

Perkembangan Pembayaran Digital : Meningkatkan Strategi Intensi Penggunaan QRIS Pada Generasi Millenial di Kota Medan

Development of Digital Payments: Improving QRIS use Intention Strategy In Millenial Generations In Medan City

Ina Liswanty^{a,1}, Wulan Dari^{b,2}, Rabiatus Hasanah^{c,3}, Nahar Maganda Saragih^{d,4}, Nadil Arzaq Pohan^{e,5}, Rini Apriliani Siregar^{f,6}

^{a,d,f} Universitas Potensi Utama, Medan, Indonesia

^b Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Medan, Indonesia

^c Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, Indonesia, Telemedia Network Cakrawala^e

Inaliswanty24@gmail.com¹, hasanahrabiatus16@gmail.com³, naharmagandasaragih@gmail.com⁴, Nadil_ArzaqPohan@gmail.com⁵, Rini.Apriliani@gmail.com⁶

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan intensi konsumen menggunakan Qris pada generasi millenial di kota medan dengan cara mendesain strategi manfaat, kemudahan penggunaan, hambatan dan budaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan dianalisis dengan metode regresi berganda dengan menggunakan bantuan software EvIEWS 10. Pengumpulan data menggunakan metode kuesioner 5 skala likert. Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat kota Medan generasi Millenial dan sudah pernah menggunakan QRIS tahun 2022. Responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini berjumlah 75 responden dengan kriteria yang sudah ditentukan oleh penulis. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa kemudahan penggunaan, manfaat dan budaya secara positif dan signifikan mempengaruhi intensi konsumen menggunakan QRIS. Kemudian, hambatan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap intensi konsumen menggunakan QRIS. Studi ini memberikan informasi dan strategi kepada para stakeholders Bank Indonesia sebagai konseptor dari layanan QRIS berbasis system pembayaran seluler agar lebih menyadari perlunya dilakukan suatu perbaikan dan adaptasi pada layanan QRIS untuk meningkatkan intensi konsumen menggunakan QRIS..

Kata Kunci : QRIS, Manfaat Menggunakan, Kemudahan Penggunaan, Hambatan, Budaya, Intensi

ABSTRACT

This study to increase consumer intentions to use QRIS in the millennial generation in the city of Medan by designing strategies for benefits. Ease of use, barriers and culture. This study used a quantitative approach and was analyzed using multiple regression methods using the help of EvIEWS 10 software. Data collection used a 5-scale likert questionnaire method. The population in this study is the millennial generation of Medan city residents who have used QRIS in 2022. The respondents who were sampled in this study were 75 respondents with criteria determined by the author. The results of this study prove that the ease of use, benefits and culture positively and significantly intention to use QRIS. Then barriers have a negative and insignificant effect on consumer intention to use QRIS. This study provides information and strategies to Bank Indonesia stakeholders as the conceptors of mobile payment system based QRIS services so that they are more aware of the need to make improvements and adaptations to QRIS services to increase consumer intention to use QRIS

Keywords : QRIS, Benefits of Using, Ease of Use, Barriers, Culture Intentions

Info Artikel :

Disubmit: 28 November 2022

Direview: 20 Januari 2023

Diterima: 27 Januari 2023

Copyright © 2023 – Accumulated Journal. All rights reserved.

1. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu Negara di Asia Tenggara yang memiliki pertumbuhan tercepat di dalam ekonomi digital. Hal ini ditandai dari penggunaan mobile seluler di Indonesia yang melebihi jumlah populasi di Indonesia sendiri yaitu sebanyak 133.3% dari total populasinya 277 juta jiwa atau setara dengan 370.1 juta mobile seluler yang terkoneksi dengan internet. Adapun penggunaan internet di Indonesia mencapai sebanyak 204,7 juta pengguna atau setara dengan 73,7% dari total populasinya. Sebanyak 68,9% bahkan aktif di media sosial. Saat ini hampir semua aktivitas akan terlihat lebih mudah ketika menggunakan teknologi seperti penggunaan pembayaran digital pada proses transaksi jual beli.

Sistem pembayaran uang elektronik di Indonesia juga mengalami perkembangan dengan sistem teknologi yang terus maju dan mutakhir yang membuat penyedia serta pengguna sistem pembayaran uang elektronik secara berkala mengoptimalkan pelayanannya dalam sistem pembayaran supaya lebih instan digunakan oleh konsumen atau nasabah di masa mendatang (Srikaningsih, 2020). Seiring dengan meningkatnya akses teknologi dalam pembayaran digital, saat ini telah berkembang layanan baru berupa dompet digital sebagai penerus uang elektronik. Dompet digital ini memungkinkan pengguna untuk menyimpan sejumlah dana pada telepon genggam (*handphone*) (Saputri, 2020).

Merespon pesatnya pertumbuhan perusahaan fintech, Bank Indonesia (BI) merilis aturan *Quick Response* (QR) Code Indonesia Standar (QRIS) melalui Peraturan Anggota Dewan Gubernur Nomor 21 Tahun 2019 tentang Implementasi QRIS untuk pembayaran transaksi dibatasi Rp. 2 Juta. QRIS (*QR Code Indonesia Standard*) adalah sistem pembayaran untuk sistem pembayaran Indonesia yang dikembangkan oleh Bank Indonesia dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI). Dengan adanya QRIS ini diharapkan transaksi pembayaran lebih efektif dan efisien, serta terciptanya akselerasi inklusi keuangan di Indonesia. (Srikaningsih, 2020).

Kode QR sendiri dapat dibuat menggunakan pembuatan kode dan diterjemahkan dengan kamera ponsel atau aplikasi pemindaian yang dapat diunduh. Perangkat lunak aplikasi pembaca menerjemahkan kode skema dan mengubahnya menjadi teks dan gambar yang dapat dibaca. Kode yang diuraikan terhubung ke data online sehingga memudahkan penggunaannya (Rouby, 2019).

Masyarakat Indonesia saat ini sudah mulai menggunakan uang elektronik dalam beberapa aktivitasnya, antara lain untuk pembayaran tol, transportasi online, parkir digital, belanja di minimarket, dan pembelian pulsa sebagai perwujudan pembentukan transaksi dengan menggunakan uang elektronik (Tazkiyyaturrohmah, 2018). Di Indonesia transaksi uang elektronik semakin menunjukkan tren peningkatan setiap tahunnya. Nilai transaksi melalui uang elektronik mencapai Rp 35,10 triliun per Desember 2021. Tercatat, nilai transaksi uang elektronik pada bulan tersebut mengalami peningkatan sebesar 58,60% jika dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya. Pada Desember 2020 nilai transaksi dengan uang elektronik mencapai Rp. 22,13 triliun. Tak hanya itu, angka tersebut juga naik 12,17 % dibandingkan November 2021 yang mencapai Rp. 31,29 triliun. Volume transaksi dengan uang elektronik di Indonesia tercatat 602,29 juta kali pada Desember 2021. Jumlah itu meningkat 13,63% dibandingkan pada November 2021 yang mencapai 530,02 juta transaksi, angka volume transaksi tersebut meningkat 37,49% jika dibandingkan pada Desember 2020, (Annur, 2022).

Fasilitas kemudahan dan kenyamanan saat bertransaksi yang didukung dengan berbagai perangkat digital sangat disukai oleh generasi milenial terkhususnya dalam pembayaran non tunai. Dimata milenial membawa uang tunai hari ini dinilai bukan cara yang aman oleh generasi milenial, mengingat potensi kehilangan sangat tinggi. Membawa uang tunai juga bukan cara terbaik untuk mencatat pengeluaran, jual beli atau aktivitas lainnya. Dengan adanya kemudahan bertransaksi, penggunaan transaksi non-tunai idealnya memberikan efisiensi dan keleluasaan dalam mengatur kebutuhan. Namun begitu, ada kemungkinan lain yang dapat timbul yaitu perilaku konsumtif akibat kemudahan bertransaksi. (Ulfi, 2020).

Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan intensi konsumen pada generasi milenial dalam menggunakan QRIS sebagai alat bertransaksi dengan memperhatikan beberapa faktor seperti strategi kebermanfaatan, kemudahan penggunaan, hambatan dan budaya yang dirasakan oleh generasi Millenial dikota Medan.

2. TINJAUAN PUSTAKA

A. QRIS Berbasis Sistem Pembayaran Seluler

Pembayaran seluler mengacu pada penggunaan perangkat seluler oleh individu termasuk handset nirkabel, asisten digital pribadi, perangkat frekuensi radio, dan perangkat berbasis komunikasi jarak dekat untuk melakukan pembayaran untuk membeli barang dan jasa, (Alkhowaiter, 2020). Hal ini melibatkan integrasi sistem pembayaran dengan perangkat seluler yang memungkinkan pengguna untuk memulai, dan menyelesaikan transaksi keuangan, (Chandra et al., 2010).

Dengan fitur pembayaran tanpa bersentuhan langsung, sistem pembayaran seluler atau sering disebut dengan *mobile payment systems* (MPS) kode QR semakin populer di kalangan konsumen, terutama di masa pandemi COVID-19, (Türker et al., 2022). Sistem ini memungkinkan konsumen untuk berbelanja dari perangkat seluler mereka dan menyelesaikan transaksi pembayaran dengan cepat. Sebuah studi oleh (Fine & Clark, 2016) tentang persepsi konsumen terhadap *QR Code* menunjukkan bahwa perempuan lebih banyak menggunakan *QR Code* dari pada laki-laki. (Scanlife, 2013) dalam penelitiannya menggambarkan bahwa berdasarkan kelompok usia, maka usia 34 hingga 44 tahun merupakan persentase usia yang banyak menggunakan *QR Code*.

QRIS yang di launchingkan oleh Bank Indonesia merupakan bagian dari perkembangan sistem pembayaran seluler. Pembayaran seluler merupakan target yang harus dicapai pada masa depan agar masyarakat mampu menggunakan pembayaran menggunakan *smartphone* yang dimilikinya, sehingga kemajuan seperti ini akan mengurangi pembayaran secara tunai. Dibeberapa pusat pasar dan dikalangan masyarakat dalam melakukan aktivitas perdagangan sudah mulai banyak yang tidak melakukan pembayaran secara tunai, akan tetapi masyarakat di Negara berkembang masih sedikit yang menggunakan pembayaran dengan menggunakan *smarthone*, (Patil et al., 2020).

B. Intensi Konsumen Menggunakan QRIS

Intensi menurut (Kurniasih et al., 2013) merupakan komponen dari dalam diri individu seseorang yang lebih mengacu pada keinginan atau kehendak seorang untuk melakukan tingkah laku tertentu, (Tarmudji, 2006) juga menyatakan bahwa intensi merupakan bentuk perasaan ketertarikan seseorang terhadap sesuatu hal atau aktivitas tanpa ada orang lain yang meminta atau memaksanya. Menurut pendapat (Davis et al., 1989) niat (*intention*) merupakan awal dari tindakan seseorang yang dikembangkan berdasarkan penjelasan dari Teori *Technology Acceptance Model* (TAM), kemudian seiring berjalannya waktu teori TAM ini berkembang menjadi *Extended TAM* (ETAM) dengan kemampuan menyatu padukan dengan ekstensi teori lain. Intensi sendiri dapat dipengaruhi oleh kemudahan (*ease of use*) dan kegunaan (*usefulness*).

C. Kemudahan Penggunaan QRIS Terhadap Intensi Konsumen Menggunakan QRIS

Teori *Technology Acceptance Model* (TAM) ini digunakan oleh penelitian sebelumnya seperti penelitian Wingdes & Yuliani (2020) dan Mahyuni & Setiawan (2021) yang menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan teknologi berpengaruh terhadap intensi konsumen. Semakin tinggi kemudahan yang diperoleh dari teknologi, maka semakin tinggi intensi konsumen dalam penerimaan teknologi tersebut. Penelitian dari (Pillai et al., 2017) melakukan penelitian tentang aspek *QR Code* dan digunakan secara global dalam industri pariwisata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *QR Code* memiliki beberapa keunggulan seperti kemudahan penggunaan dan mengatasi hambatan bahasa.

Penelitian yang dilakukan oleh (Shankar & Datta, 2018) penelitian yang dilakukan di tiga Negara yaitu, Swedia, Kenya, dan India masing-masing menemukan bahwa kemudahan penggunaan *mobile payment*

merupakan anteseden penting dalam mempengaruhi intensi penggunaan untuk mengadopsi *mobile payment*. (Kuo & Yen, 2009). Maka dirumuskan hipotesis 1

H1 : Kemudahan penggunaan QRIS berpengaruh positif terhadap intensi konsumen

D. Manfaat Menggunakan QRIS Terhadap Intensi Konsumen Menggunakan QRIS

Penelitian yang dilakukan oleh Mayuni & Setiawan (2021) mengungkapkan bahwa QRIS sangat memberikan manfaat diantaranya sangat menguntungkan, memberi alternatif pembayaran serta mengurangi kontak fisik (Setiawan & Mahyuni, 2020). Dalam Teori TAM disebutkan bahwa semakin tinggi manfaat yang diperoleh dari teknologi, maka semakin tinggi pula intensi konsumen dalam penerimannya. Sehingga hipotesis yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

H2: Manfaat menggunakan QRIS berpengaruh positif terhadap intensi konsumen menggunakan QRIS

E. Hambatan Menggunakan QRIS

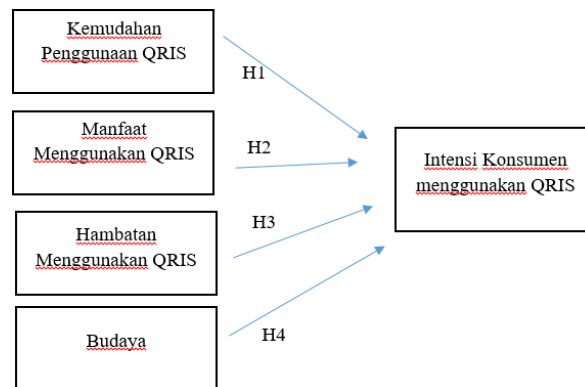
Jangkauan teknologi konsumen dengan potensi untuk memungkinkan akses media elektronik sangatlah meningkat pesat, (Baxter et al., 2012). Akan tetapi kemajuan dari media elektronik haruslah dikendalikan oleh orang-orang yang memiliki kemampuan untuk menggunakannya, *QR Code* tidak dapat diakses oleh seseorang yang memiliki kemampuan fisik atau kognitif terbatas atau keterampilan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) yang buruk, (Haworth & Williams, 2012). Oleh karena itu, hambatan merupakan suatu kewaspadaan dalam menggunakannya, hal yang perlu diperhatikan adalah faktor dari keamanan. Penelitian yang dilakukan oleh (Türker et al., 2022). Maka hipotesis yang dapat dibentuk adalah sebagai berikut:

H3 : Hambatan menggunakan QRIS berpengaruh positif terhadap intensi konsumen menggunakan QRIS

F. Budaya Terhadap Intensi Konsumen Menggunakan QRIS

Adapun mengenai budaya, Teori (Hofstede, 2019) mengartikan budaya sebagai program pikiran. Program pikiran ini sama halnya perangkat lunak yang mana setiap orang memiliki pola pemikiran, baik dalam wujud perasaan maupun berupa tindakan. Hofstede sendiri awalnya menemukan 5 dimensi yang menggambarkan budaya, di antaranya: *Uncertainty Avoidance* sejauhmana masyarakat menyukai situasi terstruktur atau tidak terstruktur, *Individualism* sampai level mana masyarakat bertindak sebagai individu dibanding kelompok, *Masculinity* sejauh mana masyarakat berempati, *Power Distance* sejauh mana kekuasaan didistribusikan secara tidak merata, dan *Long-term Orientation* sejauh mana memandang masa depan dan keteguhan menilai tradisi, atau sebaliknya *Short term* menghargai masa kini. Budaya merupakan faktor penting dalam penerimaan teknologi, adapun kaitannya dengan QRIS, budaya mempengaruhi penerimaan QRIS sebagai alat pembayaran secara teknologi (Matusitz & Musambira, 2013). Penelitian yang dilakukan oleh Wingdes & Yuliani (2020) menunjukkan bahwa budaya memengaruhi penerimaan e-money dari dimensi *Uncertainty Avoidance* dan *power distance* terhadap penerimaan e-money. Sehingga hipotesis yang dapat dibentuk adalah sebagai berikut:

H4 : Budaya berpengaruh positif terhadap intensi konsumen menggunakan QRIS.



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

3. METODE

A. Populasi dan Sampel

Populasi menurut Sugiyono (2017) merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* berupa *incidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan mengambil responden yang tersedia di suatu tempat sesuai dengan konteks penelitian yang diharapkan sesuai dengan kriteria penelitian (Sugiyono, 2017). Adapun karakteristik sampel penelitian ini ialah sebagai berikut: (1) Bisa mengoperasikan gawai (*mobile seluler*), (2) Pengguna aktif QRIS, dengan (3) Rentang usia 20-39 tahun (usia milenial) di kota Medan. Total sampel dalam penelitian ini berjumlah 75 responden, kuesioner disebar kepada generasi millennial yang menggunakan QRIS dengan google form, kemudian kuesioner yang kembali juga berjumlah 75 kuesioner.

B. Metode Pengumpulan Data dan Metode Analisis Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer berupa angket yang telah disebar kepada responden yang sesuai dengan kriteria, kemudian dikumpulkan dan dianalisis dengan bantuan software Eviews 10. Adapun data dianalisis dengan metode regresi berganda untuk menguji pengaruh antara variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini yaitu kemudahan penggunaan (X1), manfaat menggunakan (X2), hambatan (X3), dan budaya (X4). Sedangkan variabel dependennya adalah intensi konsumen menggunakan Qris pada generasi milenial.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

Adapun kuesioner dalam penelitian ini telah respon oleh 75 responden, yang mana sebaran demografinya dapat dipetakan sebagai berikut:

Tabel 1. Demografi responden penelitian

Parameter	Atribut	Responden
Usia	Laki-laki	45,3%
	Perempuan	54,7%
Jenis kelamin	< 25	27,4%
	26-35	60,6%
	36-55	12,1%
	> 55	0%
Pekerjaan	Mahasiswa	45,6%
	Dosen	24,4%
	Pegawai	20,0%
	Lainnya	10,0%

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel 1, sebaran tersebut dapat diketahui bahwa responden dengan persentase tertinggi adalah rentang usia 26 hingga 35 tahun. Dengan jumlah perempuan sebanyak 54,7% dan laki-laki 45,3%. Adapun mayoritas pengguna QRIS sendiri adalah mahasiswa sebanyak 45,6%, dosen sebanyak 24,4% dan 20% diisi oleh pegawai dan 10% sisanya diisi oleh lainnya

1. Uji Instrumen

1.1 Uji Validitas

Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaan-pertanyaan kuesioner yang harus dibuang/diganti karena dianggap tidak relevan. Validitas dalam hal ini merupakan akurasi temuan penelitian yang mencerminkan kebenaran sekalipun responden yang dijadikan objek pengujian berbeda. Uji validitas menggambarkan bahwasannya semua pernyataan yang mewakili keempat variabel ialah valid, karena nilai r hitung lebih besar dari r tabel dengan $\alpha = 5\%$.

1.2 Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas berguna untuk mengetahui apakah instrumen yang dalam hal ini kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama. Teknik statistik yang digunakan untuk pengujian tersebut dengan koefisien *cronbach's alpha*. Adapun *cronbach's Alpha* merupakan uji reliabilitas untuk alternatif jawaban lebih dari dua. Secara umum suatu instrumen dikatakan bagus jika memiliki koefisien *cronbach's alpha* $> 0,6$.

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	N of Items
0,722	26

Sumber: Data diolah, 2022

2. Uji Asumsi Klasik

2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Hal ini ditandai dengan nilai probabilitas $> 0,05$, yang artinya data terdistribusi normal. Adapun dalam penelitian ini nilai probabilitasnya diatas 0,05 yaitu sebesar 0,5132. Hal ini mengasumsikan bahwa data berdistribusi normal.

2.2 Uji Multikolinearitas

Menurut Ragner Frich 1934 dalam regresi (Basuki & Prawoto, 2016), suatu model regresi dikatakan multikolinearitas bila terjadi hubungan linear yang sempurna di antara atau beberapa variabel bebas dari suatu regresi. Akibat kesulitan untuk melihat pengaruh variabel penjelas terhadap variabel yang dijelaskan.

Tabel 2. Uji multikolinearitas

	Kemudahan	Manfaat	Hambatan	Budaya
Kemudahan (X1)	1.000000	0.279438	0.027820	0.198406
Manfaat (X2)	0.279438	1.000000	0.332232	0.252077
Hambatan (X3)	0.027820	0.332232	1.000000	0.296268
Budaya (X4)	0.198406	0.252077	0.296268	1.000000

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan uji multikolinearitas di atas, menunjukkan bahwasanya korelasi antar variabel mayoritas dibawah 0.90 yang artinya tidak terjadi gejala multikolinearitas.

2.3 Uji Heterokedestisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Ghazali (2013) menyatakan bahwa model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas. Kriterianya adalah apabila nilai F-statistik > 0,05 maka homokedestisitas

Tabel 3. Uji heterokedestisitas

	F-statistic
Prob. Chi-Square	0,8489

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan output uji heterokedestisitas penelitian ini, bahwasanya nilai F-statistik > 0,05 yaitu 0,8489. Hal ini menunjukkan bahwa data tidak terjadi heterokedestisitas atau disebut dengan homokedestisitas

3. Uji Statistik

3.1 Uji t (Uji Individual)

Uji t atau uji individu digunakan untuk mengetahui nilai signifikansi antara variabel bebas dalam mempengaruhi variabel terikat secara parsial. Adapun kriterianya adalah apabila *p value* < 0.05 maka secara individu variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Berikut merupakan tabel uji t penelitian ini.

Tabel 4. Uji t (Individual)

Variabel	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	3.863373	0.223919	17.25342	0.0000
Kemudahan (X1)	-0.112127	0.063043	-1.978591	0.0496
Manfaat (X2)	-0.113776	0.053042	-2.145028	0.0354
Hambatan (X3)	0.040468	0.059492	0.680225	0.4986
Budaya (X4)	0.149821	0.033299	4.499219	0.0000

Sumber: Data diolah, 2022

- 1) Pengaruh kemudahan terhadap intensi
Hasil Penelitian menunjukkan bahwa nilai probabilitas t hitung yaitu $0.0496 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kemudahan mempengaruhi intensi.
- 2) Pengaruh manfaat terhadap intensi
Hasil Penelitian menunjukkan bahwa nilai probabilitas t hitung yaitu $0.0354 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kemudahan mempengaruhi intensi.
- 3) Pengaruh hambatan terhadap intensi
Hasil Penelitian menunjukkan bahwa nilai probabilitas t hitung yaitu $0.4986 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel hambatan tidak mempengaruhi intensi.
- 4) Pengaruh budaya terhadap intensi
Hasil Penelitian menunjukkan bahwa nilai probabilitas t hitung yaitu $0.000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel budaya mempengaruhi intensi.

3.2 Uji R Square (Koefisien Determinasi)

Pengujian ini menunjukkan seberapa jauh kemampuan model untuk menjelaskan variabel dependen. Di bawah ini merupakan tabel ringkasan dari pengujian R Square, antara lain sebagai berikut:

Tabel 5. Uji R-Square

	Variabel independen terhadap variabel dependen
Adjusted R-squared	0.438697

Sumber: Data diolah, 2022

Hasil uji R-Square di atas menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R-Square* adalah 0.438697. Angka tersebut memberi arti bahwa variabel kemudahan, manfaat, hambatan, serta budaya mampu menjelaskan variabel intensi milenial dalam penggunaan QRIS. Adapun variabel-variabel tersebut mampu memberikan 44% informasi yang dibutuhkan dalam memprediksi variabel intensi penggunaan QRIS.

B. Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis regresi yang telah dilakukan dalam penelitian ini, selanjutnya pembahasan dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Pengaruh kemudahan penggunaan QRIS terhadap intensi konsumen menggunakan QRIS

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa nilai probabilitas t hitung yaitu $0.0496 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kemudahan penggunaan QRIS mempengaruhi intensi konsumen menggunakan QRIS pada generasi millennial di kota Medan. Kemudahan penggunaan adalah penentu dari niat seseorang menggunakan sistem yang sebenarnya, faktor ini dapat dikendalikan oleh perancang system, (Taylor & Todd, 1995). Menurut (Davis, 1989) seorang individu mengalami kesulitan dalam menggunakan suatu sistem dan sulit untuk menggunakan system tersebut, seseorang percaya bahwa sistem tersebut berguna. Ada beberapa batasan teknis perangkat seluler, kemudahan penggunaan dianggap sebagai konstruksi penting dalam adopsi aplikasi seluler.

Berdasarkan penjelasan tersebut pengaruh kemudahan penggunaan QRIS terhadap internsi konsumen menggunakan QRIS pada generasi millennial dikota Medan sejalan dengan teori yang telah dijelaskan. Generasi millennial akan memiliki rasa ketertarikan untuk menggunakan QRIS saat bertransaksi karena generasi millennial menganggap bahwa dengan menggunakan QRIS sangat mempermudah dalam proses bertransaksi. Kemudahan penggunaan QRIS mengacu pada sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan QRIS akan bebas dari upaya mental dan fisik. Misalnya, seseorang mungkin merasa menggunakan QRIS membosankan dan kompleks karena kendala fitur perangkat seluler misalnya tampilan

layarnya yang kecil atau kesulitan untuk memasukkan informasi dengan menggunakan QRIS. Maka layanan pembayaran seluler harus mudah digunakan atau diadopsi.

Penelitian ini membuktikan bahwa kemudahan penggunaan QRIS berpengaruh terhadap intensi konsumen menggunakan QRIS pada generasi millennial di kota Medan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Mun et al., 2017) yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan memiliki hubungan dengan niat konsumen untuk menggunakan layanan *mobile payment* di Malaysia. Pengaruh kemudahan penggunaan suatu produk pada situs web terbaru terhadap niat pelanggan pada wisatawan dalam mengakses situs web terbaru tersebut pada system pemesanan saat memesan hotel, (Muñoz-Leiva et al., 2012).

2. Pengaruh manfaat menggunakan QRIS terhadap intensi konsumen menggunakan QRIS

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa nilai probabilitas t hitung yaitu $0.0354 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel manfaat menggunakan QRIS mempengaruhi intensi konsumen menggunakan QRIS. Menurut (Davis, 1989) manfaat menggunakan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Pengaruh manfaat menggunakan terhadap niat untuk menggunakan telah diuji oleh beberapa studi penelitian yang ada. (Wong & Hiew, 2005) menemukan bahwa penggunaan *mobile commerce* sangat dipengaruhi oleh manfaat menggunakan perangkat *mobile* yang meliputi personalisasi, lokalisasi, ketepatan waktu dan stabilitas jaringan. Manfaat menggunakan didefinisikan tentang sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan pembayaran seluler akan meningkatkan kinerjanya dalam kegiatan sehari-hari. Konstruksi ini juga menunjukkan bahwa layanan pembayaran seluler dapat membantu konsumen untuk mencapai tujuan terkait tugas pada pekerjaan, seperti efisiensi dan efektivitas.

Berdasarkan penjelasan tersebut pengaruh manfaat menggunakan QRIS terhadap intensi konsumen menggunakan QRIS pada generasi millennial di kota Medan sejalan dengan teori yang telah dijelaskan. Generasi millennial sangat tertarik dengan hal-hal baru yang dianggapnya bahwa hal baru tersebut dapat mempermudah penyelesaiannya dalam menyelesaikan suatu pekerjaan. Penggunaan QRIS memiliki banyak manfaat dalam penggunaannya karena dianggap sangat efisien dan efektif dalam penggunaannya hanya dengan scan barcode transaksi pembayaran terselesaikan dengan baik, tanpa harus membayar dengan lembaran uang yang dianggap kurang efisien.

Penelitian ini membuktikan bahwa manfaat menggunakan QRIS berpengaruh terhadap intensi konsumen menggunakan QRIS pada generasi millennial di kota Medan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Teoh et al., 2013) menyatakan bahwa manfaat menggunakan merupakan penentu yang paling penting untuk memprediksi niat konsumen untuk menggunakan *mobile commerce* di Malaysia dan menunjukkan bahwa manfaat menggunakan memiliki peran penting dalam mempengaruhi niat perilaku konsumen untuk menerapkan inovasi baru teknologi. Hasil Penelitian ini juga didukung oleh (Mun et al., 2017) dengan menggunakan analisis regresi berganda ditemukan bahwa hubungan antara manfaat menggunakan *mobile payment* memiliki hubungan dengan niat konsumen menggunakan layanan *mobile payment* di Malaysia

3. Pengaruh hambatan menggunakan QRIS terhadap intensi konsumen menggunakan QRIS

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa nilai probabilitas t hitung yaitu $0.4986 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel hambatan menggunakan QRIS tidak mempengaruhi intensi konsumen menggunakan QRIS. (Haworth & Williams, 2012) Menjelaskan banyaknya kesulitan dalam menggunakan kode QR dapat menghadirkan tantangan bagi pengunjung museum. Bagi beberapa pengunjung, kesulitan fisik untuk menyelaraskan kamera di perangkat seluler dengan label yang dipasang secara vertikal di dinding dapat menjadi penghalang. Selain itu, pada beberapa perangkat kamera di-offset dari tengah membuat proses antrean menjadi kontra-intuitif. Akhirnya, beberapa perangkat mungkin terlalu berat atau tidak praktis untuk dipegang dan perbedaan ketinggian berarti penempatan kode tidak akan pernah praktis untuk semua pengunjung museum.

Hasil Penelitian ini membuktikan bahwa hambatan menggunakan QRIS QRIS tidak mempengaruhi intensi konsumen menggunakan QRIS pada generasi millennial di kota Medan. Penelitian ini memiliki hasil yang

berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Türker et al., 2022) membahas tentang dampak dari hambatan atas kurangnya rasa aman masyarakat di Turki saat menggunakan system pembayaran seluler berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi konsumen menggunakan system penggunaan seluler.

Walaupun hasil penelitian ini memiliki perbedaan dengan hasil penelitian sebelumnya, penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Narayanan, 2012) bahwa dari factor hambatan menggunakan QR Code terdapat banyak solusi yang bisa diaplikasikan atau dimodifikasi untuk menjadikan inovasi pada QR Code yang lebih aman, sehingga solusi tersebut akan mampu menjadi system keamanan pada penggunaan QR Code dan pengguna tidak akan merasa bahwa QR Code adalah system yang memiliki banyak hambatan dan system yang ditakuti sehingga mempengaruhi intensitas penggunaan QR Code.

4. Pengaruh budaya terhadap intensi konsumen menggunakan QRIS

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa nilai probabilitas t hitung yaitu $0.000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel budaya mempengaruhi intensi konsumen menggunakan QRIS. Budaya merupakan faktor penting dalam penerimaan teknologi, adapun kaitannya dengan QRIS yaitu budaya mempengaruhi penerimaan QRIS sebagai alat pembayaran secara teknologi (Matusitz & Musambira, 2013).

Penelitian ini membuktikan bahwa adanya pengaruh budaya terhadap intensi konsumen menggunakan QRIS pada generasi Millennial di kota Medan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wingdes & Yuliani (2020) menunjukkan bahwa budaya memengaruhi penerimaan e-money dari dimensi *Uncertainty Avoidance* dan *power distance* terhadap penerimaan e-money.

5. KESIMPULAN

Pengelolaan data dalam penelitian ini diketahui terdapatnya pengaruh kemudahan penggunaan, manfaat menggunakan dan pengaruh budaya terhadap intensi konsumen menggunakan QRIS pada generasi millennial di kota Medan. Sementara faktor hambatan tidak mempengaruhi intensi konsumen menggunakan QRIS pada generasi millennial di kota Medan. Hal ini membuktikan bahwa generasi millennial pengguna QRIS di kota Medan merasakan kemudahan, manfaat dan adanya factor budaya sehingga hal ini mempengaruhi intensi mereka untuk menggunakan QRIS. Sementara faktor hambatan tidak mempengaruhi intensi menggunakan QRIS karena dianggap hambatan menggunakan QRIS memiliki banyak solusi sehingga hambatan tersebut tidak mempengaruhi intensi menggunakan QRIS pada generasi millennial di kota Medan.

REFERENSI

- [1] Alkhowaiter, W. A. (2020). Digital payment and banking adoption research in Gulf countries: A systematic literature review. *International Journal of Information Management*, 53(September 2019), 102102. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102102>
- [2] Annur, C. M. (2022). *Bank Indonesia: Transaksi Uang Elektronik RI Tembus Rp 35 Triliun per Desember 2021*. Katadata Media Network.
- [3] APJII. (2022). *Hasil Survei Profil Internet Indonesia 2022*. Asosiasi Penyedia Jasa Internet. <https://apjii.or.id/content/read/39/559/Hasil-Survei-Profil-Internet-Indonesia-2022>
- [4] Bamoriya, H. (2014). 10.5937/sjas11-5504 = QR code based marketing in India and Japan. *Singidunum Journal of Applied Sciences*, 11(2), 20–29. <https://doi.org/10.5937/sjas11-5504>
- [5] Basuki, A. T., & Prawoto, N. (2016). *Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis (Dilengkapi Aplikasi SPSS & Eviews)*. Jakarta: Rajawali Press.

- [6] Baxter, S., Enderby, P., & Evans, P. (2012). Systematic review of the literature on barriers and facilitators to use of high technology augmentative and alternative communication devices. *International Journal of Language and Communication Disorders*, 47(2), 115–129.
- [7] Benitez, J., Chen, Y., Teo, T. S. H., & Ajamieh, A. (2018). Evolution of the impact of e-business technology on operational competence and firm profitability: A panel data investigation. *Information and Management*, 55(1), 120–130. <https://doi.org/10.1016/j.im.2017.08.002>
- [8] Chandra, S., Srivastava, S. C., & Theng, Y.-L. (2010). Evaluating the Role of Trust in Consumer Adoption of Mobile Payment Systems: An Empirical Analysis. *Communications of the Association for Information Systems*, 27(1). <https://doi.org/10.17705/1cais.02729>
- [9] Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- [10] 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. <https://doi.org/10.1287/mnsc.35.8.982>
- [11] Fine, M. B., & Clark, M. N. (2016). 3.2.10 Here to stay or a thing of the past - A study into the perception of quick response codes. *January*, 189–199.
- [12] Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [13] Haworth, A., & Williams, P. (2012). Using QR codes to aid accessibility in a museum. *Journal of Assistive Technologies*, 6(4), 285–291. <https://doi.org/10.1108/17549451211285771>
- [14] Hofstede. (2019). *Hofstede Cultural Dimensions Indonesia*. <https://www.hofstede-insights.com/country/indonesia>
- [15] Kim, C., Mirusmonov, M., & Lee, I. (2010). An empirical examination of factors influencing the intention to use mobile payment. *Computers in Human Behavior*, 26(3), 310–322. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2009.10.013>
- [16] Kuo, Y. F., & Yen, S. N. (2009). Towards an understanding of the behavioral intention to use 3G mobile value-added services. *Computers in Human Behavior*, 25(1), 103–110. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2008.07.007>
- [17] Kurniasih, A., Lestari, S. D., & Herminingsih, A. (2013). Persepsi Mahasiswa Terhadap Kuliah Kewirausahaan dan Pengaruhnya Terhadap Sikap dan Intensi Berwirausaha Mahasiswa (Studi Komparatif Antara UBL VS UMB Jakarta). *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Sosial*, 2(2), 129–146.
- [18] Mahyuni, L. P., & Setiawan, I. W. A. (2021). Bagaimana QRIS Menarik Minat UMKM ? Sebuah Model Untuk Memahami Intensi UMKM Menggunakan QRIS. *Forum EKonomi*, 23(4), 735–747. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUMEKONOMI>
- [19] Matusitz, J., & Musambira, G. (2013). Power distance, uncertainty avoidance, and technology: Analyzing Hofstede's dimensions and human development indicators. *Journal of Technology in Human Services*, 31(1), 42–60. <https://doi.org/10.1080/15228835.2012.738561>
- [20] Mun, Y. P., Khalid, H., & Nadarajah, D. (2017). Millennials' Perception on Mobile Payment Services in Malaysia. *Procedia Computer Science*, 124, 397–404. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2017.12.170>
- [21] Muñoz-Leiva, F., Hernández-Méndez, J., & Sánchez-Fernández, J. (2012). Generalising user behaviour in online travel sites through the Travel 2.0 website acceptance model. *Online Information Review*, 36(6), 879–902. <https://doi.org/10.1108/14684521211287945>
- [22] Naumovska, L. (2017). Marketing Communication Strategies for Generation Y – Millennials. *Business Management and Strategy*, 8(1), 123. <https://doi.org/10.5296/bms.v8i1.10260>

- [23] Ooi, K. B., Sim, J. J., Yew, K. T., & Lin, B. (2011). Exploring factors influencing consumers' behavioral intention to adopt broadband in Malaysia. *Computers in Human Behavior*, 27(3), 1168–1178. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2010.12.011>
- [24] Patil, P., Tamilmani, K., Rana, N. P., & Raghavan, V. (2020). Understanding consumer adoption of mobile payment in India: Extending Meta-UTAUT model with personal innovativeness, anxiety, trust, and grievance redressal. *International Journal of Information Management*, 54(May), 102144. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102144>
- [25] Pillai, A. E., Prakash, D., Al Marhoobi, N. A., & Shrivastava. (2017). Application of QR Codes in Tourism Industry: A Review of literature. *International Journal of Computer Technology & Applications*, 8 (6), 678–687.
- [26] Rouby, I. (2019). The adoption of “QR codes” in the tourism sector: the case of Egyptian tourism students. *Journal of Tourism Research*, 23(December), 110–126.
- [27] Scanlife. (2013). *Mobile Barcode Trend Report of ScanBuy*. https://www.scanlife.com/assets/image/pdf/Scanlife_TrendReport_Q2.2013.pdf
- [28] Shankar, A., & Datta, B. (2018). Factors Affecting Mobile Payment Adoption Intention: An Indian Perspective. *Global Business*, 19(3), 72–89.
- [29] Silalahi, P. R., Tambunan, K., &.... (2022). Dampak Penggunaan QRIS Terhadap Kepuasan Konsumen Sebagai Alat Transaksi. *ULIL ALBAB: Jurnal ...*, 1(2), 122–128. <http://ulilbabinstitute.com/index.php/JIM/article/view/18>
- [30] Srieikaningsih, A. (2020). *QRIS dan Era Baru Transaksi Pembayaran 4.0* (D. H (ed.); 1st ed.). CV. ANDI OFFSET.
- [31] Sugianto, R. V., & Brahmana, R. K. M. . (2018). Pengaruh Self-Congruity, Curiosity, dan Shopping Well-Being Terhadap Pola Konsumsi Fast Fashion pada Generasi Millennial di Surabaya. *Agora*, 6(1), 1–6.
- [32] Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: PT. Alfabeta.
- [33] Talwar, S., Dhir, A., Khalil, A., Mohan, G., & Islam, A. K. M. N. (2020). Point of adoption and beyond. Initial trust and mobile-payment continuation intention. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 55, 102086. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102086>
- [34] Tarmudji. (2006). *Prinsip-Prinsip Wirausaha*. Liberty.
- [35] Taylor, S., & Todd, P. A. (1995). Understanding information technology usage: A test of competing models. *Information Systems Research*, 6(2), 144–176. <https://doi.org/10.1287/isre.6.2.144>
- [36] Tazkiyyaturrohman, R. (2018). Eksistensi Uang Elektronik Sebagai Alat Transaksi Keuangan Modern. *Muslim Heritage*, 3(1), 23. <https://doi.org/10.21154/muslimheritage.v3i1.1240>
- [37] Teoh, W. M. Y., Chong, S. C., Lin, B., & Chua, J. W. (2013). Factors affecting consumers' perception of electronic payment: An empirical analysis. *Internet Research*, 23(4), 465–485. <https://doi.org/10.1108/IntR-09-2012-0199>
- [38] Türker, C., Can, B., & Okumus, A. (2022). *Technological Forecasting & Social Change Understanding user acceptance of QR code mobile payment systems in Turkey: An extended TAM*. 184(January). <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.121968>
- [39] Ulfi, I. (2020). Tantangan Dan Peluang Kebijakan Non-Tunai: Sebuah Studi Literatur. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 25(1), 55–65. <https://doi.org/10.35760/eb.2020.v25i1.2379>

- [40] Wingdes, I., & Yuliani, I. D. A. E. (2020). Intensi Dan Penggunaan E-Money Di Pontianak Dengan Moderasi Faktor Sosial Dan Budaya. *Jurnal Sosioteknologi*, 19(3), 377–394. <https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2020.19.3.6>
- [41] Wong, C. C., & Hiew, P. L. (2005). Diffusion of mobile entertainment in Malaysia: Drivers and barriers. *Proceedings - WEC'05: 3rd World Enformatika Conference*, 5, 263–266.
- [42] 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(May 2020), 102300. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102300>