blueprint Sistem Pembayaran Indonesia 2025*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models. *Management Science*, 35(8), 982-1003.
- InsightAsia. (2022). *Consistency That Leads: 2023 E-Wallet Industry Outlook*. Jakarta: InsightAsia Research.
- Iqbal, M. (2020). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan platform crowdfunding berbasis QR code. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 15(2), 45-62.
- Jogiyanto, H. M. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Ningsih, D. M. (2022). Pengaruh penggunaan QRIS pada aplikasi mobile banking BSI terhadap kelancaran dan keamanan bertransaksi non tunai bagi para pelaku UMKM. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 8(1), 23-35.
- Pavlou, P. A. (2003). Consumer acceptance of electronic commerce: Integrating trust and risk with the technology acceptance model. *International Journal of Electronic Commerce*, 7(3), 101-134.
- Rangkuti, F. A. V. (2021). Pengaruh persepsi kemanfaatan QRIS dan kemudahan QRIS terhadap efisiensi pembayaran digital pada mahasiswa UINSU. *Jurnal Teknologi Informasi*, 12(3), 78-92.