

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Transaksi keuangan menjadi bagian dari hal penting yang tidak dapat dipisahkan dari aktivitas Masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Jika melihat mengikuti perkembangan zaman, transaksi keuangan sudah mulai berkembang menjadi lebih modern. Namun, jika di lihat dari sejarahnya perkembangan uang di Indonesia sendiri di mulai pada tahun 800-1600 Masehi. Jual beli masih banyak di lakukan dengan emas dan perak, dilanjutkan dengan berkembangnya uang kertas yang di keluarkan oleh zaman kolonial Belanda, dilanjutkan dengan Jepang menerbitkan uang kertas yang di keluarkan oleh pihak bank jepang dan pada tahun 1945 pemerintah pun mencetak mata uang sendiri dan terus berkembang mulai dari satu rupiah hingga banyak pecahan sampai seratus ribu rupiah yang masih berlaku hingga saat ini (Fandy, 2021).

Kemajuan teknologi saat ini memberikan dampak yang mempermudah bagi umat manusia. Salah satu aspek perkembangan teknologi adalah layanan dalam pembayaran dan transaksi. Transaksi terjadi karena adanya kesepakatan oleh kedua belah pihak yang menggunakan alat pembayaran. Dengan kemajuan teknologi dan perkembangan digital, alat pembayaran tunai kini beralih menjadi dana digital (Faiz Pratama & Purnomo, 2023). Di Indonesia sendiri, Bank Indonesia terus berinovasi dalam perkembangan digital, salah satunya pada aspek pembayaran tunai berbasis dana digital. Pada 17 Agustus 2019, Bank Indonesia secara resmi meluncurkan sistem pembayaran QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) yang telah dikembangkan sejak 2019 (D. Indonesia, 2024).

QRIS atau *Quick Response Code Indonesian Standard* adalah penggabungan berbagai jenis QR dari penyedia Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) dengan

memanfaatkan QR code pada transaksi QRIS yang menggunakan sumber dana dari instrumen pembayaran seperti kartu debit, kredit, dan uang elektronik dengan media penyimpanan berbasis server (B. Indonesia, n.d.). pada pelayanan menggunakan QRIS terdapat tiga jenis pembayaran menggunakan QRIS yang pertama adalah Jenis *Merchant presented model (MPM) Statis* dimana *merchant* hanya perlu satu jenis *print out* atau stiker QRIS untuk semua pembayaran dan pengguna hanya perlu melakukan scan, mencantumkan nominal pembayaran, memasukkan PIN dan melakukan pembayaran. Jenis kedua adalah *Merchant Presnted Model (MPM) Dinamis*, dimana *merchant* harus memasukkan nominal dan kemudian akan muncul tampilan cetak QRIS tersebut dan pengguna hanya perlu meng-scan dan melakukan pembayaran tanpa perlu memasukkan nominal. Jenis ketiga adalah *Cosumer Presented Mode (CPM)* jenis ini pengguna hanya perlu menunjukkan QRIS bayar yang akan di Scan oleh *merchant*. Pada saat ini karena adanya inovasi dalam perkembangan alat transaksi yaitu QRIS, Saat ini hanya ada satu QR code, yaitu QRIS, yang dapat digunakan di semua toko, tiket, tempat wisata, dan bahkan untuk donasi yang berkolaborasi dengan QRIS, sedangkan sebelumnya, *merchant* harus menyediakan beberapa QR code untuk berbagai aplikasi pembayaran digital (Amamilah et al., 2024).

Laman website Bank Mega Syariah dikatakan menurut Syariah (2024) hadirnya QRIS akan memberikan banyak manfaat baik pemilik *merchant* maupun konsumen itu sendiri dimana beberapa manfaat yang dapat dirasakan diantaranya : (1) Tidak perlu membawa uang *cash*, Dengan adanya QRIS bayar tentu menambah alternatif dalam pembayaran termasuk transaksi *cashless* yang dapat digunakan oleh konsumen. (2) Kemudahan bertransaksi dimana Konsumen hanya perlu memindai *barcode* yang tersedia oleh penyedia atau pedagang untuk memenuhi pembayaran yang diperlukan melalui ponsel konsumen (3) Meminimalisir penipuan dimana pembayaran QRIS akan tercatat secara digital sehingga meminimalisir penipuan dan terhindar dari penipuan uang palsu karena pembayaran dilakukan secara digital. (4) Transaksi menjadi lebih efisien dan cepat. Bagi para pedagang efisiensi dalam transaksi akan menjadi hal lebih dalam bertransaksi, dengan menggunakan QRIS

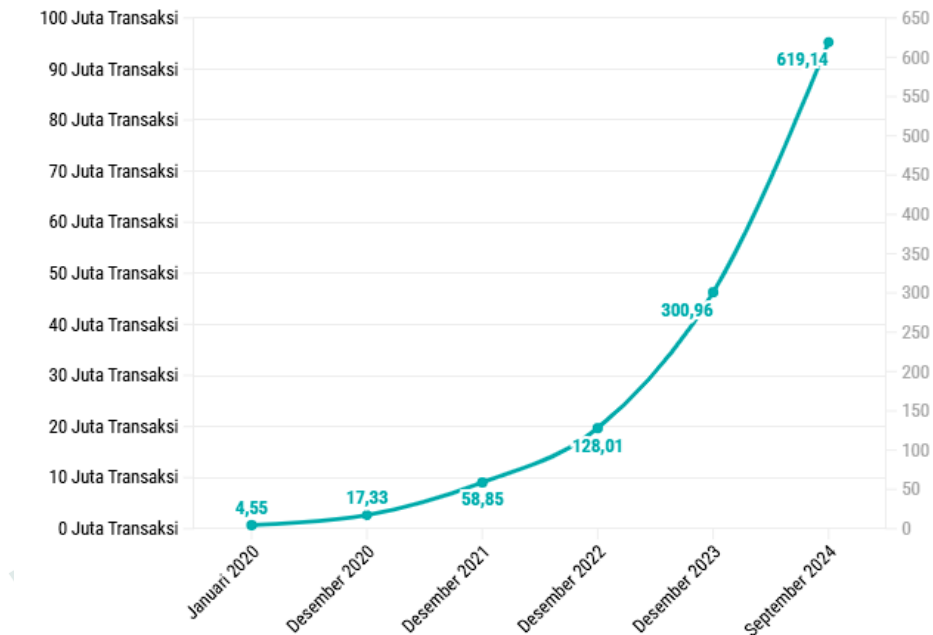
transaksi akan lebih cepat dan efisien sehingga berdampak pada kepuasan pada pelanggan.

Bank Indonesia terus berinovasi untuk membuat QRIS menjadi lebih mudah dan efisien dalam setiap transaksinya. Pada tahun 2025 kemarin Bank Indonesia berinovasi pada produk QRIS-nya dimana menghadirkan QRIS Tap Berbasis NFC. QRIS Tap NFC akan diluncurkan pada kuartal I-2025 dan kehadirannya diharapkan memberikan kemudahan serta pengalaman transaksi yang cepat dan praktis, di mana hanya perlu mendekatkan *smartphone* ke terminal di *merchant* untuk menyelesaikan transaksi (Rachman, 2024).

Perkembangan pada teknologi finansial adalah yang umum pada masyarakat Indonesia terutama Generasi Z yang dimana mereka mengikuti inovasi mengenai teknologi dan juga jaringan internet karena sudah merupakan kebiasaan mereka dekat dengan teknologi pada rutinitas sehari-hari mereka (Rahman & Purwanto, 2023). Dibesarkan dan tumbuh bersama perkembangan teknologi seperti internet dan media sosial yang dimana telah dikenalkan sejak mereka kecil, oleh karena itu generasi Z dikenal sebagai generasi internet atau juga *IGeneration* (Sekar Arum et al., 2023). Secara penjelasan generasi adalah kelompok atau sekumpulan individu yang mengalami peristiwa sama dalam periode waktu yang sama dan generasi Z itu sendiri adalah generasi setelah generasi Y dimana generasi Z lahir pada kurun waktu 1997 sampai 2010 (Christiani & Ikasari, 2020).

Intelligentia - Dignitas

Volume Transaksi QRIS di Indonesia Dalam Juta Transaksi



Gambar 1. 1 Transaksi QRIS di Indonesia
Sumber : Bank Indonesia

Manfaat dari penggunaan QRIS berdampak pada Generasi Z. Pada laman web KumparanBisnis.com pada September 2024, QRIS mencatat bahwa volume transaksi menggunakan QRIS mencapai 619,14 juta dengan laju pertumbuhan ekonomi mencapai 204,39 persen dibanding tahun sebelumnya. Dikatakan bahwa generasi muda, khususnya Generasi Z, sangat menyukai kemudahan dalam pembayaran digital, dan fenomena masyarakat tanpa uang tunai terlihat jelas pada Generasi Z yang adaptif terhadap teknologi, menjadikan dompet digital sebagai bagian dari gaya hidup mereka (Fitriyani & Gunanto, 2024). Dengan demikian kepraktisan menjadi peran dalam manfaat penggunaan QRIS. Hal ini sejalan dengan dijelaskannya oleh Bank Indonesia pada layanan kanal mereka bahwa manfaat adanya QRIS selain cepat, kekinian dan tidak repot membawa uang tunai, sehingga mendorongnya fenomena *cashless society*.

Wilayah Jakarta selatan memiliki potensi besar dalam sektor kuliner dan merupakan wilayah adopsi QRIS yang tinggi. Sesuai keterangan sebelumnya pada tahun 2022 QRIS daerah Jakarta sendiri mencapai 3,7 juta pedagang yang menggunakan alat pembayaran QRIS dan menurut Direktur eksekutif Kantor

Perwakilan Bank Indonesia (BI) Wilayah Provinsi Jakarta mengatakan bahwa Jakarta Selatan pada sektor kuliner dan pasar menjadi yang terbesar penggunaannya QRIS yaitu sebesar 1,9 Juta (Sardi, 2022). Hal ini di dorong dengan fenomena gaya hidup *Cashless* di kalangan Masyarakat termasuk Generasi Z. Sebagai kelompok masyarakat yang lahir di era digital ini memiliki karakter adaptif terhadap perkembangan teknologi dan menjadi target utama dari penggunaan sistem pembayaran modern seperti QRIS. Terdapat data yang menunjukkan ketidaksesuaian antara potensi Penggunaan QRIS oleh generasi Z dengan kenyataan di lapangan. Dari pernyataan tersebut pada laman web mengenai “*QRIS Jadi Metode Bayar Andalan Gen Z dan Milenial, Ini Frekuensi Penggunaannya*” Menurut Arief (2024) sebanyak 38% Generasi Z menggunakan QRIS dalam kehidupan sehari-hari dan dalam penggunaan mingguan sebanyak 30%. Selain itu, penggunaan mingguan Generasi Z berada posisi kedua karena ternyata Generasi Milenial lebih unggul dalam penggunaan QRIS mingguan sebanyak 35%. Temuan ini menunjukkan bahwa tingkat penggunaan QRIS oleh Generasi Z belum optimal, sehingga menimbulkan pertanyaan mengenai faktor-faktor yang memengaruhi intensi mereka dalam menggunakan QRIS.

Perkembangan teknologi digital telah mengubah secara drastis banyak aspek kehidupan, termasuk dalam cara pembayaran. Salah satu jenis inovasi dalam sistem pembayaran tanpa uang tunai di Indonesia adalah QRIS, yang diluncurkan oleh Bank Indonesia dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia pada tahun 2019. QRIS bertujuan untuk menyatukan berbagai kode QR dari Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) agar transaksi menjadi lebih efisien, cepat, dan aman (B. Indonesia, n.d.). Namun demikian, meskipun penggunaan QRIS semakin meningkat, intensi penggunaan QRIS belum sepenuhnya merata dan optimal di seluruh kalangan Gen Z, terutama dalam sektor usaha mikro dan kecil seperti kuliner kaki lima, *coffee shop* lokal, maupun *food court* di pusat perbelanjaan. Menurut Amarta (2024) QRIS masih memiliki kekurangan, meski QRIS menawarkan kemudahan, teknologi ini sangat bergantung pada koneksi internet dan sistem aplikasi, jika terjadi kendala pada komponen tersebut maka transaksi akan gagal. Selain itu, dikatakan bahwa meski QRIS dianggap aman, Risiko kejahatan

digital tetap mengintai seperti salah satu modus penipuan dengan pemalsuan dari kode QR tersebut. Hal ini mengindikasikan adanya beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan Gen Z dalam menggunakan QRIS saat bertransaksi, seperti kemudahan dalam penggunaannya, keamanan yang dirasakan, dan manfaat yang diperoleh. Penelitian ini menjadi penting untuk menggali lebih dalam apa saja determinan utama dari intensi penggunaan QRIS di kalangan Gen Z, khususnya penikmat kuliner di Jakarta Selatan, yang merupakan wilayah urban dengan mobilitas ekonomi yang tinggi.

Urgensi dari penelitian ini terletak pada kenyataan bahwa keberhasilan adopsi QRIS sangat dipengaruhi oleh intensi individu untuk menggunakannya, yang pada akhirnya akan menentukan keberlanjutan ekosistem pembayaran digital di Indonesia terutama untuk metode pembayaran digital dimasa depan yang modern. Intensi penggunaan merupakan tahap awal dalam perilaku aktual, sehingga pemahaman yang mendalam mengenai intensi dapat membantu pemerintah, Bank Indonesia, dan pelaku usaha untuk merancang strategi yang lebih efektif dalam mendorong inklusi keuangan digital. Masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah analisis dari intensi penggunaan QRIS dari segi pandangan konsumen dimana berfokus pada Generasi Z penikmat kuliner dengan faktor utama yang dijelaskan oleh Bank Indonesia yaitu segi kemudahan, keamanan dan manfaat. Banyak penelitian sebelumnya mengenai QRIS namun, lebih mengangkat pada sektor *Merchant* atau UMKM yang mengadopsi QRIS sebagai metode pembayaran baru. Meski juga ada penelitian yang berfokus pada konsumen namun, masih sangat jarang penelitian tersebut ada khususnya yang berfokus pada Generasi Z disektor kuliner.

Indeks literasi keuangan pada tahun 2019 mencapai 28.03% dan bukanlah hal mudah untuk memperkenalkan QRIS dalam inovasi teknologi baru kepada masyarakat Indonesia, edukasi untuk meningkatkan literasi masyarakat mengenai QRIS baik melalui promosi dan iklan terus dilakukan sesuai dengan sasaran pengguna, salah satunya adalah Generasi Z atau dikenal juga dengan sebutan *digitalnative* karena merupakan generasi pertama yang terhubung dengan hal digital dari sejak lahir (Adinda, 2022).

**Perbandingan Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan
berdasarkan Kelompok Umur**

Keterangan	Kelompok Umur	Hasil Survei
Literasi	15-17 tahun	51,70%
	18-25 tahun	70,19%
	26-35 tahun	74,82%
	36-50 tahun	71,72%
	51-79 tahun	52,51%
Inklusi	15-17 tahun	57,96%
	18-25 tahun	79,21%
	26-35 tahun	84,28%
	36-50 tahun	81,51%
	51-79 tahun	63,53%

Gambar 1. 2 Perbandingan Indeks Literasi 2024 Berdasarkan Kelompok Umur

Sumber : OJK (2024)

Namun, teknologi keuangan terus berkembang, hal ini harus diimbangi dengan literasi mengenai keuangan. Data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tahun 2024 menunjukkan bahwa literasi keuangan penduduk Indonesia sebesar 65,43 Persen dimana jika di klasifikasikan berdasarkan umur, menurut data kelompok usia 26-25 tahun, 36-50 tahun, dan 18-25 tahun memiliki tingkat literasi keuangan tertinggi, dengan presentase masing-masing umur yaitu 74,82 persen untuk kelompok umur 26-25 tahun, 71,72 persen untuk umur 36-50 tahun dan 70,19 persen, untuk umur 18-25 tahun dan terendah berada di klasifikasi umur 15-17 tahun yaitu 51,70 persen (Otoritas Jasa Keuangan, 2024). Berdasarkan data tersebut bahwa Generasi Z dimana rentang umur 18-25 tahun termasuk dalam salah satu klasifikasi tingkat literasi keuangan tertinggi, data ini menjadikan Generasi Z cenderung lebih adaptif terhadap keuangan modern. Hal tersebut sejalan dengan kemampuan mereka untuk memanfaatkan teknologi digital seperti penggunaan sistem pembayaran QRIS.

Persepsi terhadap kemudahan, keamanan, dan manfaat sistem pembayaran QRIS menjadi faktor penting yang dapat mempengaruhi kepercayaan untuk menggunakan QRIS dalam aktivitas pembayaran, terutama di sektor kuliner yang menjadi bagian dari gaya hidup mereka. Dalam istilah ‘persepsi’, secara etimologi berasal dari bahasa latin yaitu ‘*percipere*’ dengan arti menerima atau mengambil dan persepsi adalah pengalaman yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi

dan menafsirkan pesan mengenai hubungan atau hal-hal kejadian (Amamilah et al., 2024). Menurut Davis dalam jurnal yang di bawakan oleh Sibuea et al. (2021) persepsi kemudahan diartikan sebagai seberapa jauh individu meyakini bahwa penggunaan suatu teknologi dilakukan tanpa banyak mengeluarkan usaha. Jika berbicara kemudahan dalam bertransaksi menggunakan alat pembayaran digital maka perlu pengertian kemudahan dalam menggunakan dengan demikian Menurut Jogiyanto, (2007) persepsi kemudahan pada penggunaan diartikan sebagai sejauh mana seseorang yakin bahwa sistem dapat digunakan tanpa ada usaha. Sedangkan menurut Fadillah dan Zainurossalamia. (2023) persepsi kemudahan penggunaan merujuk pada keyakinan individu bahwa suatu sistem dapat memudahkan aktivitas mereka tanpa kesulitan berarti saat mengoperasikan.

Indikator dari persepsi kemudahan menurut Davis pada penelitian yang di bawakan oleh Sibuea et al. (2021) yaitu mudah dipelajari, dapat di kontrol, fleksibel, mudah digunakan dan jelas dapat dipahami. Pada penelitian terdahulu yang di bawakan oleh Selly dan Wahyudi. (2024) dengan judul penelitian “*Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan Qris Pada Generasi Z*” terdapat variabel kemudahan dalam salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan QRIS pada Generasi Z. Namun, pada penelitian tersebut variabel kemudahan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS pada generasi Z. Namun, pada penelitian lain yang di bawakan oleh Ramadhani et al. (2023) dengan judul penelitian “*Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan QR Code sebagai Alat Transaksi: Studi pada Generasi Z Factors Influencing the Use of QR Code as a Transaction Tool: A Study on Generation Z*” pada bagian simpulan dikatakan bahwa untuk mengukur keinginan generasi Z dalam melakukan pembayaran secara berulang dengan QRIS di daerah Jabodetabek terdapat lima variabel yang diteliti yaitu persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan, persepsi keamanan kepuasan dan niat atau intensi melanjutkan dan hasil dari penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat berpengaruh secara signifikan dan langsung terhadap kepuasan. Namun, penelitian-penelitian tersebut belum secara spesifik membahas segmen Gen Z sebagai objek kajian, terutama dalam konteks kebiasaan

konsumsi kuliner. Di sinilah *research gap* penelitian ini berada dimana keterbatasan studi yang mengaitkan faktor kemudahan dan manfaat dengan intensi penggunaan QRIS pada kelompok Gen Z penikmat kuliner di wilayah urban seperti Jakarta Selatan. Dengan demikian pada penelitian ini variabel persepsi kemudahan akan diteliti kembali untuk memastikan apakah variabel tersebut berpengaruh atau tidak pada intensi penggunaan QRIS pada Generasi Z penikmat kuliner di Jakarta selatan.

Dijelaskan oleh Bank Indonesia pada layanan kanal mereka bahwa manfaat adanya QRIS selain cepat, kekinian dan tidak repot membawa uang tunai. Dijelaskan bahwa sistem pembayaran QRIS *“Terlindungi karena semua PJSP penyelenggara QRIS sudah pasti memiliki izin dan diawasi oleh Bank Indonesia.”* Dari penjelasan tersebut apakah persepsi keamanan memberikan pengaruh intensi dalam menggunakan sistem pembayaran QRIS?. Menurut Kembarsari (2024) Persepsi Keamanan adalah suatu bentuk perlindungan terhadap ancaman atau risiko yang mencerminkan tingkat keyakinan individu akan terjaminnya keamanan informasi serta data pribadi mereka. Persepsi Keamanan merupakan sejauh mana seseorang dapat mengukur keselamatan dalam layanan (Rahmawati & Yuliana, 2020). Persepsi keamanan adalah pandangan konsumen atau individu terhadap keamanan saat melakukan berbagai jenis transaksi melalui *fintech* termasuk sistem pembayaran QRIS (Robaniyah & Kurnianingsih, 2021). Pada penelitian terdahulu yang dibawa oleh Usman et al. (2024) dengan judul *“Factors affecting the intention to use QRIS on MSME customers”* terhadap penelitian QRIS dimana membawakan faktor keamanan yang diteliti terhadap intensi penggunaan dimana hasil dari penelitian tersebut dikatakan tidak adanya pengaruh langsung antara persepsi keamanan terhadap intensi untuk menggunakan. Namun, penelitian tersebut tidak sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dibawa oleh Wong & Mo (2019) dimana mengatakan bahwa persepsi keamanan memiliki dampak positif terhadap intensi konsumen untuk menggunakan pembayaran digital, pernyataan ini juga di cantumkan dalam jurnal yang dibawa oleh Usman et al. (2024). Sehingga persepsi keamanan menjadi faktor penting yang dapat mempengaruhi konsumen untuk menggunakan QRIS dalam aktivitas pembayaran mereka.

Menurut Selly dan Wahyudi (2024) Manfaat penggunaan QRIS bagi konsumen yang pertama adalah cepat, hal ini dalam pembayaran menggunakan teknologi scan QR code sehingga transaksi dapat dilakukan dengan cepat. Kedua adalah praktis, hal ini dikarenakan konsumen tidak perlu susah payah membawa uang tunai untuk melakukan transaksi. Ketiga adalah efektif, dimana pengguna dapat menggunakan QRIS di semua tempat pembelian atau *merchant*. Keempat adalah aman, suatu sistem harus dilindungi dan diawasi untuk memberikan kesan aman dalam bertransaksi, pada sistem pembayaran QRIS sudah di lindungi oleh Bank Indonesia. Pada penelitian tersebut dari hasil penelitian mengenai “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan QRIS Pada Generasi Z” yang dibawakan oleh Selly dan Wahyudi (2024) dikatakan bahwa *lifestyle*, manfaat, dan keamanan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan QRIS. Namun penelitian tersebut tidak mengarah kepada sektor kuliner yang akan di bahas pada penelitian ini. Sehingga, manfaat menjadi salah satu faktor yang akan diambil untuk meneliti intensi penggunaan QRIS dalam bertransaksi pada Generasi Z penikmat kuliner di Jakarta Selatan.

Penelitian ini berfokus pada daerah Jakarta selatan dimana Jakarta Selatan sendiri sudah sejak lama menjadi destinasi bagi anak muda dalam kawasan wisata, salah satu contohnya adalah kawasan Blok M yang sudah sejak lama menjadi kawasan menarik untuk anak muda. Pada tahun 1980-an Blok M berkembang pesat dimana terkenal sebagai pusat perbelanjaan dan populer menjadi Kawasan identik dengan tempat gaulnya anak muda mudi ibukota Jakarta kala itu, lalu pada 1990-an Blok M menjadi tujuan belanja paling populer, terutama bagi Masyarakat kelas menengah dan pada saat ini Blok m banyak difungsikan menjadi tempat nongkrong yang dimana mengusung kesan Kawasan estetik sehingga anak muda kembali melirik Kawasan ini karena banyak area seperti M bloc Space, taman literasi hingga restoran dan Cafe dengan menu variatif yang menambah kepopuleran Kawasan Blok M di kalangan anak muda Jakarta (Kemenparekraf/Baparekraf RI, 2024).

Generasi Z sendiri merupakan generasi yang dekat dengan teknologi sehingga mereka mampu menangkap dengan baik perkembangan teknologi termasuk sistem pembayaran yang mulai modern. Selain fenomena *cashless* yang dilakukan

Generasi Z, pada salah satu penelitian yang dibawakan oleh Lohita et al. (2022) dengan judul penelitian “*Generasi Z Dalam Memanjakan Diri Di Restoran All You Can Eat*” menghasilkan sebuah simpulan dimana dikatakan bahwa Generasi Z memiliki pola pikir *you only live once* atau dalam Bahasa Indonesia “kamu hidup hanya sekali” dimana Pola pikir ini cenderung mengarah pada perilaku memanjakan diri lewat konsumsi *hedonic* dan kesenangan dalam konsumsi. Penelitian menunjukkan bahwa konsumsi *hedonic* memiliki dampak positif dan signifikan terhadap konsumen dari Generasi Z di restoran dengan konsep All You Can Eat (AYCE) (Lohita et al., 2022). Jika melihat dari kedua fenomena pada kedua penelitian tersebut bisa memberikan asumsi yang dimana mengarahkan Generasi Z berkuliner dengan keadaan *Cashless* sehingga mendorong untuk melakukan pembayaran melalui *digital payment* baik itu *e-wallet* dan berkemungkinan menggunakan sistem pembayaran digital melalui QR code atau QRIS untuk tercapainya tujuannya yaitu pembayaran.

Perkembangan teknologi finansial seperti sistem pembayaran digital telah membawa perubahan besar dalam transaksi keuangan di masyarakat. QRIS sebagai sistem pembayaran berbasis kode QR yang dikembangkan oleh Bank Indonesia memberikan manfaat, termasuk dalam kemudahan, keamanan dan efisiensi dalam bertransaksi. Generasi Z yang dikenal sebagai *digital native*, sangat adaptif terhadap teknologi finansial dan cenderung dalam mengadopsi sistem pembayaran digital seperti QRIS. Penelitian mengenai QRIS sudah banyak terutama penelitian QRIS terhadap sektor *Merchant* atau UMKM. Namun penelitian ini mengarah fokus pada sektor konsumen dimana menganalisis tiga faktor utama dari QRIS yang telah di jelaskan oleh Bank Indonesia yaitu kemudahan, keamanan dan manfaat dari QRIS. Konsumen yang dimaksud dalam penelitian ini adalah Generasi Z yang memiliki kesukaan terhadap kuliner dan wilayah Jakarta selatan tempat utama penelitian karena memiliki sektor kuliner yang berkembang pesat, menjadi salah satu daerah tingkat adopsi QRIS yang tinggi. Selain itu, fenomena *cashless society* yang semakin berkembang di Indonesia, khususnya di kalangan Gen Z, semakin mendorong penggunaan dompet digital dan metode pembayaran non tunai. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis bagaimana faktor dari

persepsi kemudahan, persepsi keamanan dan persepsi manfaat mempengaruhi intensi penggunaan QRIS dalam bertransaksi di kalangan generasi Z penikmat kuliner di Jakarta Selatan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan, rumusan masalah yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1 Apakah Persepsi Kemudahan mempengaruhi intensi penggunaan QRIS dalam bertransaksi pada Generasi Z penikmat kuliner Jakarta Selatan?
- 2 Apakah Persepsi Keamanan mempengaruhi intensi penggunaan QRIS dalam bertransaksi pada Generasi Z penikmat kuliner Jakarta Selatan?
- 3 Apakah Persepsi Manfaat mempengaruhi intensi penggunaan QRIS dalam bertransaksi pada Generasi Z penikmat kuliner Jakarta Selatan?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

- 1 Menganalisis pengaruh Persepsi Kemudahan mempengaruhi intensi penggunaan QRIS dalam bertransaksi pada Generasi Z penikmat kuliner Jakarta Selatan?
- 2 Menganalisis pengaruh Persepsi Keamanan mempengaruhi intensi penggunaan QRIS dalam bertransaksi pada Generasi Z penikmat kuliner Jakarta Selatan?
- 3 Menganalisis pengaruh Persepsi Manfaat mempengaruhi intensi penggunaan QRIS dalam bertransaksi pada Generasi Z penikmat kuliner Jakarta Selatan

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Kegunaan Akademis

1. Diharapkan penelitian ini menjadi literatur mengenai Generasi Z dalam mengadopsi sistem pembayaran QRIS khususnya intensi dalam penggunaan QRIS oleh Generasi Z penikmat kuliner

2. Memberikan kontribusi bagi penelitian di bidang teknologi keuangan dan perilaku konsumen terkait adopsi sistem pembayaran digital dalam berinovasi
3. Menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dalam aspek lain yang berhubungan dengan penggunaan QRIS serta pengaruh edukasi keuangan digital
4. Penelitian ini juga dapat bermanfaat bagi Akademisi UNJ dan para peneliti guna mengembangkan penelitian lebih lanjut mengenai Intensi penggunaan QRIS sebagai sistem pembayaran

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Memberikan wawasan kepada pelaku usaha kuliner mengenai faktor yang dapat meningkatkan penggunaan QRIS khususnya Generasi Z, sehingga dapat mengoptimalkan strategi pembayaran digital
2. Membantu dalam memahami faktor utama yang mempengaruhi adopsi QRIS, sehingga dapat merancang kebijakan yang lebih efektif salah satunya mendorong dari fenomena *cashless society*.
3. Memberikan informasi kepada penyedia layanan keuangan digital dalam mengembangkan fitur yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan preferensi generasi Z dalam bertransaksi menggunakan QRIS khususnya sektor kuliner, sekaligus sebagai informasi yang dapat bermanfaat dalam mengembangkan QRIS menjadi lebih inovatif.

Intelligentia - Dignitas