



## PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, KEMUDAHAN PENGUNAAN, DAN RISIKO TERHADAP MINAT MENGUNAKAN QRIS PADA MASYARAKAT DI KOTA JAMBI

**Muhklis Ananta Taryanda**

*muhkliananta@gmail.com*

*Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi*

**Rofiqoh Ferawati**

*rofiqohferawati@uinjambi.ac.id*

*Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi*

**Beid Fitrianova Andriani**

*beidfitrianova89@uinjambi.ac.id*

*Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi*

*Korespondensi penulis: muhkliananta@gmail.com*

**Abstract :** QRIS is a QR code-based payment standard set by Bank Indonesia to support and facilitate digital payments in Indonesia, as an effort to encourage the realization of an integrated payment system. The purpose of this study was to examine the effect of perceived benefits, ease of use, and risk on interest in using qris in the people of jambi city. The research method used is quantitative method. The population and samples used in this study were people in the city of Jambi. Data collection was carried out by distributing questionnaires with Likert scale measurements. Then, the data testing techniques used in this study are validity and reliability tests, R-Squer tests, and hypothesis testing through bootstrapping using Smart PLS 3.0 software. The results showed that perceived ease of use, and risk had a positive and significant effect on interest in using qris while perceived benefits had a positive and insignificant effect on purchasing decisions.

**Keywords:** *Perceived Benefits, Perceived Ease of Use, Perceived Risk, Interest in Using*

**Abstrak :** QRIS merupakan standar pembayaran berbasis kode QR yang ditetapkan oleh Bank Indonesia untuk mendukung dan memfasilitasi pembayaran digital di Indonesia, sebagai upaya untuk mendorong terwujudnya sistem pembayaran yang terintegritas. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menguji pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan risiko terhadap minat menggunakan qris pada masyarakat kota jambi. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif. Populasi dan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah masyarakat di kota jambi. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner dengan pengukuran skala likert. Kemudian, teknik pengujian data yang digunakan pada penelitian ini yaitu uji validitas dan reliabilitas, uji R-Squer, dan uji hipotesis melalui *bootstrapping* dengan menggunakan *sofwer* Smart PLS 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwasannya persepsi kemudahan penggunaan, dan risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan qris sedangkan persepsi manfaat berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci :** *Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Minat menggunakan*

### PENDAHULUAN

Meningkatnya kemajuan di bidang industri teknologi memaksa masyarakat untuk semakin terbiasa dengan kegiatan transaksi keuangan secara digital (Financial Technology/Fintech), salah satunya dalam melakukan transaksi pembayaran (payment gateway). Sebelum berkembangnya industri di bidang teknologi finansial sebagaimana kondisi saat ini, dunia perdagangan secara elektronik (e-commerce) telah lahir dan berkembang lebih dahulu. Kebutuhan akan mekanisme pembayaran yang cepat dan aman menjadi sebuah gagasan lahirnya layanan transaksi keuangan digital.

---

*Received Juli 30, 2024; Revised Agustus 26, 2024; September 01, 2024*

*\* Muhklis Ananta Taryanda, muhkliananta@gmail.com*

Uang merupakan segala sesuatu yang dapat digunakan oleh masyarakat sebagai alat tukar-menukar atau alat pembayaran yang sah atas pembelian barang dan jasa. Perkembangan teknologi dan informasi yang maju akan membantu pertumbuhan ekonomi digital dan percepatan inklusi keuangan suatu negara. Salah satu bentuk pengimplementasiannya adalah pembayaran transaksi non-tunai. Seiring dengan peningkatan akses teknologi dalam pembayaran digital, saat ini telah berkembang layanan baru berupa dompet digital (e-wallet), sebagai penerus uang elektronik. Dompet digital ini memungkinkan pengguna untuk menyimpan sejumlah dana pada jumlah nominal tertentu di dalam aplikasi yang dapat diakses melalui gawai. di Indonesia, terdapat beberapa aplikasi dompet digital yang populer di kalangan masyarakat, yaitu OVO, GoPay, Dana, Doku dan LinkAja.

Sistem pembayaran berbasis digital telah menambah variasi dari model hingga interaksi pembayaran. seperti QR code yang digunakan oleh aplikasi e-wallet di Indonesia. Dengan banyaknya QR code yang diterbitkan oleh aplikasi e-wallet menyebabkan merchant harus menyediakan beberapa layanan kode QR sebanyak jumlah aplikasi e-wallet yang tersedia untuk dapat dipindai oleh masing-masing aplikasi tersebut. Hal ini juga menyebabkan konsumen harus mempunyai berbagai macam aplikasi agar dapat melakukan pembayaran digital dan ini dianggap tidak efisien.

Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) adalah upaya Bank Indonesia untuk mewujudkan masyarakat yang tidak menggunakan uang tunai. Menerbitkan Blueprint Sistem Pembayaran Indonesia (BSPI) 2025 adalah salah satu cara Bank Indonesia mendorong GNNT, yang memerlukan adaptasi dengan teknologi digital. Sistem Pembayaran Retail adalah salah satu dari lima (lima) inisiatif atau kelompok kerja utama BPSI yang mewujudkan lima visinya. Pengembangan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS), yang diluncurkan pada tanggal 17 Agustus 2019, merupakan salah satu output penting dari program tersebut.

QRIS telah menjadi standar untuk berbagai jenis pembayaran QR Code di Indonesia dan digunakan untuk meminimalkan fragmentasi industri dan meningkatkan akseptasi transaksi pembayaran non-tunai di seluruh negeri. Saat ini, sistem pembayaran kode QR (Quick Response) adalah yang paling populer. Utamanya, perubahan pada metode pembayaran e-wallet, seperti penggunaan kode QR Teknologi kode QR dianggap inovatif dan dapat membantu berbagai kegiatan sistem yang ada karena memungkinkan pendataan yang cepat. Keunggulan yang dimiliki kode QR diantaranya adalah penyimpanan dan pemanfaatan data yang akurat serta keunggulan fisik yang dapat bertahan lama.

QRIS sudah memberikan persetujuan ke beberapa Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) untuk dapat melakukan pembayaran melalui QRIS. Adapun PJSP yang telah mendapatkan persetujuan adalah sebagai berikut:

**Table 1.1**  
**Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran**

No	Nama Penyelenggara Bank dan Non Bank	Nama Produk
1.	PT Bank Syariah Mandiri	Mandiri Syariah Mobile
2.	PT Bank Central Asia, Tbk	Sakuku, BCA Mobile
3.	PT Bank BTPN, Tbk	Jenius QR
4.	PT Airpay International Indonesia	ShopeePay
5.	PT Dompot Anak Bangsa	Gopay
6.	PT Espay Debit Indonesia Koe	Dana

Sumber: *gris.com 2024*

Tabel diatas menunjukkan beberapa penyelenggara baik dari bank maupun non bank yang menggunakan Qris sebagai metode pembayaran digital.

**Tabel 1.2**  
**Data Posisi dan Penambahan Pengguna Qris berdasarkan Provinsi**

No	Provinsi	Mar-22	Akumulasi Penambahan	Pencapaian Target (%)
1	DKI Jakarta	52.293	686.368	107,75%
2	Kepulauan Riau	24.208	84.319	82,67%
3	DI Yogyakarta	38.052	167.009	81,07%
4	Jawa Barat	262.655	1.934.535	71,31%
5	Banten	90.348	455.438	68,18%
6	Bali	41.675	148.823	58,36%
7	Sulawesi Utara	20.044	43.178	47,45%
8	Sulawesi Selatan	41.329	121.910	43,38%
9	Kalimantan Timur	25.634	85.434	42,72%
10	Jawa timur	224.625	876.593	36,18%
11	Kalimantan Selatan	28.036	66.182	28,90%
12	Jawa Tengah	204.692	612.339	28,31%
13	Sumatera Barat	47.917	104.514	27,08%
14	Sumatera Selatan	37.130	141.385	26,68%
15	Gorontalo	4.919	8.504	26,58%
16	Sulawesi Tengah	10.315	20.871	26,42%
17	Kalimantan Barat	15.976	63.920	25,37%
18	Kep. Bangka Belitung	11.939	22.576	24,54%
19	Sulawesi Tengah	12.640	20.427	24,32%
20	Kalimantan Tengah	11.609	27.380	23,40%
21	Sulawesi Barat	4.509	8.102	23,15%

22	Aceh	60.444	76.854	23,08%
23	Maluku	5.903	11.135	22,72%
24	Papua Barat	5.180	7.564	22,25%
25	Kalimantan Utara	3.761	7.222	21,88%
26	Papua	13.445	22.688	21,82%
27	Lampung	37.020	103.272	20,21%
28	Riau	29.069	70.723	19,87%
29	Jambi	22.478	48.017	19,52%
30	Sumatera Utara	12.983	187.510	19,13%
31	Bengkulu	14.373	24.921	17,93%
32	Nusa Tenggara Barat	28.767	44.051	14,68%
33	Maluku Utara	3.517	5.055	13,66%
34	Nusa Tenggara Timur	10.462	17830	5,18%
	<b>Total</b>	<b>1.457.946</b>	<b>6.326.648</b>	<b>42,06%</b>

*Sumber: Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Jambi, 2022*

Berdasarkan Tabel 1.2 terlihat bahwa Provinsi Jambi termasuk 6 besar terbawah dalam capaian target pengguna QRIS dengan persentase 19,52% dengan tambahan pengguna di bulan maret hanya sebesar 22.478 dan akumulasi penambahan sebesar 48.017 pengguna. Provinsi Jambi tertinggal jauh dari Provinsi DKI Jakarta, Kepulauan Riau, dan D.I Yogyakarta yang menduduki peringkat 3 teratas dengan presentasea diatas 80%.

Kendala saat bertransaksi dengan QRIS juga menjadi alasan banyaknya masyarakat yang malas untuk melakukan transaksi menggunakan QRIS, seperti koneksi internet yang belum tersebar secara merata seluruh wilayah Indonesia, kurangnya tingkat pemahaman masyarakat terkaid keuangan digital, tidak semua masyarakat yang menmggunakan ponsel modern, kemudian adanya pembebana biaya sebesar 0,7 persen dari nilai pembayaran yang dilakukan melalui QRIS, dan ini menjadi hambatan utama bag pelaku bisnis UMKM dengan profit yang tidak terlalu besar.

Berdasarkan hal tersebut peneliti melakukan survei pendahuluan kepada 30 orang yang dipilih secara acak untuk menanyakan pandangan orang-orang terkait melakukan transaksi melalui sistem pembayaran digital QRIS. Hasil survei pendahuluan menunjukkan bahwasnya orang-orang lebih memilih menggunakan pembayaran tunai dibanding pembayaran digital. Selanjutnya Ketika peneliti memberikan pertanyaan apakah mereka menggunakan QRIS sebagai sistem pembayaran yang digunakan, 12 orang menyatakan menggunakan dan 18 orang menyatakan tidak menggunakan. Selanjutnya ketika peneliti memberikan pertanyaan lanjutan apakah mereka mampu mengaplikasikan penggunaan QRIS 12 orang menyatakan mampu 18 menyatakan tidak mampu. Kemudian pertanyaan lanjutan apakah mereka merasa bahwa penggunaan sistem pembayaran dengan QRIS tidak rumit, 12 orang menyataka cukup rumit, tetapi 18 orang

menyatakan tidak rumit. Kemudian pertanyaan lanjutan apakah mereka merasa lebih mudah melakukan transaksi menggunakan dengan QRIS dibandingkan dengan uang tunai, 20 orang menjawab akan lebih mudah dengan uang tunai, 10 orang menjawab akan lebih mudah dengan menggunakan QRIS. Pertanyaan selanjutnya apakah mereka merasa sistem pembayaran dengan QRIS ini sulit untuk di pelajari, 12 orang menjawab susah, 18 orang menjawab mudah untuk dipelajari.

Penelitian ini dilakukan kepada masyarakat kota jambi yang mana sudah seharusnya tidak asing lagi dengan penggunaan sistem pembayaran digital QRIS ini, yang kemudian juga Bank Indonesia mengharapkan masyarakat dapat ikut andil dalam proses sosialisasi penggunaan sistem pembayaran digital QRIS.

Transaksi yang baik dan sesuai syariat Islam, harus berpedoman kepada ayat suci Al-Qur'an dan Hadits. Segala bentuk transaksi ekonomi dan komersial yang mengikuti ajaran Islam harus bersumber dari Al-Quran dan As-Sunnah. Selain itu, QRIS mengacu pada prinsip muamalah yaitu an-taradhin atau dapat dikatakan transaksi suka sama suka atau ridho diantara kedua belah pihak yang sedang melakukan transaksi jika tercipta rasa seperti itu masa transaksi yang dilakukan menjadi sah. Sebagaimana dalam al-Qur'an surat An-Nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya:”Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.”

Dari ayat diatas maka dapat disimpulkan bahwasannya teransaksi yang dilakukan melalu Qris diperbolehkan asalkan sesuai dengan ketentuan syariat islam yang mana mengacu pada prinsip muamalah yaitu an-taradhin atau dapat dikatakan transaksi suka sama suka dan ridho diantara kedua belah pihak.

Tidak seperti lembaga keuangan konvensional, lembaga keuangan Islam perlu beroperasi pada prinsip-prinsip syariah yakni seperti adanya larangan riba, maysir dan gharar dan memiliki sistem bagi hasil (profit and lose sharing) sebagai penggantinya. Menurut Destianingsih pembelian dengan menggunakan QRIS masih terus memerlukan sosialisasi terkait prosedur penggunaannya dan apakah sudah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, hal tersebut disebabkan oleh sedikitnya pengetahuan dan informasi yang didapatkan oleh masyarakat terhadap penggunaan sistem pembayaran non tunai atau cashless sehingga masyarakat lebih memilih sistem pembayaran secara tunai.

QRIS memiliki banyak manfaat, pengguna aplikasi pembayaran dengan QRIS dapat melakukan transaksi dengan lebih mudah, cepat, praktis, dan efektif. Standarisasi QR Code dengan QRIS adalah alasan masyarakat memilihnya sebagai alat pembayaran. Karena mereka dapat menerima pembayaran berbasis QR apa pun, bisnis penjualan

mungkin melihat peningkatan. Meningkatkan branding, modern, dan lebih efisien dengan hanya menggunakan satu QRIS, mengurangi biaya administrasi, menghindari uang palsu, tidak perlu memberikan uang kembali; transaksi tercatat secara otomatis dan dapat dilihat kapan saja. Terpisahnya dana antara bisnis dan individu, memudahkan rekonsiliasi dan berpotensi mencegah pembukuan transaksi tunai serta untuk mendapatkan kredit lebih lanjut.

Menurut Mathieson dalam Ersaningtyas, A.P. & Susanti, E.D kemudahan diartikan sebagai kepercayaan individu dimana mereka menggunakan sistem tertentu akan bebas dari upaya. apabila seseorang percaya bahwa suatu teknologi itu mudah untuk digunakan maka orang tersebut akan menggunakannya.

Risiko adalah suatu faktor yang biasanya ditakuti oleh setiap orang, termasuk investor. Tidak ada seorang pun yang menyukai risiko. Perbedaannya hanya pada seberapa besar setiap orang mampu menerima risiko. Ada yang hanya mampu menerima risiko rendah, namun ada juga yang mampu atau siap menanggung risiko yang tinggi. Menurut Featherman, M. dan Pavlou, P persepsi risiko merupakan suatu persepsi-persepsi tentang ketidakpastian dan konsekuensi tidak diinginkan dari menggunakan produk atau layanan. Persepsi risiko sangat mempengaruhi tingkat kepercayaan. Semakin kecil persepsi risiko dari suatu individu maka semakin besar tingkat kepercayaannya, begitupun sebaliknya.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Singgih Priambodo, dan Bulan Prabawani yang berjudul “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Elektronik.” hasil analisisnya menunjukkan bahwa Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan, persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan, serta persepsi risiko memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan.

Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Hutami, Endang, dan Bida yang berjudul “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (QRIS) Pada Mahasiswa.” yang mana hasil analisisnya bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menggunakan uang elektronik berbasis QRIS pada mahasiswa UPI Y.A.I. Jakarta.

## **LANDASAN TEORI**

### **1. Minat Menggunakan**

#### **a. Pengertian Minat**

Menurut Davis et al menyebutkan bahwa minat perilaku didefinisikan sebagai tingkat seberapa kuat minat seseorang untuk melakukan perilaku tertentu. Minat perilaku adalah keinginan untuk melakukan perilaku. Menurut Kotler, minat adalah sesuatu yang

timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, kemudian timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut dan akhirnya timbul keinginan untuk membeli dan dapat memiliki produk tersebut.

Minat seseorang dalam pengambilan keputusan pemakaian atau pembelian dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti faktor pengetahuan, pengalaman, kepercayaan, keyakinan, manfaat, dan resiko, yang kemudian menimbulkan ketertarikan untuk membeli dan menggunakan suatu produk. Menurut Crow and Crow faktor-faktor yang mempengaruhi minat adalah sebagai berikut:

a. Faktor Dari Dalam

Rangsangan yang datang dari lingkungan atau ruang lingkup yang sesuai dengan keinginan atau kebutuhan seseorang akan mudah menimbulkan minat. Misalnya kecenderungan terhadap keputusan pembelian, dalam hal inilah seseorang mempunyai hasrat ingin tahu terhadap suatu produk.

b. Faktor Motif Social

Minat seseorang terhadap objek atau sesuatu hal. Disamping itu juga dipengaruhi oleh faktor dari dalam diri manusia dan motif sosial, misal seseorang berminat pada prestasi tinggi agar dapat status sosial yang tinggi pula.

c. Faktor Emosional

Faktor ini merupakan ukuran intensitas seseorang dalam menaruh perhatian terhadap sesuatu kegiatan atau objek tertentu. Misalnya, perjalanan sukses yang dipakai individu dalam suatu kegiatan tertentu dapat pula membangkitkan perasaan senang dan dapat menambah semangat atau kuatnya minat dalam kegiatan tersebut. Sebaliknya kegagalan yang dialami akan menyebabkan minat seseorang berkembang.

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa seseorang yang berminat terhadap suatu aktivitas akan memperhatikan aktivitas itu secara konsisten dengan rasa senang dikarenakan hal tersebut datang dari dalam diri seseorang yang didasarkan rasa suka dan tidak ada unsur paksaan dari siapapun. Dengan kata lain, minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang memaksa.

**b. Indikator-Indikator Minat Menggunakan**

Minat adalah suatu keinginan seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Menurut Davis et al indikator minat menggunakan yaitu:

1. Akan bertransaksi, yaitu dimana kecendrungan seorang untuk menganjurkan produk kepada orang lain.
2. Akan merekomendasikan, yaitu dimana kecendrungan seorang untuk menganjurkan produk kepada orang lain.
3. Akan terus menggunakan, yaitu kecendrungan seorang yang memiliki preferensi utama pada sebuah produk, kemudian yang dimana preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensi.

**2. Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS)**

QRIS merupakan singkatan dari Quick Response Code Indonesian. QRIS merupakan standar QR Code untuk sistem pembayaran di Indonesia yang dikembangkan oleh Bank Indonesia dengan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia. QRIS dirancang menggunakan 1 kode yang dapat melayani berbagai jenis pembayaran, hal tersebut bertujuan untuk efisiensi. Dengan 1 kode tersebut, maka penjual tidak perlu memiliki berbagai jenis QRIS dari berbagai penerbit.

Tujuan dari QR code yaitu untuk menyampaikan informasi secara cepat dan memperoleh respon yang cepat. QR code memiliki perbedaan dengan kode batang. QR code dapat menyimpan informasi dua dimensi yaitu horizontal dan vertikal, sedangkan untuk kode batang sekedar dapat menampung informasi satu dimensi secara horizontal. Sehingga QR code memiliki kemampuan menyimpan informasi lebih besar daripada kode batang.

Penggunaan QRIS dapat digunakan dalam aplikasi-aplikasi yang sudah terinstal di smartphone dan yang telah terhubung oleh internet. Aplikasi tersebut yaitu E-Wallet yang diterbitkan oleh perbankan atau non perbankan yang dipakai dalam instrument pembayaran yang berbasis server serta aplikasi tersebut telah memperoleh izin dari Bank Indonesia.

Semua aplikasi pembayaran, baik yang diselenggarakan oleh bank maupun non bank dapat dengan mudah digunakan oleh masyarakat. Hal ini dikarenakan QRIS dapat ditemukan di toko, warung, pedagang, tiket wisata, berdonasi sampai membayar parkir dengan ketentuan terdapat merchant berlogo QRIS. Transaksi pembayaran dapat dilakukan dengan QRIS, meskipun penyedia QRIS pada merchant berbeda dengan aplikasi pembayaran yang dimiliki oleh masyarakat. Cukup menggunakan smartphone masyarakat dapat bertransaksi dengan aman. Tidak khawatir akan dompet yang tertinggal.

### **3. Persepsi manfaat.**

Persepsi merupakan salah satu aspek psikologis yang penting bagi manusia dalam merespon kehadiran berbagai aspek dan gejala di sekitarnya. Persepsi mengandung pengertian yang sangat luas, menyangkut intern dan ekstern. Berbagai ahli telah memberikan definisi yang beragam tentang persepsi, walaupun pada prinsipnya mengandung makna yang sama. Sugihartono mengemukakan bahwa persepsi adalah kemampuan otak dalam menerjemahkan stimulus atau proses untuk menerjemahkan stimulus yang masuk ke dalam alat indera manusia. Persepsi manusia terdapat perbedaan sudut pandang dalam penginderaan. Ada yang mempersepsikan sesuatu itu baik atau persepsi yang positif maupun persepsi negatif yang akan mempengaruhi tindakan manusia yang tampak atau nyata.

Persepsi manfaat merupakan sejauh mana keyakinan seseorang bahwa penggunaan sistem teknologi akan meningkatkan kinerja dan efektifitas dalam menjalankan tugas dan pekerjaannya. Menurut Davis Persepsi manfaat adalah tingkatan



sejauh mana kepercayaan pada setiap diri individu ketika akan menggunakan suatu sistem informasi dapat memberikan peningkatan kinerja mereka.

**a. Indikator-Indikator Persepsi manfaat**

Venkatesh menyatakan Persepsi Manfaat adalah tingkat kepercayaan individu bahwa penggunaan teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Indikator Persepsi Manfaat, sebagai berikut:

1. Efektivitas sebagai persepsi yang adanya penghemat waktu dari pengguna website atau sebuah system.
2. Bermanfaat bagi pengguna untuk mencari informasi bagi pengguna system.
3. Produktivitas dalam website atau sistem dapat meningkatkan pengetahuan dalam pencarian dengan keyword untuk menemukan yang diinginkan.
4. Meningkatkan Kinerja dengan menggunakan website atau sistem dapat meningkatkan kinerja pengguna terutama dalam penggunaannya.

**4. Persepsi Kemudahan Penggunaan**

**a. Pengertian Persepsi Kemudahan Penggunaan**

Persepsi Kemudahan Penggunaan merupakan tingkatan dimana seseorang percaya bahwa teknologi mudah untuk dipahami. Definisi tersebut juga didukung oleh Arief Wibowo yang menyatakan bahwa persepsi tentang kemudahan penggunaan sebuah teknologi didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana seseorang percaya bahwa teknologi tersebut dapat dengan mudah dipahami dan digunakan. Berdasarkan beberapa definisi tersebut, dapat dikatakan bahwa kemudahan penggunaan mampu mengurangi usaha seseorang baik waktu maupun tenaga untuk mempelajari sistem atau teknologi karena individu yakin bahwa sistem atau teknologi tersebut mudah untuk dipahami. Intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna (user) dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan.

Venkatesh dan Davis membagi dimensi Persepsi Kemudahan Penggunaan menjadi berikut:

1. Interaksi individu dengan sistem jelas dan mudah dimengerti (clear and understandable).
2. Tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan sistem tersebut (does not require a lot of mental effort), Sistem mudah digunakan (easy to use).
3. Mudah mengoperasikan sistem sesuai dengan apa yang ingin individu kerjakan (easy to get the system to do what he/she wants to do).

**b. Indikator-Indikator Persepsi Kemudahan Penggunaan**

Persepsi Kemudahan Penggunaan merupakan tingkatan dimana seseorang percaya bahwa teknologi tersebut mudah dipahami menurut Davis Indikator Persepsi Kemudahan Penggunaan sebagai berikut:

1. Mudah dipelajari ketika sistem yang diciptakan dianggap konsumen mudah untuk digunakan tanpa harus mengeluarkan usaha yang lebih untuk mempelajarinya.
2. Mudah digunakan ketika dapat mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan pengguna sesuai dengan kebutuhan konsumen.

3. Jelas dan mudah dimengerti saat pengguna sistem tidak mengalami kebingungan dan tampilan mudah dipahami.
4. Mudah dioperasikan saat sistem mudah dioperasikan sesuai dengan kebutuhan dan tujuannya untuk memperlancar penggunaan.

#### **4. Persepsi Risiko**

##### **a. Pengertian Persepsi Risiko**

Menurut pendapat Kotler dan Keller persepsi itu sendiri adalah proses di mana kita mengatur, memilih, serta menerjemahkan informasi masukan guna terciptanya gambaran dunia yang berarti, poin yang utama disini yaitu bukan hanya pada rangsangan fisik persepsi bergantung, akan tetapi juga ada kaitannya dengan rangsangan pada bidang di sekelilingnya serta kondisi yang ada di dalam diri kita. Schiffman dan Kanuk mengatakan bahwa persepsi merupakan proses mengatur, memilih, serta menafsirkan stimuli yang ada ke dalam gambar yang masuk akal dan berarti mengenai dunia yang dilakukan oleh individu. Persepsi risiko adalah ketidakpastian yang konsumen hadapi ketika mereka tidak bisa melihat konsekuensi dari keputusan pembelian mereka. Konsumen menghadapi ketidakpastian saat mereka tidak melihat akibat dari apa yang tidak dapat dilihat secara langsung.

Tingkat risiko yang dirasakan konsumen dapat mempengaruhi tahapan proses pengambilan keputusan, di mana dalam situasi risiko yang tinggi, konsumen memiliki kemungkinan terlibat dengan kegiatan yang kompleks dalam usaha pencarian dan evaluasi informasi; begitu pula sebaliknya, dalam situasi risiko rendah, konsumen mungkin menggunakan taktik yang sangat sederhana dalam pencarian dan penilaian informasi.

##### **b. Indikator-Indikator Persepsi Risiko**

Persepsi risiko (*perceived risk*) menurut Schiffman dan Kanuk dalam Picaully adalah ketidakpastian yang konsumen hadapi ketika mereka tidak bisa melihat konsekuensi dari keputusan pembelian mereka. Konsumen menghadapi ketidakpastian saat mereka tidak melihat akibat dari apa yang tidak dapat dilihat secara langsung. Pavlou dalam Karnadjaja et alersepsi risiko dapat diukur dengan 3 indikator, yaitu:

1. Risiko tertentu, ialah resiko yang hanya berdampak pada individu saja dan tidak mempengaruhi seluruh komunitas.
2. mengalami kerugian, menandakan suatu tindakan yang dilakukan dengan tidak sengaja atau sudah selesai dilakukan
3. pemikiran bahwa berisiko, pengguna memikirkan suatu risiko yang belum terjadi saat akan melakukan transaksi jual beli melalui online shopping.

## **METODE PENELITIAN**

### **A. Metode dan Jenis Penelitian**

Studi ini menerapkan pendekatan berbasis angka. Jenis pendekatan penelitian kuantitatif. Dengan menggunakan instrumen metode penelitian yaitu observasi, wawancara, pengisian kuesioner dan dokumentasi.

### **B. Lokasi dan Objek Penelitian**

Lokasi penelitian adalah tempat atau objek untuk diadakan suatu penelitian. Untuk lokasinya pada penelitian ini yaitu akan di fokuskan untuk diwilayah kota Jambi. Dalam penelitian ini, yang menjadi objek penelitian adalah masyarakat kota jambi baik perempuan atau laki-laki

### **C. Jenis dan Sumber Data**

Data primer penelitian informasi yang diperoleh secara langsung dari pelanggan melalui kuesioner penelitian yang diberikan kepada partisipan penelitian.

Data sekunder dapat dikelompokkan menjadi sumber informasi internal dan eksternal. Data internal merupakan informasi yang diambil dari organisasi perusahaan sebagai subjek penelitian. Sementara data eksternal adalah informasi yang diperoleh oleh literatur-literatur yang ada, yang juga disebut sebagai studi kepustakaan.

## **PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN**

Berdasarkan dari hasil uji hipotesis kemudian didapatkan hasil variabel Persepsi Manfaat berpengaruh negatif terhadap Minat Menggunakan Qris, sedangkan variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif terhadap Minat Menggunakan Qris, dan variabel Persepsi Risiko berpengaruh positif terhadap Minat Menggunakan Qris. Berikut ini merupakan pembahasan dari hasil analisis yang diuji menggunakan SmartPLS 3.0:

### **1. Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Minat Menggunakan Qris**

Hasil penelitian mengindikasikan bahwa Persepsi Manfaat (X1) memiliki pengaruh yang positif tetapi tidak signifikan, Minat Menggunakan Qris (Y), sebagaimana tercermin dalam nilai t-statistik sebesar 2,996, yang melebihi angka kritis 1,96. Selain itu, nilai p-value sebesar 0,320, yang lebih kecil dari ambang signifikansi 0,05, menunjukkan bahwa persepsi manfaat tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap minat menggunakan qris. Berdasarkan temuan ini, dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga dapat dinyatakan bahwa nilai t-statistik persepsi manfaat memberikan dampak positif, namun dampak tersebut tidak mencapai tingkat signifikansi yang diperlukan, terhadap minat menggunakan qris.

Berdasarkan analisis deskriptif yang tertera dalam tabel 2, dapat dilihat bahwa penilaian rata-rata yang diberikan oleh responden terhadap persepsi manfaat masuk dalam kategori tinggi, dengan rentang nilai antara 382 hingga 394. Penilaian tertinggi tercatat pada pernyataan tertentu dengan total skor 394, yang mengindikasikan bahwa “manfaat dalam menggunakan qris sangat membantu untuk masyarakat bertransaksi dengan mudah.” Sementara itu, penilaian paling rendah dengan total skor 382 diberikan pada

pernyataan yang menyatakan bahwa ” manfaat dalam menggunakan qris pembayaran lebih efisien.”

Jogiyanto menyatakan bahwa persepsi manfaat didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya.

Dapat disimpulkan bahwa persepsi manfaat memiliki dampak yang positif namun dampak tersebut tidak mencapai tingkat signifikan yang diperlukan, terhadap minat menggunakan qris. Hasil penelitian ini berbeda dengan studi sebelumnya yang dilakukan oleh Luh Putu Eka Ulansari, I Gede Agus Pertama Yudiantara, yang menegaskan bahwa persepsi manfaat memiliki dampak yang signifikan terhadap minat menggunakan.

## **2. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Menggunakan Qris.**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (X2) memiliki dampak yang positif dan signifikan terhadap minat menggunakan qris (Y), seperti yang ditunjukkan oleh nilai t-statistik yang sebesar 2,087, yang melebihi angka kritis 1,96. Selain itu, nilai p-value sebesar 0,008 yang lebih rendah dari batas signifikansi 0,037 juga mengindikasikan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan qris. dapat disimpulkan bahwa keterlibatan persepsi kemudahan penggunaan memiliki dampak yang positif dan signifikan terhadap minat menggunakan qris.

Berdasarkan analisis deskriptif yang tertera dalam tabel 3, dapat dilihat bahwa penilaian rata-rata yang diberikan oleh responden terhadap persepsi kemudahan penggunaan masuk dalam kategori tinggi, dengan rentang nilai antara 387,6. Penilaian tertinggi dicapai pada pernyataan tertentu dengan total skor 396, yang menyatakan bahwa “fitur yang ada pada layanan qris mudah dimengerti..” Sementara itu, penilaian paling rendah dengan total skor 371 diberikan pada pernyataan yang menyatakan bahwa “banyak media yang memberikan informasi mengenai penggunaan qris.”

Ini dapat dijelaskan bahwa hubungan antara persepsi kemudahan penggunaan yang ditawarkan dan minat menggunakan qris memiliki karakteristik positif. Pendapat Arief Wibowo yang menyatakan bahwa persepsi tentang kemudahan penggunaan sebuah teknologi didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana seseorang percaya bahwa teknologi tersebut dapat dengan mudah dipahami dan digunakan. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Mitra Sami Gultom, dan Nur Safitry, yang menegaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki dampak yang signifikan terhadap minat menggunakan.

## **3. Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Minat Menggunakan Qris.**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi risiko (X3) memiliki dampak yang positif dan signifikan terhadap minat menggunakan qris (Y), seperti yang ditunjukkan oleh nilai t-statistik yang sebesar 4,086 yang melebihi angka kritis 1,96. Selain itu, nilai

p-value sebesar 0,000 yang lebih rendah dari batas signifikansi 0,05 juga mengindikasikan bahwa persepsi risiko memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan qris. Karena itu, dapat disimpulkan bahwa persepsi risiko memiliki dampak yang positif dan signifikan terhadap minat menggunakan qris.

Berdasarkan analisis deskriptif yang terdapat dalam tabel 4, diperlihatkan bahwa nilai rata-rata dari penilaian yang diberikan oleh responden terhadap persepsi risiko masuk dalam kategori sedang dan tinggi, dengan kisaran nilai antara 335 dan 351. Penilaian paling tinggi tercatat pada pernyataan tertentu dengan skor total 351, yang menyatakan bahwa “Saya merasa khawatir jika melakukan transaksi melalui QRIS ada risiko tertentu yang harus saya tanggung.” penilaian paling rendah dengan total skor 335 diberikan pada pernyataan yang menyatakan bahwa “transaksi melalui QRIS belum tentu memiliki keamanan yang tinggi.”

Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa persepsi risiko memiliki dampak yang signifikan terhadap minat menggunakan qris. Pendapat Schiffman dan Kanuk persepsi risiko ialah ketidakpastian yang konsumen hadapai ketika mereka tidak bisa melihat konsekuensi dari keputusan pembelian mereka. Temuan penelitian ini kontras dengan studi sebelumnya yang dilakukan oleh Singgih Priambodo, dan Bulan Prabawani, yang menyimpulkan bahwa persepsi risiko tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan.

## KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan QRIS. *Strutural Equation Modeling* (SEM) adalah teknik analisa yang digunakan. Untuk itu, kesimpulan yang kemudian dapat diambil dari analisis dan pembahasan yang sudah disajikan adalah :

1. Nilai t-statistik dan P-value Persepsi Manfaat berpengaruh positif tetapi tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap Minat Menggunakan QRIS.
2. Nilai t-statistik dan P-value Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan Qris. Hal ini menunjukkan berbagai manfaat yang ditawarkan oleh QRIS seperti meningkatkan kinerja pekerjaan dapat menjadikan pembayaran menjadi efisien dan praktis.
3. Nilai t-statistik dan P-value Persepsi Risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan Qris. Hal ini menunjukkan bahwa tidak banyak risiko menggunakan QRIS dan masyarakat tidak perlu was-was dalam transaksi melalui QRIS.
4. Nilai R-Squer menunjukan bahwa Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan QRIS.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Alis Santika, Ranti Aliyani, dan Ria Mintarsih, "Persepsi Dan Intensi Pelaku UMKM Terhadap Penggunaan QRIS Sebagai Sistem Pembayaran Digital Di Kota Tasikmalaya," *Jurnal Transekonimika*, Vol 2, no 4, (2022)h. 61-70
- Audy Maudya, "Analisis Pengaruh Celebrity Endorsment, Kualitas Produk Dan Packaging Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Produk Skincare Klarity)," *Jurnal Ekonomi Bisnis Indonesia*, Vol. 17 No. 1 (Juni 2022)
- Dewi Kusuma Wardani, Anita Primastiwi, Hermalia, "Persepsi Kemanfaatan dan Persepsi Kemudahan pada Minat Membayar PBB Menggunakan Go-Pay dengan Sikap Penggunaan sebagai Variabel Intervening," *Jurnal Exero Journal of Research in Business and Economics*, Vol 3, no 1, (Mei 2020)
- Dyah Anggita Febriyani, "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Beli Online Pada Mahasiswa Ust Yogyakarta Pengguna Zalora," *Jurnal Ekobis Dewantara*, Vol 1, no 11, (November 2018)
- Erwinsyah, Kartina Eka Ningsih, Syahrudin S, Kamila Anjelita, "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Niat Untuk Menggunakan dan Penggunaan Aktual Teknologi Pembayaran Digital Qris," *Jurnal Jemi*, Vol 23, no 1 (Juni 2023)
- Fahri Juna R Pulungan, Hubbul Wathan, Muhammad Zuhirsyan, Muslim Marpaung, "Implementasi Maqashit Syariah Terhadap Penggunaan Qris Dalam Transaksi Elektronik" *Jurnal Bilal*, Vol 3, no 2, (Desember 2022)
- Hana Zahra Salsabila, Susanto, Lusya Tria Hatmanti Hutami, "Pengaruh Persepsi Risiko, Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee," *Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol 9, no 1, (Maret 2021)
- Hutami A. Ningsih, Endang M. Sasmita, Bida Sari, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (QRIS) Pada Mahasiswa," *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, Vol 4, no 1, (Maret 2021)
- Irmadhani, Mahendra Adhi Nugroho, "Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Computer Self Efficacy, Terhadap Penggunaan Online Banking Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta," *Jurnal Kajian Pendidikan Akuntansi Indonesia*, Vol 1, no 3, (2012)
- Irwan and Khaeryna Adam, "Metode Partial Least Squer (PLS) Dan Terapannya ( Studi Kasus: Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Layanan Unit Camming Kab.Bone)," *Jurnal Teknosains*, Vol.9, No 1, (Januari 2015)
- Imam Ghozali, *Structual Equation Modeling Metode Alternatif Dengan Partial Least Squeares (PLS) Dilengkapi Softwer Smartpls 3.0 Xlstat 2014 dan WarpPLS 4.0* ( Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2014)
- Luh Putu Eka Ulansari, I Gede Agus Pertama Yudiantara, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, dan Norma Subjektif terhadap MInat Menggunakan Sistem Informasi Pembayaran Elektronik (E-Payment)," *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika*, Vol 11, No 2, (Mei 2021)
- Made Irma Lestari, "Kesediaan Micro Merchants Membayar Merchant Discount Rate dan Biaya Settlement Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS): Studi

- Eksplorasi Pada Usaha Mikro Menengah,” *Jurnal Infestasi*, Vol 19, no 1,(Juni 2023)
- Niko Faizal Akbar,”Analisis Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Komunikasi Snapp Pada Sd Ignatius Slamet Riyadi Karawang,” *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, Vol 3, no 3,(2019)
- Novia Ayu Resa, Anik Lestari Andjarwati,”Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Online,” *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol 7, no 4,(2019)
- Oktoviana Banda Saputri,” Preferensi konsumen dalam menggunakan quick response code indonesia standard (qris) sebagai alat pembayaran digital” *Jurnal Kinerja*, Vol 17, no 2 (2020)
- Purnama Ramadani Silalahi, Kharina Tambunan, dan Tryana Ramdhany Batubara,”Dampak Penggunaan QRIS Terhadap kepuasan Konsumen Sebagai Alat Transaksi,” *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, Vol 1, no 2,(Januari 2022)
- Pradika Muthiya Shafa, Jusuf Hariyanto,”Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Dan Metode Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Berbelanja Online Melalui Aplikasi Shopee (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Bekasi),” *Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*,(2020)
- Priambodo, S. & Prabawani,”Penagruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Elektronik”, *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis S1*. (Maret 2016, 127-135).
- Risma Arum Azzahroo, Sri Dwi Estiningrum,” Preferensi Mahasiswa dalam Menggunakan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) sebagai Teknologi Pembayaran,” *Jurnal Manajemen Motivasi*, Vol 17,(2021)
- Timothius Tandio, A. A. G. P. Widanaputra,” Pengaruh Pelatihan Pasar Modal, Return, Persepsi Risiko, Gender, Dan Kemajuan Teknologi Pada Minat Investasi Mahasiswa,” *Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, Vol 16, no 3,(September 2016)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2019)
- Valentine Parengkuan, Altje Tumbel, and Rudy Wenas, “Analisis Pengaruh brand Image Dan Celebrity Endorsment Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shampo Head And Shoulders Di Mart Manado”, *Jurnal EMBA*, Vol.2, NO.3,( September 2014)
- Yasinta Maulida Rohma, Nila Tristiarini,” Pengaruh Sistem Pembayaran E-Money Dalam Era Digital Di Tengah Wabah Covid-19 : Studi Kasus Pada Masyarakat Semarang,” *Jurnal Akutansi dan Pajak*, Vol 22, no 1,(Januari 2021)