



Analisis Perbandingan Efektivitas QRIS dengan Metode Pembayaran Digital Lainnya pada Generasi Muda di Kota Surakarta terhadap Minat Pengguna Pembayaran Digital

Rhevan Bardiaman

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Dika Puspitaningrum

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Alamat: Makamhaji, Kartasura, Sukoharjo, Jawa Tengah

Korespondensi penulis: rbardiaman@gmail.com

Abstract. This study aims to analyze the effectiveness of QRIS compared to other digital payment methods among young people in Surakarta City in terms of their interest in digital payments, by applying the Technology Acceptance Model, Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2, and Innovation Diffusion Theory frameworks. The study uses a quantitative approach, involving a sample of 125 young people who use digital payments in Surakarta City. Information was obtained through questionnaires and processed using multiple linear regression analysis. The research findings reveal that all independent variables were found to significantly influence the interest of digital payment users. However, comparatively, other digital payment methods (X2) were found to have a slightly stronger influence than QRIS (X1).

Keywords: Digital Payment; E-Wallet; QRIS; User Intention; Young Generation

Abstrak. Penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis perbandingan efektivitas QRIS dengan metode pembayaran digital lainnya pada generasi muda di Kota Surakarta terhadap minat pengguna pembayaran digital, dengan menerapkan kerangka *Technology Acceptance Model*, *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2*, dan *Teori Difusi Inovasi*. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif, melibatkan sampel sebanyak 125 generasi muda yang menggunakan pembayaran digital di Kota Surakarta. Informasi diperoleh melalui kuesioner dan diproses menggunakan analisis regresi linier ganda. Temuan riset mengungkapkan bahwa seluruh variabel independen terbukti signifikan mempengaruhi minat pengguna pembayaran digital. Namun secara komparatif, metode pembayaran digital lainnya (X2) ditemukan memiliki pengaruh yang sedikit lebih kuat dibandingkan QRIS (X1).

Kata Kunci: Dompet Digital; Generasi Muda; Minat Pengguna; Pembayaran Digital; QRIS

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi finansial (*fintech*) telah mengubah pola transaksi ekonomi global, dengan sistem pembayaran digital menjadi tren utama di berbagai negara. *QR Code (Quick Response Code)* sebagai metode pembayaran semakin populer karena kemudahan, kecepatan, dan keamanannya. Di Asia, penggunaan QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) telah diadopsi secara masif, terutama di negara seperti China, India, dan Indonesia. Pemerintah Indonesia mendorong digitalisasi transaksi melalui kebijakan nasional seperti Gerakan Nasional Non-Tunai (GNNT) untuk meningkatkan efisiensi ekonomi. Namun, di tengah pertumbuhan transaksi digital, masih banyak UMKM yang belum sepenuhnya memanfaatkan teknologi ini. Padahal, adopsi pembayaran digital dapat memperluas pasar dan meningkatkan pendapatan pelaku usaha (Alifia, Erwin Permana' & Harnovinsah, 2024). UMKM pengadopsi sistem pembayaran digital mengalami pengurangan biaya transaksi hingga 30% dibandingkan dengan yang masih menggunakan metode konvensional (Anggreani, M. M., & Mandiana, S. S. H. 2025). Namun, implementasinya di berbagai negara masih menghadapi tantangan, seperti kesenjangan infrastruktur dan literasi digital (Asep Koswara, 2024).

Sebelum implementasi QRIS secara nasional, lanskap pembayaran digital di Indonesia telah diramaikan oleh kehadiran berbagai Penyedia Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) berbasis dompet elektronik (*e-wallet*). Menurut timedoor.net (2025) pelaku-pelaku utama seperti GoPay, OVO, DANA, dan ShopeePay berhasil mengakuisisi basis pengguna yang besar dengan strategi integrasi ekosistem. GoPay bersinergi dengan layanan transportasi dan pesan-antar Gojek, OVO dengan ekosistem Grab dan berbagai mitra ritel, DANA melalui kemitraan strategis dengan berbagai platform, dan ShopeePay terintegrasi erat dengan platform e-commerce Shopee. Perkembangan pesat ini, meskipun positif dalam mendorong adopsi, menciptakan fragmentasi sistem. Setiap penyedia menerbitkan *QR code*-nya sendiri, yang memaksa pelaku usaha (*merchant*) untuk menyediakan berbagai *QR code* berbeda guna melayani pelanggan dari platform yang beragam.

Dominasi para pengguna dompet elektronik ini, di sisi lain, secara tidak langsung memainkan peran krusial dalam mengakselerasi edukasi dan literasi pembayaran digital di tengah masyarakat. Menurut theconversation.com (2020) melalui berbagai program promosi yang agresif seperti cashback dan diskon, para penyedia layanan ini berhasil mengubah perilaku konsumen menjadi lebih konsumtif, terutama pada generasi muda. Fondasi inilah yang kemudian dimanfaatkan oleh Bank Indonesia bersama Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) untuk meluncurkan QRIS. Standarisasi melalui QRIS bertujuan untuk menciptakan ekosistem pembayaran yang lebih inklusif, terintegrasi, dan efisien, di mana satu *QR code* dapat menerima pembayaran dari berbagai aplikasi PJSP, sehingga menyederhanakan proses transaksi baik bagi pedagang maupun konsumen.

Preferensi pengguna khususnya di kalangan demografi muda, menunjukkan tren yang signifikan terhadap platform tertentu. Data dari laporan Populix (2023) yang berjudul “Populix PopVoice Gen Z & Millennials Report Q1 2023” mengonfirmasi dominasi ShopeePay. Platform ini menjadi pilihan utama bagi 77% responden Generasi Z dan 71% responden Milenial. Keunggulan ShopeePay tidak hanya terletak pada integrasinya dengan ekosistem e-commerce yang kuat, tetapi juga pada adopsi penuh sistem QRIS. Hal ini memungkinkan pengguna melakukan pembayaran secara mudah dengan memindai satu QR di berbagai merchant, mulai dari usaha mikro hingga ritel besar. Tingginya tingkat penggunaan ini sejalan dengan proyeksi pertumbuhan nilai transaksi uang elektronik secara keseluruhan, di mana Bank Indonesia (2024) memprediksi nilai transaksi untuk pemain utama seperti GoPay, DANA, OVO, dan ShopeePay akan mencapai Rp835,84 triliun pada tahun 2024, sebuah peningkatan sebesar 43,45% dari tahun sebelumnya.

Menurut umkm.kompas.com (2022) Surakarta sebagai salah satu kota dengan pertumbuhan UMKM tertinggi di Jawa Tengah memiliki potensi besar dalam adopsi QRIS. Data dari Dinas Koperasi dan UMKM Surakarta mencatat lebih dari 65.000 pelaku UMKM, namun hanya sekitar 40% yang telah menggunakan QRIS dalam transaksi harian. Sebagian besar UMKM masih bergantung pada pembayaran tunai karena keterbatasan pemahaman tentang manfaat QRIS. Selain itu, beberapa pelaku usaha mengeluhkan biaya administrasi dan kendala teknis dalam penggunaan QRIS. Meskipun demikian, Surakarta memiliki infrastruktur digital yang relatif baik dengan dukungan jaringan internet dan perbankan yang memadai. Jika optimalisasi QRIS dapat dilakukan, hal ini berpotensi meningkatkan efisiensi transaksi dan pendapatan UMKM di kota tersebut.

Menurut Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI), penggunaan QRIS terus meningkat selama empat tahun terakhir hingga tahun 2024 nominal transaksi QRIS telah menyentuh Rp1.021,75 triliun. Pada tahun pertama QRIS diluncurkan, nominal transaksi QRIS berada di angka Rp8,21 triliun, dan volume transaksi di angka 124,11 juta transaksi. Memasuki tahun kedua, volume transaksi QRIS bertumbuh ke angka 374,69 juta transaksi, dengan nominal transaksi Rp27,63 triliun. Pada tahun ketiga volume transaksi QRIS kembali bertumbuh ke angka 1.003,19 juta transaksi dengan nominal transaksi mencapai Rp99,98 triliun. Pada tahun 2023 volume transaksi QRIS menyentuh angka 2,14 miliar dengan nominal transaksi mencapai Rp226 triliun. Tahun 2024 volume dan nominal transaksi QRIS mencapai angka tertinggi selama empat

tahun terakhir, volume transaksi QRIS pada tahun ini mencapai 6,24 miliar transaksi, dan nominal transaksi pada tahun ini mencapai Rp659,93 triliun.

Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa penggunaan QRIS secara umum berdampak positif terhadap peningkatan pendapatan UMKM, seperti dalam penelitian Nadhifa et al, (2024) di berbagai wilayah dimana kemudahan transaksi, penghematan biaya operasional, dan perluasan jangkauan pelanggan menjadi faktor pendukung utama. Sedangkan, terdapat ketidakkonsistenan dalam temuan, seperti penelitian Choirul Hana dan Yesy Kusumawati (2024) di Kota Kediri yang menunjukkan dampak tidak signifikan akibat rendahnya adopsi digital di kalangan generasi tua, serta preferensi masyarakat terhadap transaksi tunai. Perbedaan hasil ini menunjukkan bahwa efektivitas QRIS dalam meningkatkan pendapatan UMKM sangat tergantung pada beberapa variabel seperti ketersediaan jaringan internet, kesiapan pelaku usaha, dan kebiasaan masyarakat dalam bertransaksi.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini akan menganalisis perbandingan efektivitas antara QRIS dengan metode pembayaran digital lainnya terhadap minat pengguna pembayaran digital. Sementara itu, objek penelitian difokuskan pada persepsi dan perilaku generasi muda dalam menggunakan pembayaran digital. Indikator utama yang diteliti meliputi kecepatan transaksi, kegunaan, kepuasan, kemudahan, keamanan, dan minat penggunaan ulang. Dengan pendekatan kuantitatif, penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategis bagi pemerintah, pelaku UMKM, dan penyedia layanan finansial dalam mengoptimalkan penggunaan QRIS. Hasil penelitian juga dapat menjadi referensi bagi pengembangan kebijakan digital ekonomi di tingkat lokal.

KAJIAN TEORITIS

Teori yang mendasari penelitian ini adalah *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989). TAM menjelaskan dan memprediksi perilaku individu dalam menerima serta menggunakan teknologi informasi. Model ini secara khusus dirancang untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan teknologi berbasis komputer di lingkungan kerja, dan telah menjadi kerangka konseptual yang banyak digunakan dalam bidang sistem informasi (Tarisa & Puspitaningrum, 2025). TAM berakar dari teori perilaku yang lebih umum, yaitu *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen (1975), yang menyatakan bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh niat untuk berperilaku, yang pada gilirannya dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku tersebut dan norma subjektif yang dirasakan.

TAM berangkat dari asumsi bahwa adopsi teknologi ditentukan oleh niat perilaku yang dibentuk oleh dua konstruk utama, yaitu *Perceived Usefulness* (PU) dan *Perceived Ease of Use* (PEOU). Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*): Persepsi kemudahan penggunaan merujuk pada tingkat kenyamanan dan kejelasan antarmuka yang dirasakan oleh pengguna ketika menggunakan suatu teknologi pembayaran. Davis (1989) menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat kemudahan yang dirasakan, maka semakin besar kemungkinan pengguna akan menerima dan mengadopsi teknologi tersebut. Dalam konteks QRIS, fitur pemindai kode QR yang cepat, sederhana, dan tidak memerlukan banyak langkah, dapat meningkatkan persepsi kemudahan tersebut. Kemudahan ini sangat relevan bagi generasi muda yang cenderung memiliki preferensi terhadap sistem yang efisien dan tidak rumit. Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*): Persepsi kegunaan didefinisikan sebagai sejauh mana pengguna meyakini bahwa penggunaan suatu sistem akan meningkatkan efektivitas aktivitasnya. Venkatesh et al. (2003) menegaskan bahwa pengguna cenderung menerima suatu sistem jika mereka meyakini bahwa sistem tersebut memberikan manfaat fungsional yang signifikan. Dalam kasus QRIS, manfaat yang dimaksud dapat berupa efisiensi pembayaran, akses luas di berbagai merchant, serta kompatibilitas dengan aplikasi perbankan atau *e-wallet*. QRIS yang mampu memberikan nilai tambah dalam kehidupan transaksi sehari-hari pengguna generasi muda, akan memiliki tingkat kegunaan yang tinggi di mata mereka.

Kedua konstruk ini berpengaruh langsung terhadap sikap pengguna, yang pada akhirnya membentuk niat pengguna untuk menggunakan teknologi, dan selanjutnya berdampak pada perilaku aktual penggunaan. Model ini memberikan pemahaman yang sistematis mengenai proses kognitif yang dilalui oleh pengguna dalam memutuskan apakah akan menerima atau menolak suatu teknologi. Seiring dengan perkembangannya, TAM telah mengalami berbagai perluasan dan modifikasi, seperti TAM2 oleh Venkatesh dan Davis (2000), dan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) oleh Venkatesh et al. (2003), yang mengintegrasikan sejumlah variabel eksternal seperti pengaruh sosial, kondisi fasilitas, dan pengalaman pengguna untuk meningkatkan kemampuan prediktif model. Berbagai studi empiris menunjukkan bahwa TAM memiliki validitas dan reliabilitas yang tinggi dalam menjelaskan adopsi teknologi di berbagai konteks, seperti dalam sektor pendidikan, kesehatan, perbankan, dan *e-commerce* (Venkatesh & Davis, 2000). Dalam konteks penelitian ini, TAM memberikan kerangka untuk memahami bagaimana generasi muda di Surakarta menilai efektivitas QRIS dibandingkan dengan metode pembayaran digital lainnya(GoPay, OVO, DANA, ShopeePay).

Model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* 2 (UTAUT2) merupakan ekstensi dari kerangka kerja UTAUT yang dikembangkan secara spesifik untuk menjelaskan penerimaan dan penggunaan teknologi dalam konteks konsumen. Teori ini diperkenalkan oleh Venkatesh, Thong, dan Xu (2012) sebagai respons terhadap keterbatasan model UTAUT orisinal yang lebih berorientasi pada lingkungan organisasional. UTAUT2 mempertahankan empat konstruk inti dari model pendahulunya, yaitu Ekspektasi Kinerja (*Performance Expectancy*), Ekspektasi Usaha (*Effort Expectancy*), Pengaruh Sosial (*Social Influence*), dan Kondisi yang Memfasilitasi (*Facilitating Conditions*), yang secara bersama-sama mempengaruhi niat perilaku (*Behavioral Intention*) dan perilaku penggunaan (*Use Behavior*) terhadap suatu teknologi.

Performance Expectancy (PE): PE didefinisikan sebagai sejauh mana individu percaya bahwa penggunaan suatu sistem akan meningkatkan kinerjanya (Venkatesh et al., 2003). Dalam konteks penelitian ini, PE dapat dimaknai sebagai keyakinan generasi muda terhadap manfaat penggunaan QRIS dibanding metode pembayaran digital lain, terutama dalam meningkatkan efisiensi dan kecepatan transaksi. Misalnya, jika pengguna merasa bahwa QRIS lebih cepat dan aman daripada *e-wallet* lain, maka tingkat PE akan tinggi. Studi oleh Oliveira et al. (2016) menunjukkan bahwa PE merupakan prediktor utama dalam adopsi sistem pembayaran digital. Oleh karena itu, persepsi generasi muda Surakarta terhadap keunggulan QRIS dalam konteks praktis sehari-hari akan sangat menentukan intensi mereka dalam menggunakanannya.

Effort Expectancy (EE): EE merujuk pada sejauh mana pengguna merasa bahwa teknologi tersebut mudah digunakan. Kemudahan ini mencakup antarmuka yang intuitif, proses instalasi yang sederhana, dan keterjangkauan informasi. Dalam kasus QRIS, aspek kemudahan dapat mencakup proses pemindai QR code yang lebih ringkas dibanding input nomor rekening atau pemilihan akun dalam aplikasi *e-wallet* lainnya (GoPay, OVO, DANA, ShopeePay). Penelitian oleh Baptista dan Oliveira (2015) menunjukkan bahwa EE berpengaruh signifikan terhadap intensi penggunaan teknologi digital, khususnya di kalangan generasi muda. Apabila generasi muda Kota Surakarta merasa bahwa QRIS mudah diakses dan tidak memerlukan banyak usaha kognitif untuk digunakan, maka kemungkinan mereka beralih ke QRIS akan lebih besar dibanding metode lain yang dirasa lebih rumit.

Social Influence (SI): SI mengacu pada tingkat pengaruh yang diberikan oleh orang-orang signifikan (teman, keluarga, komunitas, atau tokoh publik) terhadap keputusan individu dalam menggunakan suatu teknologi. Dalam masyarakat yang memiliki kecenderungan kolektif seperti Indonesia, termasuk di Kota Surakarta, pengaruh sosial memainkan peran penting dalam adopsi inovasi digital. Jika generasi muda melihat bahwa lingkungan sosial mereka lebih memilih QRIS karena berbagai keuntungan yang ditawarkan, maka kemungkinan mereka untuk ikut menggunakanannya akan meningkat. Penelitian oleh Zhou et al. (2010) menunjukkan bahwa SI merupakan variabel penting dalam mempengaruhi adopsi sistem pembayaran non-tunai di kawasan Asia.

Facilitating Conditions (FC): FC adalah persepsi individu mengenai ketersediaan sumber daya teknis dan organisasi yang memungkinkan penggunaan sistem tersebut. Dalam konteks

QRIS, FC mencakup dukungan perangkat (ponsel pintar dengan kamera), infrastruktur jaringan internet, serta keberadaan merchant yang menerima pembayaran QRIS. Dalam kota seperti Surakarta yang infrastrukturnya terus berkembang, FC dapat berfungsi sebagai pembeda antara QRIS dan metode lain. Misalnya, apabila QRIS lebih banyak diterima oleh UMKM dan warung tradisional dibandingkan metode lain seperti kartu debit, maka hal ini akan meningkatkan tingkat kenyamanan dan penggunaan QRIS oleh generasi muda. Venkatesh et al. (2003) menegaskan bahwa FC memiliki dampak signifikan terhadap actual usage, terutama ketika pengguna telah memiliki niat menggunakan sistem tersebut.

Untuk meningkatkan daya prediksi dalam lingkup konsumen, UTAUT2 menambahkan tiga konstruk baru yang dinilai krusial. Pertama adalah Motivasi Hedonis (*Hedonic Motivation*), yang merujuk pada kesenangan atau kenikmatan yang diperoleh dari penggunaan teknologi. Kedua, Nilai Harga (*Price Value*), yang didefinisikan sebagai evaluasi kognitif konsumen mengenai pertukaran antara manfaat yang dirasakan dari teknologi dengan biaya moneter untuk menggunakannya. Ketiga, Kebiasaan (*Habit*), yang diartikan sebagai kecenderungan individu untuk melakukan perilaku secara otomatis karena pembelajaran dari pengalaman masa lalu. Penambahan ketiga variabel ini bertujuan untuk menangkap aspek-aspek unik dari pengambilan keputusan konsumen yang tidak sepenuhnya terwakili dalam model UTAUT awal (Venkatesh, Thong, & Xu, 2012). Selain penambahan konstruk utama, UTAUT2 juga memodifikasi variabel moderatornya agar lebih relevan dengan konteks konsumen. Model ini mempertahankan usia, jenis kelamin, dan pengalaman sebagai variabel yang memoderasi hubungan antar konstruk. Namun, variabel *Voluntariness of Use* (kesukarelaan penggunaan) yang ada pada UTAUT orisinal dihilangkan, dengan asumsi bahwa dalam konteks konsumen, penggunaan teknologi hampir selalu bersifat sukarela. Dengan demikian, UTAUT2 menawarkan sebuah kerangka kerja yang lebih komprehensif dan terbukti memiliki kemampuan prediksi yang lebih tinggi dalam menjelaskan niat dan adopsi teknologi oleh individu di luar lingkungan kerja (Venkatesh, Thong, & Xu, 2012).

Teori difusi inovasi berupaya menjelaskan bagaimana dan mengapa ide dan praktik baru diadopsi, termasuk mengapa ide dan praktik tersebut dapat tersebar dalam jangka waktu yang panjang. Cara inovasi dikomunikasikan ke berbagai lapisan masyarakat dan opini subjektif yang terkait dengan inovasi tersebut merupakan faktor penting dalam seberapa cepat difusi atau penyebaran terjadi. Teori ini sering dirujuk ketika perusahaan sedang mengembangkan strategi pemasaran untuk produk baru dan mengembangkan pangsa pasar. Teori difusi inovasi dikembangkan oleh EM Rogers, seorang ahli teori komunikasi di Universitas New Mexico, pada tahun 1962. Teori ini menjelaskan perjalanan sebuah ide baru melalui tahapan-tahapan adopsi oleh berbagai orang yang berpartisipasi dalam atau mulai menggunakan ide baru tersebut. Tokoh-tokoh utama dalam teori difusi inovasi adalah:

1. Inovator: Mereka yang terbuka terhadap risiko dan yang pertama mencoba ide-ide baru
2. Pengadopsi awal: Orang-orang yang tertarik untuk mencoba teknologi baru dan membangun manfaatnya di masyarakat
3. Mayoritas awal: Mereka yang membuka jalan bagi penggunaan inovasi dalam masyarakat arus utama dan merupakan bagian dari populasi umum.
4. Mayoritas akhir: Orang-orang yang mengikuti mayoritas awal dalam mengadopsi inovasi sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari mereka dan juga merupakan bagian dari populasi umum.
5. Orang yang tertinggal: Orang yang tertinggal dari masyarakat umum dalam mengadopsi produk inovatif dan ide baru

Umumnya, para inovator dan pengadopsi awal terbuka terhadap kemungkinan risiko yang muncul ketika mencoba inovasi, teknologi, atau ide baru. Di sisi lain, mereka yang lambat cenderung menghindari risiko dan terpaku pada cara mereka sendiri dalam melakukan sesuatu. Pada akhirnya, integrasi suatu inovasi ke dalam masyarakat arus utama membuat mereka mustahil untuk menjalani kehidupan sehari-hari (dan pekerjaan) tanpanya. Akibatnya, mereka terpaksa mulai menggunakannya.

Teori difusi inovasi dikembangkan sebagian dengan mengintegrasikan teori-teori sosiologi sebelumnya tentang perubahan perilaku. Faktor-faktor yang mempengaruhi laju difusi inovasi meliputi campuran penduduk pedesaan dan perkotaan dalam suatu masyarakat, tingkat pendidikan masyarakat, serta tingkat industrialisasi dan pembangunan. Masyarakat yang berbeda cenderung memiliki tingkat adopsi yang berbeda pula tingkat penerimaan anggota masyarakat terhadap inovasi baru. Tingkat adopsi berbagai jenis inovasi bervariasi. Misalnya, suatu masyarakat mungkin mengadopsi internet lebih cepat daripada mobil karena biaya, aksesibilitas, dan keakraban dengan perubahan teknologi. Sementara teori penyebaran inovasi dikembangkan pada pertengahan tahun 1900-an, sebagian besar teknologi baru dalam kemajuan manusia, baik itu mesin cetak selama abad ke-16 atau internet pada abad ke-20, telah mengikuti jalur yang sama menuju adopsi yang luas.

Teori difusi inovasi banyak digunakan oleh para pemasar untuk mendorong adopsi produk mereka. Misalnya, pemasar dapat menemukan sekelompok orang yang antusias dengan suatu produk untuk menerimanya secara gratis sebagai imbalan atas penyebarannya secara luas. Para pengadopsi awal ini bertanggung jawab untuk menyebarkan manfaatnya kepada khalayak umum. Salah satu contoh dari metode ini adalah Facebook. Awalnya, Facebook merupakan produk yang ditujukan bagi pelajar dan profesional di lembaga pendidikan. Seiring meningkatnya penggunaan pelajar di luar sekolah, situs media sosial ini menyebar ke masyarakat umum dan lintas batas. Pemasaran influencer adalah salah satu penerapan teori difusi inovasi. *Influencer* media sosial sering dihubungi oleh merek yang memiliki produk atau layanan baru. Para *influencer* menjadi pengadopsi awal yang menggunakan dan mengunggah informasi tentang produk baru tersebut, menjadikannya normal bagi khalayak umum dan menyebabkan penggunaannya semakin meluas.

Dalam kehidupan modern saat ini, kecepatan dalam melakukan transaksi menjadi kebutuhan yang semakin penting. Masyarakat cenderung memilih metode pembayaran yang dapat menghemat waktu karena dianggap lebih praktis dan efisien, baik untuk konsumen maupun pelaku usaha. Kehadiran QRIS bertujuan untuk mempermudah proses pembayaran melalui satu kali pemindaian, tanpa harus berpindah aplikasi atau memilih metode transfer secara manual. Sesuai dengan tujuan penelitian untuk menganalisis perbedaan efisiensi waktu, serta didukung oleh argumen bahwa QRIS dirancang untuk menyederhanakan dan mempercepat proses transaksi, maka efisiensi waktu menjadi salah satu dimensi penting yang dianalisis dalam penelitian ini. Penelitian Miller & Smith (2020) menunjukkan bahwa sistem pembayaran berbasis *QR Code* mampu menekan durasi proses transaksi hingga 30% dibandingkan metode konvensional, sehingga mendukung asumsi bahwa QRIS berpotensi lebih efisien dalam hal waktu transaksi. Maka hipotesis pertama dirumuskan sebagai berikut:

H1: Terdapat perbedaan yang signifikan dalam efisiensi waktu transaksi antara penggunaan QRIS dengan metode pembayaran digital lainnya (GoPay, OVO, DANA, ShopeePay).

Saat seseorang memilih teknologi untuk digunakan, salah satu hal pertama yang dipertimbangkan adalah seberapa mudah teknologi tersebut dipahami dan dioperasikan. Teknologi yang mudah dipahami dan dioperasikan cenderung lebih cepat diterima karena memberikan kenyamanan dalam penggunaannya. QRIS menyediakan mekanisme pembayaran yang praktis dan efisien, cukup melalui satu kali pemindaian tanpa perlu berpindah aplikasi atau memasukkan data secara manual. Karakteristik inilah yang memungkinkan QRIS dipersepsikan lebih mudah digunakan dibandingkan dengan metode pembayaran digital lainnya. Sesuai dengan kerangka teori *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT), persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*) adalah faktor kunci yang mempengaruhi adopsi teknologi. Landasan teori menyatakan bahwa fitur pemindaian QRIS yang cepat dan sederhana berpotensi meningkatkan persepsi kemudahan, terutama bila dibandingkan dengan metode lain yang mungkin memerlukan lebih banyak langkah. Maka hipotesis dirumuskan sebagai berikut:

H2: Terdapat perbedaan yang signifikan dalam persepsi kemudahan penggunaan antara penggunaan QRIS dengan metode pembayaran digital lainnya (GoPay, OVO, DANA, ShopeePay).

Saat seseorang menggunakan teknologi, mereka cenderung memilih yang paling membantu dalam menyelesaikan tugas atau aktivitas sehari-hari. Semakin besar manfaat yang diperoleh, maka teknologi itu akan dianggap lebih berguna. QRIS hadir sebagai solusi pembayaran yang tidak hanya cepat, tetapi juga dapat digunakan di berbagai tempat dan terintegrasi dengan berbagai aplikasi keuangan. Fitur-fitur inilah yang memberikan kesan bahwa QRIS lebih memberikan nilai guna dibandingkan metode pembayaran digital lainnya. Persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness*) didefinisikan sebagai keyakinan pengguna bahwa suatu sistem akan meningkatkan efektivitas aktivitasnya. Dalam konteks QRIS, kegunaan ini dapat diwujudkan melalui efisiensi pembayaran, akses yang luas di berbagai merchant, dan kompatibilitas dengan banyak aplikasi perbankan atau *e-wallet*. Keunggulan interoperabilitas ini menjadi dasar asumsi adanya perbedaan persepsi kegunaan. Maka hipotesis dirumuskan sebagai berikut:

H3: Terdapat perbedaan yang signifikan dalam persepsi kegunaan antara penggunaan QRIS dengan metode pembayaran digital lainnya (GoPay, OVO, DANA, ShopeePay).

Ketika seseorang memilih sistem pembayaran, aspek keamanan sering kali menjadi perhatian utama bagi pengguna. Mereka ingin memastikan bahwa informasi pribadi dan dana yang dimiliki terlindungi dari potensi penyalahgunaan. QRIS menawarkan jaminan keamanan melalui penerapan teknologi enkripsi, keterhubungan dengan sistem perbankan nasional, serta pengawasan langsung oleh Bank Indonesia. Dukungan regulasi dan standarisasi inilah yang diyakini mampu membentuk persepsi keamanan yang berbeda dibandingkan dengan metode pembayaran digital lainnya. Persepsi keamanan adalah keyakinan pengguna bahwa sistem dapat melindungi data dan dana dari risiko penyalahgunaan, yang secara langsung mempengaruhi keputusan adopsi. Jaminan keamanan pada sistem QRIS didukung oleh enkripsi data, integrasi dengan sistem perbankan, dan regulasi oleh Bank Indonesia. Aspek regulasi dan standarisasi ini berpotensi menciptakan persepsi keamanan yang berbeda dibandingkan metode lain. Maka hipotesis dirumuskan sebagai berikut:

H4: Terdapat perbedaan yang signifikan dalam persepsi keamanan antara penggunaan QRIS dengan metode pembayaran digital lainnya (GoPay, OVO, DANA, ShopeePay).

Dalam menggunakan suatu layanan digital, pengguna akan menilai pengalaman mereka secara keseluruhan, mulai dari seberapa mudah layanan digunakan, seberapa cepat prosesnya, hingga seberapa aman dan bermanfaat sistem tersebut bagi kebutuhan mereka. Ketika berbagai elemen tersebut mampu dipenuhi secara optimal, maka tingkat kepuasan pengguna tentunya akan meningkat. Kepuasan pengguna adalah evaluasi subjektif terhadap pengalaman aktual setelah menggunakan teknologi. Jika QRIS mampu memenuhi aspek-aspek tersebut lebih baik dari metode lain, maka secara teori tingkat kepuasan penggunanya akan lebih tinggi. Maka hipotesis dirumuskan sebagai berikut:

H5: Terdapat perbedaan yang signifikan dalam kepuasan pengguna antara penggunaan QRIS dengan metode pembayaran digital lainnya (GoPay, OVO, DANA, ShopeePay).

Setelah mencoba suatu metode pembayaran, pengguna biasanya akan mempertimbangkan apakah pengalaman tersebut cukup memuaskan untuk digunakan kembali di masa depan. Ketika layanan yang digunakan dirasa praktis, cepat, aman, dan memberikan manfaat nyata, maka keinginan untuk terus memanfaatkannya akan semakin kuat. Minat penggunaan ulang (*Intention to Reuse*) adalah niat pengguna untuk terus menggunakan suatu metode pembayaran di masa mendatang dan merupakan prediktor langsung dari perilaku aktual. Apabila pengguna merasa puas dengan pengalaman menggunakan QRIS, maka kemungkinan mereka untuk menggunakan kembali akan semakin tinggi, menjadikan minat ini sebagai indikator penting keberhasilan sistem. Maka hipotesis dirumuskan sebagai berikut:

H6: Terdapat perbedaan yang signifikan dalam minat penggunaan ulang antara penggunaan QRIS dengan metode pembayaran digital lainnya (GoPay, OVO, DANA, ShopeePay).

METODE PENELITIAN

Riset dalam penelitian ini adalah fenomena perbandingan efektivitas antara QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) dengan metode pembayaran digital lainnya (dalam hal ini difokuskan pada *e-wallet* populer seperti GoPay, OVO, DANA, dan ShopeePay) dengan pendekatan kuantitatif, yaitu mengkaji suatu kondisi dengan analisis berupa angka atau numerik (Udin & Puspitaningrum, 2025). Fokus utama analisis adalah pada persepsi dan perilaku generasi muda di Kota Surakarta sebagai subjek penelitian. Generasi muda yang dimaksud dalam konteks ini adalah individu yang berada dalam rentang usia produktif digital, misalnya 18-35 tahun, yang merupakan pengguna aktif teknologi pembayaran digital.

Pemilihan objek penelitian ini didasarkan pada beberapa justifikasi yang relevan dengan tujuan penelitian:

1. Relevansi Subjek: Generasi muda merupakan kelompok demografis yang paling cepat mengadopsi teknologi baru (*digital natives*) dan menjadi pendorong utama dalam pertumbuhan ekonomi digital. Perilaku dan preferensi mereka dalam menggunakan instrumen pembayaran menjadi indikator penting bagi tren adopsi teknologi finansial di masa depan. Keterkaitan ini secara langsung menjawab rumusan masalah mengenai preferensi dan intensitas penggunaan.
2. Relevansi Fenomena: QRIS sebagai standar pembayaran nasional yang terpadu merupakan inovasi signifikan. Menganalisis efektivitasnya dibandingkan dengan metode pembayaran digital yang lebih dulu mapan (seperti *e-wallet*) adalah hal yang krusial untuk mengevaluasi tingkat keberhasilan implementasinya. Hal ini sejalan dengan tujuan penelitian untuk menganalisis perbedaan efisiensi dan faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi.
3. Relevansi Lokasi: Kota Surakarta dipilih sebagai lokasi penelitian karena merupakan salah satu kota besar di Jawa Tengah dengan tingkat penetrasi internet dan aktivitas ekonomi digital yang tinggi. Sebagai kota yang dinamis dengan populasi generasi muda yang signifikan (terdiri dari mahasiswa dan pekerja muda), Surakarta menjadi representasi lingkungan urban yang ideal untuk mengamati fenomena adopsi pembayaran digital.

Penelitian ini akan menggunakan jenis data primer. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti dari sumber pertama untuk tujuan spesifik penelitian ini. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah generasi muda di Kota Surakarta yang memenuhi kriteria sebagai pengguna aktif QRIS dan minimal salah satu dari metode pembayaran digital lainnya (GoPay, OVO, DANA, atau ShopeePay). Data primer akan dikumpulkan melalui metode survei dengan menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner (angket). Kuesioner ini akan dirancang secara terstruktur dan berisi serangkaian pertanyaan tertutup yang bertujuan untuk mengukur variabel-variabel penelitian, seperti efisiensi waktu, kemudahan, keamanan, biaya transaksi, preferensi penggunaan, dan frekuensi transaksi. Penyebaran kuesioner dapat dilakukan secara daring (online) melalui platform seperti *Google Forms* untuk menjangkau responden yang lebih luas dan beragam.

Alat riset berupa kuesioner dengan *skala likert* lima poin (1-5), yang dirancang berdasarkan indikator teoritis dari setiap variabel. Variabel QRIS dan Metode Pembayaran Lainnya diukur menggunakan indikator Persepsi kemudahan, Persepsi kegunaan, Persepsi keamanan, dan Kecepatan transaksi. Sedangkan, variabel Minat Pengguna Pembayaran Digital diukur dengan indikator Kepuasan pengguna dan Penggunaan ulang.

Dalam penelitian ini digunakan pendekatan Hair et al. untuk menentukan jumlah sampel karena penelitian melibatkan beberapa variabel bebas (QRIS dan metode pembayaran digital lainnya) dan satu variabel terikat (Minat Pengguna Pembayaran Digital), serta bertujuan untuk menguji hubungan dan perbandingan efektivitas antar metode pembayaran digital. Menurut Hair et al. (2010), analisis kuantitatif seperti regresi atau analisis jalur membutuhkan minimal 5 hingga 10 responden untuk setiap indikator atau item dalam kuesioner. Namun, dalam penelitian ini menggunakan 125 responden sehingga pendekatan ini dinilai lebih sesuai untuk memastikan keandalan dan validitas hasil analisis statistik yang kompleks.

Sebelum diterapkan, alat ini diuji dengan uji validitas dan uji reliabilitas. Hasil uji menunjukkan semua item memiliki nilai Corrected Item-Total Correlation di atas 0,176 (r tabel), sehingga dinyatakan shahih. Uji reliabilitas dengan koefisien Cronbach Alpha menghasilkan nilai lebih dari 0,70 untuk semua variabel. Kemudian data yang terkumpul dianalisis menggunakan analisis regresi linear ganda dengan bantuan software IBM SPSS Statistics versi 27. Sebelum analisis utama, dilakukan uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Lalu Uji parsial (t-test) digunakan untuk menilai dampak masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat, sementara uji simultan (F-test) untuk menilai dampak variabel bebas secara bersamaan. Selain itu, nilai koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengukur kontribusi keseluruhan variabel bebas terhadap minat pengguna pembayaran digital.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	No. Item	rHitung	rTabel	Keterangan
QRIS (X1)	X1.1	0,798	0,176	Valid
	X1.2	0,692		
	X1.3	0,792		
	X1.4	0,836		
	X1.5	0,793		
	X1.6	0,807		
	X1.7	0,783		
	X1.8	0,669		
	X1.9	0,636		
	X1.10	0,646		
	X1.11	0,650		
	X1.12	0,636		
	X1.13	0,826		
	X1.14	0,608		
	X1.15	0,726		
Metode Pembayaran Digital Lainnya (X2)	X2.1	0,664	0,176	Valid
	X2.2	0,595		
	X2.3	0,727		
	X2.4	0,658		
	X2.5	0,719		
	X2.6	0,643		
	X2.7	0,599		
	X2.8	0,626		
	X2.9	0,655		
	X2.10	0,676		
	X2.11	0,707		
	X2.12	0,693		
	X2.13	0,759		
	X2.14	0,725		
	X2.15	0,708		
	X2.16	0,783		
	X2.17	0,778		

Minat Pengguna Pembayaran Digital (Y)	Y1.1	0,663	0,176	Valid
	Y1.2	0,556		
	Y1.3	0,553		
	Y1.4	0,605		
	Y1.5	0,644		
	Y1.6	0,648		
	Y1.7	0,656		
	Y1.8	0,715		
	Y1.9	0,657		
	Y1.10	0,706		

Sumber: Data diolah, 2025

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item dari variabel X1, X2, dan Y memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel, sehingga setiap butir pernyataan dianggap valid. Artinya, setiap item dalam kuesioner mampu merepresentasikan indikator yang diukur dan sesuai dengan konstruk teoritis variabel penelitian.

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Koefisien Cronbach's Alpha	Keterangan
QRIS (X1)	0,70	0,947	Sangat tinggi Reliabel
Metode Pembayaran Digital Lainnya (X2)	0,70	0,945	Sangat tinggi Reliabel
Minat Pengguna Pembayaran Digital (Y)	0,70	0,896	Sangat tinggi Reliabel

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, diperoleh nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,70, yang berarti instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi internal yang tinggi. Dengan demikian, alat ukur yang digunakan bersifat reliabel dan dapat memberikan hasil yang stabil apabila digunakan dalam pengukuran berulang.

Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil Hasil Uji Normalitas Monte Carlo

Variabel	Monte Carlo Sig.(2 tailed)	Keterangan
Unstandardized Residual	0,055	Normal

Sumber: Data diolah, 2025

Temuan dari tabel menunjukkan bahwa hasil dari uji normalitas kolmogorov-smirnov dalam penelitian ini dinyatakan seluruh variabel berdistribusi normal, karena nilai Asymp.Sig (2-tailed) lebih besar dari 0,05 yaitu 0,055.

Uji Multikolinearitas

Tabel 4. Hasil Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
QRIS (X1)	0,895	1,117
Metode Pembayaran Digital Lainnya (X2)	0,895	1,117

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan tabel hasil uji multikolinieritas dapat diambil keputusan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas, karena nilai Tolerance $> 0,1$ dan VIF < 10 .

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5. Hasil Hasil Uji Heteroskedastisitas (Spearman's Rho)

Correlations			
			Unstandarized Residual
Spearmans' rho	Total_X1	Sig. (2-tailed)	0,554
		N	125
	Total_X2	Sig. (2-tailed)	0,224
		N	125

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan tabel diatas maka diketahui bahwa keseluruhan variabel dalam penelitian ini memiliki nilai sig. (2-tailed) $> 0,05$, sehingga, tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 6. Hasil Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,327	1,794		0,746	0,461
	Total X1	0,321	0,027	0,518	12,089	0,000
	Total X2	0,299	0,022	0,580	13,543	0,000

Sumber: Data diolah, 2025

Dari analisis data yang disajikan dalam tabel di atas, dapat disusun persamaan regresi linear berganda seperti ini:

$$Y = 1,327 + 0,321X_1 + 0,299X_2$$

Konstanta bernilai 1,327, yang menandakan bahwa jika semua variabel independen (QRIS dan Metode Pembayaran Digital Lainnya) berada pada nol, maka nilai Minat Pengguna Pembayaran Digital di Surakarta akan mencapai 1,327

1. Koefisien Regresi X1 adalah positif dengan angka 0,321, yang artinya setiap kali terjadi kenaikan 1 unit pada variabel X₁, maka nilai variabel Y diprediksi akan meningkat sebesar 0,321 unit, dengan asumsi nilai variabel X₂ tetap (konstan).
2. Koefisien Regresi X2 adalah positif sebesar 0,299, yang artinya setiap kali terjadi kenaikan 1 unit pada variabel X₂, maka nilai variabel Y diprediksi akan meningkat sebesar 0,299 unit, dengan asumsi nilai variabel X₁ tetap (konstan).

Uji Parsial (Uji T)

Tabel 7. Hasil Hasil Uji Parsial (Uji T)

Coefficients						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,327	1,794		0,746	0,461
	Total X1	0,321	0,027	0,518	12,089	0,000
	Total X2	0,299	0,022	0,580	13,543	0,000

Sumber: Data diolah, 2025

Dengan menggunakan ambang signifikansi sebesar 0,05, penjelasan hasil uji t dapat dirinci sebagai berikut:

1. Variabel QRIS (X1) menunjukkan nilai sig. 0,000 yang lebih rendah dari 0,05 serta t hitung 12,089 yang melebihi t tabel 1,6575. Artinya, variabel X1 memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel Y.
2. Variabel Metode Pembayaran Digital Lainnya (X2) memiliki nilai sig. 0,000 yang lebih rendah dari 0,05 dan t hitung 13,543 yang melebihi t tabel 1,6575. Artinya, variabel X2 juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y.

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 8. Hasil Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	3991,611	2	1995,805	243,460	.000b
Residual	1000,117	122	8,198		
Total	4991,728	124			

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan analisis uji F, nilai F yang tercatat adalah 243,460 dengan taraf signifikansi 0,000, yang berada di bawah ambang 0,05, sehingga model regresi ini dinyatakan signifikan secara menyeluruh. Artinya, variabel QRIS dan Metode Pembayaran Digital Lainnya bersama-sama mempengaruhi Minat Pengguna Pembayaran Digital.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 9. Hasil Hasil Uji Koefisien Determinasi

Modal Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,894	0,800	0,796	2,863

Sumber: Data diolah, 2025

Diperoleh nilai R Square adalah 0,796 atau 79,6%. Angka ini menunjukkan bahwa sebesar 79,6% variasi pada variabel dependen (Y) dapat dijelaskan oleh variasi dari variabel-variabel independen (X1 dan X2). Sementara sisanya, sebesar 20,4% dijelaskan oleh faktor-faktor lain atau variabel lain yang tidak diteliti dalam model ini.

Pembahasan Hasil

Analisis Perbandingan Pengaruh Efektivitas QRIS dan Metode Pembayaran Digital Lainnya terhadap Minat Pengguna Pembayaran Digital

Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa baik variabel efektivitas QRIS (X1) maupun metode pembayaran digital lainnya (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengguna pembayaran digital (Y). Namun, ketika dilakukan analisis lebih mendalam terhadap nilai t hitung, diketahui bahwa pengaruh metode pembayaran digital lainnya ($t = 13,543$) sedikit lebih tinggi dibandingkan dengan QRIS ($t = 12,089$). Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun keduanya signifikan, daya pengaruh metode pembayaran digital lainnya masih lebih kuat dibandingkan QRIS dalam mempengaruhi minat generasi muda di Kota Surakarta.

Perbedaan ini menunjukkan adanya kecenderungan preferensi di kalangan generasi muda terhadap platform pembayaran digital yang lebih dahulu dikenal dan digunakan secara luas seperti GoPay, OVO, DANA, dan ShopeePay. Aplikasi-aplikasi tersebut telah lebih lama berinteraksi dengan ekosistem pengguna, menawarkan berbagai promo, *cashback*, serta fitur terintegrasi dalam *e-commerce* dan transportasi daring, yang membuat pengalaman pengguna terasa lebih praktis dan menyenangkan.

Sebaliknya, meskipun QRIS memiliki keunggulan dalam aspek standarisasi sistem dan interoperabilitas antar penyedia layanan keuangan, masih menghadapi tantangan dalam hal persepsi pengguna terkait kemudahan dan kebiasaan penggunaan. Generasi muda yang cenderung adaptif terhadap teknologi memandang QRIS sebagai sistem pembayaran yang efisien dan resmi, namun belum sepenuhnya menggantikan posisi e-wallet konvensional dalam keseharian mereka,

terutama karena QRIS seringkali dipersepsi sebagai sarana transaksi merchant, bukan platform multifungsi.

Dengan demikian, secara empiris dapat dikatakan bahwa QRIS efektif dan signifikan dalam meningkatkan minat penggunaan pembayaran digital, tetapi belum melampaui efektivitas metode pembayaran digital lainnya di kalangan generasi muda Kota Surakarta

Analisis Berdasarkan *Technology Acceptance Model* (TAM)

Berdasarkan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989), penerimaan teknologi dipengaruhi oleh dua konstruk utama, yaitu *Perceived Usefulness* (PU) dan *Perceived Ease of Use* (PEOU). Dalam konteks penelitian ini, perbandingan antara QRIS dan metode pembayaran digital lainnya menunjukkan dinamika yang menarik.

Dari sisi *perceived usefulness*, QRIS dinilai memberikan manfaat tinggi dalam hal efisiensi, kecepatan, dan jangkauan luas karena dapat digunakan lintas bank dan aplikasi. Hal ini memperkuat persepsi kegunaan di kalangan pengguna yang menghargai fleksibilitas sistem terbuka. Namun, aplikasi seperti GoPay, OVO, DANA, dan ShopeePay menawarkan fitur tambahan seperti penyimpanan saldo, *cashback*, hingga integrasi dengan layanan hiburan dan belanja daring, yang meningkatkan nilai fungsional dan persepsi kegunaan secara lebih menyeluruh.

Sedangkan pada aspek *perceived ease of use*, QRIS unggul dalam kesederhanaan proses transaksi hanya dengan memindai kode QR tanpa harus memilih platform tertentu. Namun, bagi sebagian generasi muda, *e-wallet* yang telah memiliki antarmuka interaktif dan fitur pengingat transaksi dianggap lebih mudah digunakan karena sudah menjadi bagian dari rutinitas digital mereka. Dengan kata lain, QRIS unggul dari sisi kemudahan teknis, tetapi *e-wallet* unggul dari sisi kebiasaan dan keterbiasaan pengguna.

Kedua konstruk ini menunjukkan bahwa walaupun QRIS sudah memenuhi karakteristik utama dalam TAM, efektivitasnya masih dipengaruhi oleh faktor kebiasaan dan persepsi kegunaan yang dibentuk melalui pengalaman sebelumnya menggunakan aplikasi pembayaran digital lain.

Analisis Berdasarkan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2)

Dalam perspektif UTAUT2 (Venkatesh, Thong, & Xu, 2012), perbandingan antara QRIS dan metode pembayaran digital lainnya dapat dijelaskan melalui beberapa konstruk utama seperti *Performance Expectancy* (PE), *Effort Expectancy* (EE), *Social Influence* (SI), dan *Facilitating Conditions* (FC).

Dari sisi *Performance Expectancy*, generasi muda menilai baik QRIS maupun *e-wallet* sama-sama mampu meningkatkan efisiensi transaksi. Namun, QRIS lebih unggul dalam hal kemudahan lintas platform dan kemitraan dengan berbagai merchant, sedangkan *e-wallet* lebih unggul dalam pengalaman pengguna yang menyenangkan melalui fitur tambahan (kupon, promo, integrasi belanja). Hal ini membuat PE *e-wallet* sedikit lebih tinggi dibanding QRIS.

Dalam hal *Effort Expectancy*, QRIS memiliki proses transaksi yang sederhana dan cepat. Namun, pengguna yang sudah terbiasa dengan *e-wallet* sering merasa lebih nyaman dengan sistem yang telah mereka kenal lama, yang menunjukkan bahwa kebiasaan memainkan peran penting dalam adopsi.

Untuk konstruk *Social Influence*, temuan menunjukkan bahwa penggunaan *e-wallet* lebih banyak dipengaruhi oleh faktor sosial, terutama karena promosi, tren media sosial, dan pengaruh lingkungan sebaya. Di sisi lain, QRIS lebih diasosiasikan dengan penggunaan di merchant formal seperti kedai kopi, toko ritel, atau UMKM, sehingga pengaruh sosialnya cenderung bersifat fungsional, bukan emosional.

Sedangkan dari aspek *Facilitating Conditions*, QRIS memiliki dukungan infrastruktur yang semakin luas karena kebijakan nasional Bank Indonesia dalam penerapan pembayaran non-tunai di berbagai sektor. Namun, sebagian pengguna menilai ketersediaan sinyal internet dan kesiapan merchant menjadi faktor yang masih perlu diperhatikan agar pengalaman transaksi lebih optimal.

Dengan demikian, secara keseluruhan, teori UTAUT2 menunjukkan bahwa QRIS unggul dalam efisiensi dan kemudahan teknis, tetapi metode pembayaran digital lainnya unggul dalam motivasi hedonis, pengaruh sosial, dan nilai tambah pengalaman pengguna.

Analisis Berdasarkan *Diffusion of Innovations Theory*

Berdasarkan *Diffusion of Innovations Theory* (Rogers, 1962), penyebaran adopsi teknologi di masyarakat terjadi melalui tahap-tahap pengadopsian oleh *innovator*, *early adopters*, *early majority*, *late majority*, dan *laggards*. Dalam konteks penelitian ini, hasil menunjukkan bahwa pengguna QRIS di Kota Surakarta umumnya termasuk kategori *early majority*, sedangkan pengguna *e-wallet* seperti GoPay, OVO, DANA, dan ShopeePay sudah berada pada tahap *late majority*, yang menandakan bahwa teknologi tersebut telah menjadi bagian umum dari kehidupan sehari-hari.

Perbandingan ini menunjukkan bahwa QRIS masih berada dalam fase pertumbuhan adopsi di kalangan generasi muda, sedangkan *e-wallet* telah mencapai fase maturitas. Peran *influencer* digital, komunitas mahasiswa, dan lingkungan sosial menjadi faktor penting dalam mempercepat difusi QRIS ke tahap yang lebih luas.

Selain itu, strategi komunikasi yang digunakan juga mempengaruhi laju adopsi. *E-wallet* banyak menggunakan pendekatan emosional dan gaya hidup digital, sementara QRIS masih berfokus pada pesan efisiensi dan keamanan transaksi. Oleh karena itu, meskipun QRIS menawarkan manfaat sistemik yang lebih besar, persepsi sosial terhadap *e-wallet* masih lebih kuat, terutama di kalangan generasi muda yang menilai nilai tambah dari sisi gaya hidup dan pengalaman pengguna.

Implikasi Empiris dan Kontekstual

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua variabel independen berpengaruh kuat terhadap minat pengguna, dengan nilai Adjusted R^2 sebesar 0,796. Namun, dari sudut pandang komparatif, metode pembayaran digital lainnya sedikit lebih efektif dibanding QRIS dalam membentuk minat generasi muda Surakarta terhadap sistem pembayaran digital.

Hal ini mencerminkan bahwa meskipun QRIS telah berhasil menciptakan sistem pembayaran yang efisien, aman, dan terstandarisasi secara nasional, penerimaan generasi muda masih dipengaruhi oleh faktor emosional, kebiasaan, dan pengalaman yang lebih kaya dalam penggunaan *e-wallet*.

Untuk memperkuat posisi QRIS di kalangan generasi muda, diperlukan peningkatan strategi komunikasi digital, integrasi dengan platform populer, serta perluasan pengalaman pengguna yang lebih interaktif agar QRIS tidak hanya dipersepsi sebagai alat pembayaran formal, tetapi juga bagian dari gaya hidup digital sehari-hari.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis, penelitian ini menyimpulkan bahwa efektivitas QRIS (X1) dan metode pembayaran digital lainnya (X2), seperti *e-wallet*, keduanya terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat generasi muda di Surakarta dalam menggunakan pembayaran digital. Secara simultan (uji F), kedua variabel independen ini juga signifikan mempengaruhi minat pengguna. Model ini terbukti mampu menjelaskan 79,6% (*Adjusted R²*) variasi minat pengguna, sementara 20,4% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Secara komparatif, metode pembayaran digital lainnya (X2) ditemukan memiliki pengaruh yang sedikit lebih kuat dibandingkan QRIS (X1), yang dibuktikan dengan nilai t-hitung X2 (13,543) yang lebih tinggi daripada X1 (12,089). Temuan ini mengindikasikan bahwa faktor-faktor seperti promosi intensif, integrasi layanan (*e-commerce*), dan kebiasaan pengguna membuat *e-wallet* masih lebih dominan. Meskipun demikian, QRIS tetap terbukti sebagai sistem yang sangat efektif dan efisien yang didukung oleh kemudahan dan memiliki potensi besar untuk terus diadopsi di masa depan.

Hasil penelitian ini menunjukkan perlunya kolaborasi yang lebih intensif antara Bank Indonesia dan penyedia jasa sistem pembayaran (PJSP) dalam memperkuat upaya sosialisasi serta promosi QRIS melalui strategi yang kreatif, partisipatif, dan menyesuaikan tren gaya hidup digital generasi muda agar penerimanya semakin luas. Optimalisasi integrasi QRIS ke dalam berbagai ekosistem populer termasuk platform *e-commerce*, layanan transportasi daring, dan aplikasi hiburan digital dianjurkan untuk memperkaya pengalaman pengguna sekaligus memperkuat daya

tariknya. Bagi sektor UMKM, pelaksanaan pelatihan berkelanjutan yang menekankan aspek kemudahan dan manfaat praktis penggunaan QRIS sangat penting guna meningkatkan pemahaman dan kepercayaan terhadap transaksi digital. Selain itu, riset mendatang disarankan memperluas wilayah kajian serta memasukkan faktor-faktor tambahan seperti motivasi hedonis, persepsi nilai harga, dan pengaruh sosial budaya yang mungkin berperan dalam membentuk minat masyarakat terhadap penggunaan QRIS di berbagai kelompok demografis.

DAFTAR PUSTAKA

- Alifia, N., Permana, E., & Harnovinsah, H. (2024). Analisis penggunaan QRIS terhadap peningkatan pendapatan UMKM. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, 9(1), 102–115. <https://doi.org/10.21067/jrpe.v9i1.9940>
- Alifia, N., Permana, E., & Harnovinsah, H. (2024). Analisis penggunaan QRIS terhadap peningkatan pendapatan UMKM. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, 9(1), 102–115. <https://doi.org/10.21067/jrpe.v9i1.9940>
- Anggreani, M. M., & Mandiana, S. S. H. (2025). Evaluasi Dampak Pembayaran QR (Quick Response) Code terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Manajemen SDM*, 2(1), 1–6. Universitas Sains dan Teknologi Komputer. <https://journal.perkivi.or.id/index.php/manajemen-sdm/issue/view/6>
- Bangsa, J. R., & Khumaeroh, L. L. (2023). Pengaruh persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan penggunaan QRIS ShopeePay pada mahasiswa S1 Bisnis Digital Universitas Ngudi Waluyo. *Jibaku: Jurnal Ilmiah Bisnis, Manajemen dan Akuntansi*, 3(1), 61–67. <https://doi.org/10.35473/jibaku.v3i1.2149>
- Baptista, G., & Oliveira, T. (2015). Understanding mobile banking: The unified theory of acceptance and use of technology combined with cultural moderators. *Computers in Human Behavior*, 50, 418–430. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.04.006>
- Choirul Hana, & Yesy Kusumawati (2024). Analisis Pengaruh Penggunaan Qris Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Di Kota Kediri. *Jurnal Ekuivalensi*
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Farhan, M. (2025, 7 Mei). 5 E-Wallet Paling Sering Dipakai Gen Z & Milenial, Siapa Juaranya? GoodStats. <https://data.goodstats.id/statistic/5-e-wallet-paling-sering-dipakai-gen-z-milenial-siapa-juaranya-CJtq6>
- Gavriel, A., & Ardianti, R. (2023). Continuance Intention Pelaku Usaha Mikro dan Kecil Terhadap Penggunaan QRIS untuk Transaksi Pembayaran. *Journal of Practical Management Studies*, 1(1), 07–15. <https://doi.org/10.61106/jpms.v1i1.2>
- Hill, R. J. (1977). [Review of Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research., by M. Fishbein & I. Ajzen]. *Contemporary Sociology*, 6(2), 244–245. <https://doi.org/10.2307/2065853>
- <https://doi.org/10.1016/j.chb.2010.01.013>
- <https://doi.org/10.33557/mbia.v22i3.2663>
- <https://doi.org/10.37252/jebi.v2i2.374>
- <https://doi.org/10.51158/z1kkca39>
- <https://timedoors.net/blogs/The-Penetration-of-Cashless-Payments-in-Indonesia/>
- <https://www.rri.co.id/keuangan/1459019/pengguna-qris-makin-banyak-transaksi-capai-rp659-triliun>
- Jannah, M., Hasyim, F., & Permata Sari, L. E. (2023). Analisis faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan QRIS pada generasi milenial Kabupaten Sukoharjo. *Quranomic: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 2(2), 125–141.
- Kamilah, L. K., Haryati, D., Arlita, W., Noviansyah, R. R., & Kustina, L. (2024). Pengaruh kemudahan penggunaan, manfaat, dan risiko terhadap penggunaan QRIS untuk transaksi pembayaran pada UMKM. *Global: Jurnal Lentera Bitem*, 2(01), 16–21. <https://doi.org/10.59422/global.v2i01.241>

- Koswara, A. (2024). Digitalisasi Ekonomi di Pedesaan: Mengkaji Kesenjangan Infrastruktur Digital di Indonesia. *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, 5(3), 180–187. <https://doi.org/10.36722/jaiss.v5i3.3407>
- Oliveira, T., Thomas, M., Baptista, G., & Campos, F. (2016). Mobile payment: Understanding the determinants of customer adoption and intention to recommend the technology. *Computers in Human Behavior*, 61, 404–414. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.030>
- Pangestu, S. (2020, January 8). Riset: dompet digital mendorong Generasi Z lebih konsumtif. *The Conversation*. <https://theconversation.com/riset-dompet-digital-mendorong-generasi-z-lebih-konsumtif-129243>
- Prabowo, T., Winarno, W. W., & Sudarmawan, S. (2020). Analysis of Technology Acceptance Model Method To Predict A Person's Interest In The Acceptance of A Technology : A Literature Review. *Journal of Information Technology Education*, 4(1), 260–269. <https://doi.org/10.31289/JITE.V4I1.3986>
- Rachmawati, F. F., Sudarno, S., & Sabandi, M. (2023). PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN LINGKUNGAN SOSIAL DIMODERASI TINGKAT PENDIDIKAN TERHADAP PENGGUNAAN QRIS PADA PELAKU UMKM DI KOTA SURAKARTA. *JURNAL EKONOMI PENDIDIKAN DAN KEWIRAUSAHAAN*, 11(1), 21–36. <https://doi.org/10.26740/jepk.v11n1.p21-36>
- Rahmawati, S., & Arfiansyah, M. A. (2023). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan QRIS pada UMKM Kota Surakarta. *Management, Business, and Accounting (MBIA)*, 22(3), 435–449.
- Reina Ohno (Transl. Dennis Timothy T.). (2025, Mei xx). The Penetration of Cashless Payments in Indonesia. *Timedoors Blogs*.
- Rogers, E. M. (1962). Diffusion of innovations. Free Press. <https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=2008938>
- RRI. 2025. "Pengguna QRIS Makin Banyak, Transaksi Capai Rp659 Triliun." RRI, sekitar April–Mei 2025.
- Tarisa, P., & Puspitaningrum, D. (2025). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan, Persepsi Manfaat, dan Financial Literacy terhadap Minat Penggunaan E-wallet pada Generasi Z di Kabupaten Boyolali. *Jurnal Manajemen, Bisnis dan Kewirausahaan*.
- Udin, Y.R., & Puspitaningrum, D. (2025). Bankruptcy Prediction of E-Commerce Companies on IDX Using Altman Z-Score, Springate, and Zmijewski. *Brilliant International Journal Of Management And Tourism*. <https://doi.org/10.55606/bijmt.v5i3.5440>
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186–204. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157–178. <https://doi.org/10.2307/41410412>
- Zhou, T., Lu, Y., & Wang, B. (2010). Integrating TTF and UTAUT to Explain Mobile Banking User Adoption. *Computers in Human Behavior*, 26, 760–767.