

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada era globalisasi ini, perkembangan teknologi informasi berlangsung sangat pesat sehingga mendorong transformasi signifikan dalam berbagai sektor, salah satunya sektor perbankan dan sistem pembayaran. Perubahan ini menuntut lembaga keuangan untuk terus berinovasi dalam memberikan layanan yang lebih cepat, mudah, efisien, dan fleksibel guna menjawab kebutuhan serta preferensi nasabah yang semakin dinamis. Pertumbuhan internet dan pesatnya adopsi perangkat digital, seperti ponsel pintar, telah mengubah cara perusahaan, termasuk institusi keuangan, dalam berinteraksi dengan konsumennya (Nuraini 2020).

Salah satu dampak nyata dari transformasi digital ini adalah pergeseran perilaku konsumen dari transaksi berbasis tunai ke arah metode pembayaran non-tunai berbasis digital. Konsumen masa kini cenderung memilih layanan digital karena memberikan kenyamanan, efisiensi waktu, serta mengurangi keharusan berinteraksi langsung secara personal dengan penyedia layanan maupun pengguna lainnya (Walker et al 2006). Seiring dengan meningkatnya penggunaan internet sebagai media transaksi, penting bagi penyedia layanan keuangan untuk memahami sejauh mana konsumen menerima teknologi baru serta alasan mereka terus menggunakan layanan tersebut (Manzano et al 2009).

Perubahan mendasar dalam industri jasa keuangan tidak lagi hanya pada penyediaan layanan berbasis electronic banking, melainkan juga pada inovasi sistem pembayaran yang lebih ringkas dan terintegrasi. Salah satu inovasi tersebut adalah hadirnya sistem pembayaran berbasis QR code yang dikembangkan dalam bentuk *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS). QRIS merupakan standar kode QR nasional yang dikembangkan oleh Bank Indonesia bersama Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) untuk menyatukan berbagai jenis QR code dari berbagai penyelenggara jasa sistem pembayaran sehingga menciptakan sistem pembayaran non-tunai yang lebih universal, inklusif, dan efisien (Yahyapour 2008).

Dengan QRIS, pengguna hanya perlu memindai satu jenis kode QR untuk melakukan pembayaran di berbagai merchant, tanpa perlu membawa uang tunai atau kartu fisik. Kepraktisan ini menjadikan QRIS sebagai solusi pembayaran yang adaptif terhadap gaya hidup masyarakat modern. Dalam konteks perkembangan digital, layanan seperti QRIS menjadi salah satu bentuk *electronic channel* yang strategis untuk mempertahankan loyalitas konsumen, terutama di tengah meningkatnya ketergantungan masyarakat terhadap perangkat *mobile* dan internet (Oleh et al 2023).

Adopsi QRIS juga mencerminkan perubahan perilaku konsumen secara global dari transaksi konvensional menuju transaksi digital dalam memenuhi kebutuhan produk dan layanan (Alaeddin et al 2018). Menurut Garcia-Swartz et al (2011) juga mengonfirmasi bahwa mayoritas konsumen telah menjadi pengguna non-tunai yang sangat bergantung pada pembayaran digital dan kartu (Hassan et al 2021). Namun, seiring dengan meningkatnya penggunaan transaksi elektronik seperti QRIS, muncul kekhawatiran terkait perlindungan informasi pribadi dan data keuangan yang dibagikan dalam setiap transaksi. Beberapa akademisi menekankan pentingnya memperhatikan aspek perlindungan konsumen, privasi, keamanan, dan kepercayaan dalam sistem pembayaran digital (Bashir et al 2021; Yang et al 2021). Kepercayaan menjadi aspek penting dalam menciptakan transaksi daring yang aman dan efisien, terlebih karena tidak adanya kontak tatap muka dalam transaksi elektronik (Al-Dala' et al 2009 ; Ameen et al 2021).

Dalam hasil riset yang dilakukan oleh Hamzah Muchtar et al (2024), QRIS menjadi solusi pembayaran yang adaptif terhadap kebutuhan masyarakat modern karena memberikan kemudahan akses, efisiensi dalam transaksi, serta mengurangi ketergantungan pada uang tunai dan kartu fisik. Penggunaan QRIS dinilai memberikan berbagai keuntungan, baik bagi pengguna maupun merchant. Bagi pengguna, QRIS menawarkan kepraktisan karena transaksi dapat dilakukan hanya dengan ponsel pintar dan koneksi internet, tanpa perlu membawa uang tunai. Selain itu, proses transaksi menjadi lebih cepat dan aman, serta dapat mengurangi risiko kehilangan uang secara fisik. Bagi merchant, QRIS memudahkan proses pencatatan transaksi dan memperluas potensi pasar karena dapat melayani konsumen dari

berbagai platform pembayaran. Hamzah Muchtar et al (2024) juga menekankan bahwa faktor kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) menjadi pendorong utama adopsi QRIS, karena sistem ini tidak memerlukan keterampilan teknis yang tinggi dan dapat digunakan oleh semua lapisan masyarakat. Di samping itu, faktor sosial dan kondisi yang mendukung seperti infrastruktur teknologi yang memadai turut mendorong masyarakat untuk menerima dan menggunakan QRIS dalam aktivitas sehari-hari. Dengan demikian, QRIS tidak hanya berfungsi sebagai metode pembayaran digital yang praktis dan efisien, tetapi juga menjadi bagian penting dalam mendorong literasi dan inklusi keuangan di Indonesia.

Gambar 1. 1 Volume Transaksi QRIS

Sumber: Data statistik Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI)



Berdasarkan grafik "Volume Transaksi QRIS (Jutaan)" dari tahun 2021 hingga 2024 menunjukkan pertumbuhan yang sangat pesat dalam penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran digital di Indonesia. Pada tahun 2021, volume transaksi masih relatif rendah dan bertumbuh perlahan, dimulai dari 18 juta transaksi di kuartal pertama, naik menjadi 59 juta di kuartal akhir. Tahun 2022 menunjukkan akselerasi yang lebih tajam, dengan volume transaksi meningkat dari 66 juta di kuartal pertama hingga mencapai 128 juta transaksi pada akhir tahun.

Pertumbuhan ini menandakan mulai meningkatnya adopsi QRIS di kalangan masyarakat dan pelaku usaha.

Pada tahun 2023, pertumbuhan volume transaksi semakin signifikan. Dimulai dari 125 juta di kuartal pertama dan melonjak hingga 301 juta pada akhir tahun, QRIS mulai menunjukkan posisinya sebagai sistem pembayaran yang semakin dipercaya dan digunakan secara luas. Puncak pertumbuhan terjadi di tahun 2024, dengan volume transaksi yang meningkat drastis dari 374 juta di kuartal pertama hingga mencapai 779 juta transaksi di kuartal keempat. Ini menunjukkan peningkatan sebesar 192% dibanding total volume transaksi tahun 2023.

Selain total volume transaksi, grafik ini juga memperlihatkan peningkatan volume transaksi Off-Us (transaksi antar penyelenggara berbeda) yang konsisten sepanjang periode tersebut. Hal ini mengindikasikan integrasi yang semakin kuat antar platform penyedia layanan pembayaran digital. Secara keseluruhan, grafik ini mencerminkan transformasi digital yang sangat signifikan dalam sistem pembayaran Indonesia, di mana QRIS menjadi salah satu pendorong utama terciptanya ekosistem pembayaran yang lebih inklusif, efisien, dan mudah diakses oleh seluruh lapisan masyarakat.



Gambar 1. 2 Nominal Transaksi QRIS

Sumber: Data statistik Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI)

Berdasarkan Grafik "Nominal Transaksi QRIS (Triliun IDR)" dari tahun 2021 hingga 2024 menunjukkan pertumbuhan nilai transaksi yang sangat pesat seiring dengan peningkatan adopsi QRIS di Indonesia. Pada tahun 2021, nilai transaksi QRIS masih tergolong rendah, dimulai dari 1 triliun rupiah di kuartal pertama dan sedikit meningkat menjadi 5 triliun rupiah di akhir tahun. Pertumbuhan mulai terlihat lebih jelas di tahun 2022, di mana nominal transaksi meningkat dari 6 triliun pada kuartal pertama menjadi 12 triliun rupiah di kuartal keempat. Ini menandakan mulai meluasnya penggunaan QRIS, tidak hanya untuk transaksi kecil, tetapi juga untuk transaksi bernilai lebih besar.

Memasuki tahun 2023, tren pertumbuhan semakin menguat. Nominal transaksi meningkat dari 13 triliun rupiah di kuartal pertama hingga mencapai 34 triliun rupiah di akhir tahun. Peningkatan ini memperlihatkan bahwa QRIS semakin diterima di berbagai lapisan transaksi ekonomi, termasuk sektor usaha yang bernilai lebih besar. Tahun 2024 menunjukkan lonjakan yang sangat tajam, dengan nominal transaksi naik dari 42 triliun di kuartal pertama hingga mencapai 82 triliun rupiah di kuartal keempat, atau mengalami pertumbuhan sebesar 192% dibandingkan tahun sebelumnya.

Selain itu, grafik ini juga memperlihatkan peningkatan yang konsisten pada nominal transaksi Off-Us (transaksi antar penyelenggara berbeda), menunjukkan integrasi sistem pembayaran nasional yang semakin solid. Secara keseluruhan, grafik ini mencerminkan keberhasilan QRIS dalam membangun ekosistem pembayaran digital yang tidak hanya masif dari segi volume transaksi, tetapi juga dari segi nilai, berkontribusi besar terhadap percepatan digitalisasi ekonomi Indonesia.

Berdasarkan pernyataan dari Bank Indonesia (BI) menyatakan bahwa transaksi QRIS di Indonesia melesat 226,54 persen dalam setahun terakhir, dengan 50,50 juta pengguna dan 32,71 juta merchant. Pembayaran digital lainnya, seperti BI-RTGS dan BI-FAST, juga mengalami peningkatan signifikan. BI terus memperkuat infrastruktur pembayaran digital untuk mendukung pertumbuhan ekonomi berkelanjutan INDONESIA.GO.ID, (2024).

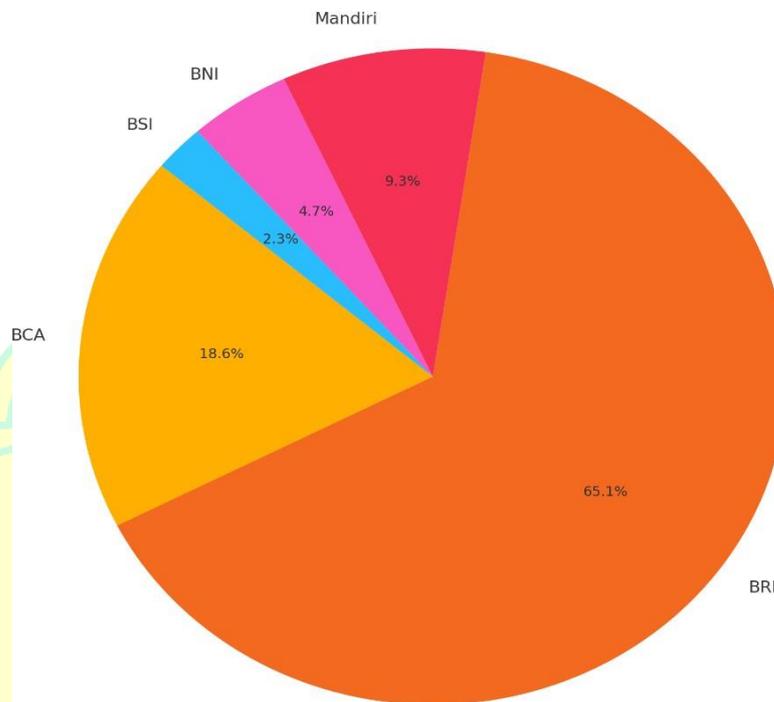
Cashless society merupakan bagian dari revolusi financial technology (fintech) yang selaras dengan perkembangan Revolusi Industri Keempat, di mana masyarakat semakin mengandalkan transaksi pembayaran secara digital menggunakan perangkat elektronik. Namun, berbeda dengan negara-negara Barat, adopsi pembayaran digital di negara-negara Asia cenderung berlangsung lebih lambat (Balakrishnan & Shuib, 2021). Di Indonesia sendiri, pemerintah terus berupaya mendorong penggunaan transaksi digital, salah satunya melalui implementasi metode pembayaran *Quick Response Indonesia Standard* (QRIS). QRIS merupakan sistem pembayaran digital yang dapat digunakan oleh aplikasi uang elektronik berbasis server, dompet elektronik, maupun mobile banking, dengan potensi besar dalam memperluas penerimaan pembayaran nontunai secara nasional secara lebih efisien (Hermina, 2021).

Pentingnya faktor kepercayaan (trust) dan kepuasan pelanggan (satisfaction) dalam mendorong intensi penggunaan berulang (intention to reuse) QRIS tidak dapat diabaikan. Menurut Primandari & Suprpti (2022), kepercayaan pengguna terhadap suatu teknologi pembayaran digital seperti QRIS memainkan peran vital dalam menentukan niat pengguna untuk terus menggunakan layanan tersebut. Kepercayaan terbentuk dari persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), yang secara signifikan berpengaruh terhadap intensi untuk menggunakan kembali QRIS. Selain itu, Astuti (2025) menegaskan bahwa kepuasan pengguna juga menjadi faktor penting yang memediasi hubungan antara kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan intensi penggunaan kembali layanan QRIS. Kepuasan pelanggan yang tinggi secara signifikan meningkatkan intensi pengguna untuk tetap menggunakan metode pembayaran ini secara berkelanjutan. Dengan demikian, faktor kepercayaan dan kepuasan bukan hanya berfungsi sebagai indikator keberhasilan adopsi teknologi pembayaran digital tetapi juga merupakan elemen krusial dalam mempertahankan loyalitas pelanggan terhadap layanan QRIS.

Namun, adopsi berkelanjutan QRIS juga menghadapi berbagai tantangan dan hambatan, seperti isu keamanan data, persepsi kemudahan penggunaan, serta manfaat yang dirasakan oleh pengguna. Firdaus et al (2024) menyoroti bahwa

meskipun QRIS dianggap mudah dan aman digunakan, sebagian pengguna masih memiliki kekhawatiran tentang risiko keamanan, khususnya terkait privasi data dan potensi penyalahgunaan. Primandari & Suprpti (2022) menambahkan bahwa persepsi kegunaan yang tinggi dapat menaikkan kepercayaan pengguna dan pada akhirnya intensi mereka untuk menggunakan kembali QRIS semakin meningkat. Selain itu, faktor manfaat yang dirasakan pengguna (*perceived usefulness*) turut memegang peranan penting dalam menentukan tingkat kepuasan pengguna terhadap teknologi ini. Ketika pengguna merasa mendapatkan manfaat nyata dari penggunaan QRIS, maka tingkat kepuasan akan meningkat dan mendukung intensi untuk menggunakan kembali layanan tersebut.

Meskipun banyak penelitian mengenai adopsi pembayaran digital telah dilakukan di negara-negara maju seperti Amerika Serikat, Inggris, Denmark, Spanyol, Italia, dan Kanada (Najib & Fahma, 2020), studi mengenai topik ini masih tergolong terbatas di negara-negara berkembang, termasuk Indonesia. Oleh karena itu, penting untuk melakukan penelitian dalam konteks Indonesia sebagai salah satu negara berkembang di kawasan Asia (Pristiandaru, 2022). Di tengah persaingan industri perbankan nasional, para pelaku terus berlomba-lomba mengembangkan teknologi informasi guna mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan mereka (Helen, 2015). Hal ini tercermin dari beragam fitur inovatif yang tersedia dalam aplikasi digital perbankan, termasuk implementasi fitur QRIS pada layanan *mobile banking* yang semakin meluas penggunaannya di kalangan masyarakat.



Gambar 1. 3 Persentase hasil pra survey

Sumber: Data sumber diolah penulis

Berdasarkan pra-survei yang dilakukan terhadap 44 pengguna QRIS di Jabodetabek, Berdasarkan hasil prasurvei terhadap pengguna layanan mobile banking yang telah memanfaatkan QRIS dalam transaksi non tunai, ditemukan bahwa sebagian besar responden merupakan nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) dengan persentase mencapai 65,1%. Disusul oleh BCA sebesar 18,6%, Mandiri 9,3%, BNI 4,7%, dan BSI hanya 2,3%. Temuan ini menunjukkan bahwa penggunaan QRIS belum merata di antara pengguna layanan perbankan digital, dan terdapat potensi perbedaan persepsi antar kelompok pengguna terhadap layanan tersebut.

Dalam konteks penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran non tunai, terdapat sejumlah faktor yang dapat memengaruhi keputusan pengguna, khususnya persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan. Persepsi kegunaan mencerminkan sejauh mana pengguna merasa bahwa QRIS memberikan manfaat nyata, seperti mempermudah proses transaksi, menghemat waktu, dan

meningkatkan efisiensi (Al-Adwan et al 2023). Sementara itu, persepsi kemudahan berhubungan dengan seberapa mudah QRIS diakses dan dioperasikan melalui aplikasi mobile banking, termasuk antarmuka yang ramah pengguna dan navigasi yang intuitif (Lim et al 2019). Di sisi lain persepsi keamanan merujuk pada keyakinan pengguna bahwa sistem QRIS mampu melindungi data pribadi dan finansial dari risiko atau ancaman yang merugikan (Dinh Nguyen et al 2021).

Ketiga persepsi tersebut berperan penting dalam membentuk kepercayaan terhadap sistem pembayaran digital. Ketika pengguna merasa bahwa layanan yang digunakan bermanfaat, mudah digunakan, dan aman, maka tingkat kepercayaan terhadap penyedia layanan pun meningkat. Kepercayaan ini kemudian turut berkontribusi pada terciptanya kepuasan pelanggan. Pengguna yang puas tidak hanya cenderung loyal, tetapi juga memiliki niat yang lebih besar untuk menggunakan kembali QRIS dalam transaksi nontunai di masa mendatang. Hal ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Ramanathan et al (2022) dalam platform daring, penjual tidak hanya perlu membangun kepercayaan, tetapi juga harus menjaga kepuasan pelanggan dan mendorong niat untuk melakukan pembelian ulang dengan mempertahankan sikap dapat dipercaya. Hal ini menegaskan bahwa kepercayaan merupakan fondasi utama dalam membentuk kepuasan pelanggan, terutama dalam konteks sistem pembayaran non-tunai seperti QRIS, di mana pengguna sangat mengandalkan rasa aman dan kenyamanan dalam melakukan transaksi melalui aplikasi mobile banking.

Oleh karena itu, perlu dilakukan kajian lebih mendalam untuk memahami hubungan antara *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan *perceived of security* dengan *trust* dan *satisfaction*, serta dampaknya terhadap *intention to reuse* QRIS di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan baru mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi berkelanjutan QRIS. Melalui pemahaman mendalam tentang bagaimana kepercayaan dan kepuasan pelanggan berkontribusi terhadap niat pengguna dalam menggunakan kembali QRIS, diharapkan dapat memberikan implikasi praktis bagi penyedia layanan pembayaran digital dan regulator untuk meningkatkan strategi dalam mengatasi hambatan yang ada dan meningkatkan penggunaan QRIS secara luas di masyarakat.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, permasalahan yang dapat diidentifikasi dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah *Perceived usefulness* mempunyai dampak positif dan signifikan terhadap *trust*?
2. Apakah *Perceived usefulness* mempunyai dampak positif dan signifikan terhadap *satisfaction*?
3. Apakah *Perceived ease of use* mempunyai dampak positif dan signifikan terhadap *trust*?
4. Apakah *Perceived ease of use* mempunyai dampak positif dan signifikan terhadap *satisfaction*?
5. Apakah *Perceived of Security* mempunyai dampak positif dan signifikan terhadap *trust*?
6. Apakah *Perceived of Security* mempunyai dampak positif dan signifikan terhadap *satisfaction*?
7. Apakah *Trust* mempunyai dampak positif dan signifikan terhadap *satisfaction* ?
8. Apakah *Trust* mempunyai dampak positif dan signifikan terhadap *intention to reuse*?
9. Apakah *Satisfaction* mempunyai dampak positif dan signifikan terhadap *intention to reuse*?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui adanya pengaruh signifikan antara *perceived usefulness* terhadap *trust*.
2. Untuk mengetahui adanya pengaruh signifikan antara *perceived usefulness* terhadap *satisfaction*.
3. Untuk mengetahui adanya pengaruh signifikan antara *perceived ease of use* terhadap *trust*.

4. Untuk mengetahui adanya pengaruh signifikan antara *perceived ease of use* terhadap *satisfaction*.
5. Untuk mengetahui adanya pengaruh signifikan antara *perceived of Security* terhadap *trust*.
6. Untuk mengetahui adanya pengaruh signifikan antara *perceived of Security* terhadap *satisfaction*.
7. Untuk mengetahui adanya pengaruh signifikan antara *trust* terhadap *satisfaction*.
8. Untuk mengetahui adanya pengaruh signifikan antara *trust* terhadap *intention to reuse*.
9. Untuk mengetahui adanya pengaruh signifikan antara *satisfaction* terhadap *intention to reuse*.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.4.1. Manfaat teoritis

Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis dalam memperluas kajian mengenai perilaku konsumen dalam konteks penggunaan teknologi pembayaran digital, khususnya QRIS melalui aplikasi mobile banking. Dengan mengkaji pengaruh *trust* (kepercayaan) dan *satisfaction* (kepuasan) terhadap niat penggunaan kembali, penelitian ini memperkaya literatur yang relevan di bidang teknologi keuangan (fintech), adopsi sistem pembayaran nontunai, dan perilaku pengguna. Temuan dalam penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi penelitian lanjutan dalam memahami dinamika loyalitas pengguna terhadap platform pembayaran digital. Selain itu, penelitian ini juga memperkuat relevansi model-model perilaku teknologi seperti *Technology Acceptance Model* (TAM) dalam konteks penggunaan QRIS di Indonesia.

1.4.2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi penyedia layanan perbankan digital dan pengembang aplikasi mobile banking dalam merancang strategi peningkatan layanan QRIS. Temuan dari penelitian ini dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pengguna, sehingga mendorong terciptanya loyalitas jangka panjang terhadap penggunaan QRIS dalam transaksi non-tunai. Penelitian ini juga bermanfaat bagi pelaku industri keuangan digital dan masyarakat umum dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi keberlanjutan penggunaan sistem pembayaran digital. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan dalam pengembangan kebijakan, edukasi digital, serta penguatan sistem pembayaran yang inklusif, aman, dan efisien.

