

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Studi Sebelumnya

Penelitian yang dilakukan oleh R. Mayanti et al. [9] bertujuan untuk mengevaluasi persepsi pengguna terhadap penerapan Quick Response Indonesia Standard (QRIS) sebagai teknologi pembayaran. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan mengumpulkan data melalui survei kepada pengguna QRIS. Metode penelitian ini melibatkan penggunaan kuesioner untuk mengukur sikap pengguna dan persepsi pengguna terhadap kemudahan penggunaan, manfaat, kepercayaan, serta kepuasan dalam menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas pengguna memiliki persepsi positif terhadap QRIS sebagai metode pembayaran digital, dengan persepsi yang tinggi terkait kemudahan penggunaan dan manfaatnya.

Penelitian yang dilakukan oleh D. K. Wardani dan A. N. Sari [10] juga membahas minat pengguna terhadap penggunaan sesungguhnya QRIS di era New Normal. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan mengumpulkan data melalui kuesioner kepada pengguna QRIS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki minat yang tinggi untuk menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran digital, dengan persepsi yang positif terhadap kemudahan penggunaan dan manfaat QRIS.

Penelitian yang dilakukan oleh I. Triutomo, P. Putra, dan I. Heruwasto [11] mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi niat konsumen untuk menggunakan QRIS selama pandemi Covid-19 menggunakan pendekatan C-TAM-TPB (Combined Technology Acceptance Model - Theory of Planned Behavior). Penelitian ini melibatkan pengumpulan data melalui survei terhadap konsumen yang menggunakan QRIS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, norma subjektif, dan kontrol perilaku dirasakan memiliki pengaruh positif terhadap niat penggunaan QRIS.

Penelitian yang dilakukan oleh R. A. Azzahroo dan S. D. Estiningrum [12] fokus pada preferensi mahasiswa dalam menggunakan QRIS sebagai teknologi pembayaran.

Penelitian ini menggunakan metode survei dengan mengumpulkan data melalui kuesioner kepada mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki preferensi yang tinggi dalam menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran, dengan persepsi yang positif terkait kemudahan penggunaan dan manfaat QRIS.

Penelitian yang dilakukan oleh H. Lonardi dan N. Legowo [13] menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku penggunaan sistem pembayaran QRIS di DKI Jakarta. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan mengumpulkan data melalui kuesioner kepada pengguna QRIS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi harga, persepsi risiko, dan kepercayaan pengguna memiliki pengaruh positif terhadap perilaku penggunaan QRIS.

Penelitian yang dilakukan oleh O. B. Saputri [14] memfokuskan pada preferensi konsumen dalam menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan mengumpulkan data melalui survei kepada konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen memiliki preferensi yang tinggi dalam menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran, dengan persepsi yang positif terkait kemudahan penggunaan, manfaat, dan kepercayaan pada QRIS.

Tabel 2.1 Tabel Perbandingan Studi Sebelumnya

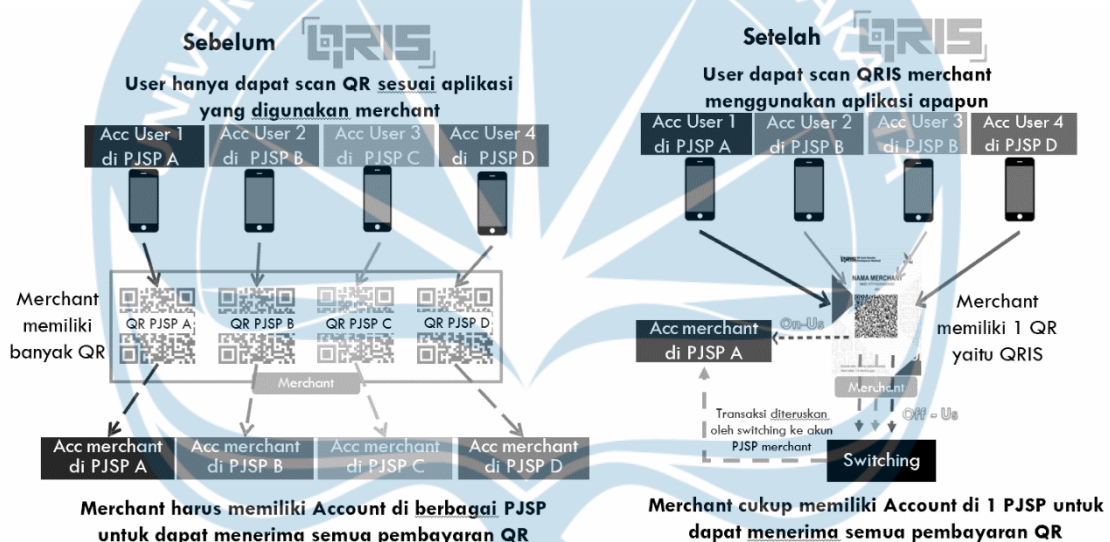
No.	Peneliti / Tahun	Metode	Tujuan	Hasil Penelitian
1	L. F. Yanasari, M. Rahayu, and N. E. Utami, 2020.	- Kuantitatif - Survei - Accidental Sampling	Mengevaluasi persepsi pengguna terhadap penerapan QRIS sebagai teknologi pembayaran.	Mayoritas pengguna memiliki persepsi positif terhadap QRIS sebagai metode pembayaran digital, dengan persepsi yang tinggi terkait kemudahan penggunaan dan manfaatnya.
2	D. K. Wardani and A. N. Sari, 2022.	- Snowball Sampling - Survei - PLS-SEM	Membahas minat pengguna terhadap penggunaan sesungguhnya QRIS di era New Normal.	Mayoritas responden memiliki minat yang tinggi untuk menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran digital, dengan persepsi yang positif terhadap kemudahan penggunaan dan manfaat QRIS.
3	I. Triutomo, P. Putra, and I. Heruwasto, 2022.	- Kuantitatif - Survei - C-TAM-TPB	Mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi niat konsumen untuk menggunakan QRIS selama pandemi Covid-19.	Persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, norma subjektif, dan kontrol perilaku dirasakan memiliki pengaruh positif terhadap niat penggunaan QRIS.
4	R. A. Azzahroo and S. D.	- Kuantitatif Asosiatif - PLS-SEM	Fokus pada preferensi mahasiswa dalam	Mahasiswa memiliki preferensi yang tinggi dalam menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran, dengan persepsi yang positif

	Estiningrum, 2021.		menggunakan QRIS sebagai teknologi pembayaran.	terkait kemudahan penggunaan dan manfaat QRIS.
5	H. Lonardi and N. Legowo, 2021.	<ul style="list-style-type: none"> - Kuantitatif - Kuisisioner 	Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku penggunaan sistem pembayaran QRIS di DKI Jakarta.	Faktor-faktor seperti persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi harga, persepsi risiko, dan kepercayaan pengguna terhadap teknologi QRIS mempengaruhi perilaku penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran digital.
6	O. B. Saputri, 2020.	<ul style="list-style-type: none"> - Kuantitatif - Kuisisioner 	Fokus pada preferensi konsumen dalam menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran digital.	Konsumen memiliki preferensi yang tinggi dalam menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran, dengan persepsi yang positif terkait kemudahan penggunaan, manfaat, dan kepercayaan pada QRIS.

2.2. Dasar Teori

2.2.1. QRIS

QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) adalah standar pembayaran digital yang diperkenalkan di Indonesia pada awal tahun 2020 [3]. QRIS menggunakan teknologi QR Code sebagai media transaksi, yang memungkinkan pengguna untuk melakukan pembayaran dengan cepat dan mudah menggunakan perangkat elektronik mereka, seperti smartphone. Sejarah QRIS dimulai ketika Bank Indonesia, Otoritas Jasa Keuangan (OJK), dan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) menyadari pentingnya mengintegrasikan berbagai metode pembayaran elektronik yang ada di Indonesia. Pada Februari 2020, QRIS resmi diluncurkan sebagai upaya untuk menyatukan sistem pembayaran elektronik yang ada di negara ini [3].



Gambar 2.1 Ilustrasi Sebelum dan setelah ada QRIS

Standar QRIS memungkinkan pengguna untuk menggunakan satu QR Code yang sama untuk pembayaran dengan berbagai metode, termasuk transfer antarbank, dompet digital, dan kartu kredit/debit. QRIS mendapat dukungan dari bank, perusahaan fintech, perusahaan teknologi, dan pelaku usaha, dengan pemerintah Indonesia turut mendorong adopsi QRIS melalui insentif dan kebijakan. Keuntungan penggunaan QRIS adalah kemudahan dan adopsi yang tinggi, memberikan kenyamanan bagi pengguna dan mempromosikan inklusi keuangan, terutama bagi pelaku usaha kecil dan menengah. Sejak diluncurkan, QRIS mengalami pertumbuhan signifikan dalam

penggunaannya di berbagai sektor, menjadikannya metode pembayaran yang umum digunakan di Indonesia [3].

QRIS dapat dipindai oleh Penyelenggara Jasa Pembayaran (PJP) mengacu pada kemampuan PJP untuk memproses transaksi pembayaran melalui QRIS. Sebagai standar pembayaran digital, QRIS menyediakan format QR Code yang dapat dibaca oleh perangkat atau aplikasi pembayaran yang disediakan oleh PJP. Dengan demikian, ketika pengguna melakukan pembayaran menggunakan QRIS, PJP yang terhubung dengan QRIS akan dapat memindai dan memproses transaksi tersebut sesuai dengan metode pembayaran yang dipilih oleh pengguna, seperti transfer antarbank atau menggunakan dompet digital. PJP memainkan peran penting dalam ekosistem QRIS dengan memfasilitasi proses pembayaran dan memastikan keamanan serta keakuratan transaksi yang dilakukan melalui QRIS.

Tabel 2.2 Data Penyelenggara QRIS

Jenis Penyelenggara	Nama Penyelenggara
Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (BANK)	PT Bank Aceh Syariah
	PT Bank BTPN Tbk
	PT Bank Central Asia, Tbk
	PT Bank CIMB Niaga, Tbk
	PT Bank Danamon Indonesia, Tbk
	PT Bank Permata, Tbk
	PT Bank Rakyat Indonesia (Persero)
	PT Bank Syariah Indonesia
	PT Bank Negara Indonesia (Persero)
	PT Bank Mandiri (Persero)

	PT Bank KB Bukopin Tbk
	PT Bank KEB Hana Indonesia
	PT Bank Mega Tbk
Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (NON BANK)	PT Airpay International Indonesia
	PT Dompot Anak Bangsa (GO-PAY)
	PT Espay Debit Indonesia Koe (DANA)
	PT Visionet Internasional (OVO)
	PT Nusa Satu Inti Artha (Dokupay)
	PT Inti Dunia Sukses (i.saku)
	PT Fintek Kartu Nusantara (LinkAja)
	PT Finnet Indonesia (Finpay Money)

2.2.2. QR CODE

QR Code (Quick Response Code) adalah jenis barcode dua dimensi yang dikembangkan oleh Denso Wave, sebuah divisi dari Denso Corporation yang merupakan pemasok bagi Toyota, pada tahun 1994 [15]. QR Code dirancang untuk memfasilitasi pemindaian cepat dan untuk menyimpan lebih banyak informasi dibandingkan barcode tradisional.

QR Code memiliki kapasitas untuk menyimpan data dalam format numerik, alfanumerik, byte/biner, dan Kanji atau Kana, dan dapat menampung hingga 7.089 karakter numerik atau 4.296 karakter alfanumerik [15]. QR Code dibaca dengan menggunakan aplikasi pemindai QR Code pada perangkat mobile, yang kemudian menafsirkan kode dan menampilkan konten yang sesuai, seperti teks, URL situs web, atau data lainnya.

Penggunaan QR Code telah berkembang pesat dalam berbagai bidang, termasuk e-commerce, pemasaran, dan pembayaran digital. Dalam konteks pembayaran digital, seperti sistem QRIS (QR Code Indonesian Standard), QR Code digunakan untuk memfasilitasi transaksi cepat dan mudah antara konsumen dan penjual. Pengguna cukup memindai QR Code yang disediakan oleh penjual menggunakan aplikasi pembayaran mobile mereka untuk melakukan transaksi.

2.2.3. Mobile Payment

Mobile Payment merujuk pada transaksi pembayaran yang dilakukan melalui perangkat mobile seperti smartphone atau tablet. Ini adalah bagian integral dari ekonomi digital dan telah merevolusi cara orang melakukan transaksi, memberikan kemudahan, kecepatan, dan fleksibilitas yang belum pernah ada sebelumnya [16].

Mobile Payment dapat dilakukan melalui berbagai platform dan teknologi, termasuk SMS, mobile web, aplikasi mobile, dan teknologi Near Field Communication (NFC). Mobile Payment memungkinkan pengguna untuk melakukan pembelian barang atau jasa, transfer uang, dan melakukan berbagai jenis pembayaran lainnya hanya dengan beberapa ketukan di perangkat mobile mereka [17].

Adopsi Mobile Payment telah tumbuh pesat dalam beberapa tahun terakhir, didorong oleh peningkatan penetrasi smartphone dan ketersediaan layanan internet. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Zhou [18], faktor-faktor seperti Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, dan Trust ditemukan berpengaruh signifikan terhadap penerimaan Mobile Payment.

Namun, meskipun adopsi Mobile Payment telah berkembang pesat, masih ada tantangan yang harus dihadapi, termasuk masalah keamanan, privasi, dan kurangnya standar universal. Penelitian lebih lanjut dan inovasi dalam teknologi dan regulasi diperlukan untuk memastikan pertumbuhan dan keberlanjutan Mobile Payment.

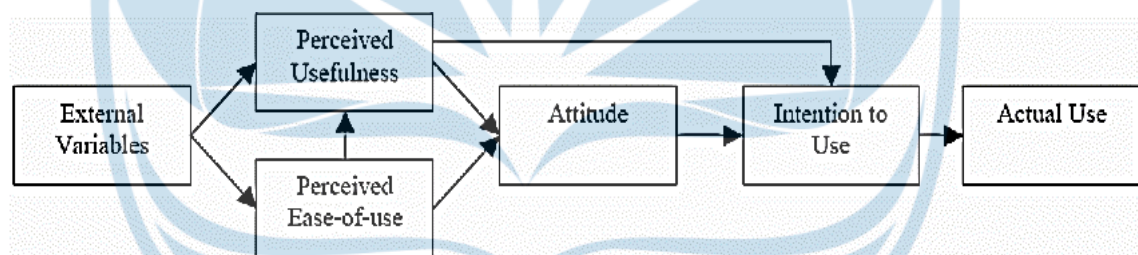
2.2.4. Digital Payment

Pembayaran digital adalah proses keuangan yang transformatif yang melibatkan transfer dana secara elektronik untuk pembelian barang dan jasa menggunakan berbagai platform dan perangkat digital. Pembayaran digital menggantikan transaksi berbasis tunai dengan alternatif digital, seperti aplikasi pembayaran seluler, perbankan

daring, dompet elektronik, dan teknologi pembayaran tanpa kontak. Metode pembayaran digital menawarkan kenyamanan, keamanan, dan efisiensi, memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja tanpa perlu menggunakan mata uang fisik atau dokumen berbasis kertas. Transformasi dalam sistem pembayaran ini memainkan peran penting dalam memajukan ekonomi digital, mempromosikan inklusi keuangan, dan membentuk masa depan perdagangan [19].

2.2.5. TAM

Technology Acceptance Model (TAM) adalah sebuah model teori yang digunakan untuk memahami dan menjelaskan penerimaan pengguna terhadap teknologi. Model ini dikembangkan oleh Fred Davis pada tahun 1989 dan telah banyak digunakan dalam konteks penerimaan teknologi, terutama dalam studi penggunaan sistem informasi. TAM berfokus pada dua variabel utama, yaitu persepsi manfaat (perceived usefulness) dan persepsi kemudahan penggunaan (perceived ease of use), yang berpengaruh terhadap niat pengguna untuk menerima dan mengadopsi teknologi.



Gambar 2.2 Konstruk Technology Acceptance Model

Model ini telah terbukti relevan dan dapat menjelaskan penerimaan pengguna terhadap berbagai teknologi, termasuk perangkat lunak, aplikasi mobile, sistem informasi, dan layanan online [7]. Berikut penjelasan serta definisi variabel dalam konstuk Technology Acceptance Model (TAM):

Tabel 2.3 Pengertian Variabel TAM

No	Variabel	Definisi
POU	<i>Perceived of Usefulness</i> (Presepsi Manfaaf)	Menggambarkan persepsi pengguna terhadap sejauh mana suatu teknologi akan meningkatkan kinerja atau efektivitas mereka dalam melakukan tugas-tugas tertentu.
PEU	<i>Perceived Ease of Use</i> (Presepsi Kemudahan)	Menggambarkan persepsi pengguna terhadap sejauh mana suatu teknologi mudah dipahami dan digunakan. Persepsi kemudahan penggunaan juga dapat mempengaruhi sikap dan niat pengguna untuk mengadopsi suatu teknologi.
ATU	<i>Atitude Toward Using</i> (Sikap dalam Penggunaan)	Menggambarkan sikap individu terhadap penggunaan teknologi, mencerminkan pandangan positif atau negatif individu terhadap penggunaan teknologi tersebut.
BI	<i>Behavioural Intention to Use</i> (Niat Perilaku)	Menggambarkan niat individu dalam mengadopsi dan menggunakan teknologi, merupakan keinginan dan rencana individu untuk menggunakan teknologi.
AU	<i>Actual Use</i> (Penggunaan Secara Nyata)	Menggambarkan penggunaan teknologi yang terjadi secara nyata dan faktual oleh individu setelah mengadopsi dan memiliki niat penggunaan sebelumnya.

2.2.6. Perceived Usefulness

Perceived Ease of Use, atau persepsi kemudahan penggunaan dalam bahasa Indonesia, adalah salah satu variabel dalam Technology Acceptance Model (TAM). Ini mengacu pada persepsi individu tentang sejauh mana penggunaan suatu teknologi akan mudah dipahami dan dioperasikan. Persepsi kemudahan penggunaan dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kejelasan antarmuka pengguna, kompleksitas sistem, dan tingkat keterampilan pengguna. Dalam konteks TAM, jika individu menganggap suatu teknologi mudah digunakan, mereka cenderung memiliki sikap positif terhadap penggunaannya dan niat yang lebih tinggi untuk mengadopsinya.

2.2.7. Perceived Ease of Use

Perceived ease of use, atau persepsi kemudahan penggunaan dalam bahasa Indonesia, adalah konsep yang digunakan dalam Technology Acceptance Model (TAM) untuk menggambarkan persepsi pengguna terhadap sejauh mana suatu teknologi mudah dipahami dan digunakan. Persepsi kemudahan penggunaan dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kejelasan antarmuka pengguna, tingkat kompleksitas sistem, serta tingkat pengetahuan dan keterampilan pengguna dalam menggunakan teknologi tersebut. Dalam konteks TAM, jika pengguna menganggap suatu teknologi mudah digunakan, mereka cenderung memiliki sikap positif terhadap penggunaannya dan lebih mungkin untuk mengadopsinya.

Perceived ease of use memiliki peran penting dalam penerimaan teknologi, karena persepsi ini dapat mempengaruhi sikap dan niat pengguna untuk mengadopsi suatu teknologi baru. Ketika pengguna merasa bahwa suatu teknologi mudah digunakan, mereka cenderung merasa lebih percaya diri dan lebih termotivasi untuk menggunakannya. Sebaliknya, jika pengguna menganggap suatu teknologi sulit atau rumit, mereka mungkin enggan untuk mengadopsinya. Oleh karena itu, pemahaman terhadap persepsi kemudahan penggunaan menjadi penting dalam merancang teknologi yang dapat diterima dan digunakan oleh pengguna dengan baik.

2.2.8. Attitude Toward Using

Attitude Toward Using merupakan elemen sentral dalam Technology Acceptance Model (TAM) dan model-model adopsi teknologi lainnya. Menurut Davis [20], Attitude Toward Using merujuk pada penilaian individu mengenai sejauh mana penggunaan sistem yang diusulkan akan diterima atau dianggap positif.

Attitude Toward Using dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use. Jika pengguna melihat suatu teknologi sebagai bermanfaat dan mudah digunakan, mereka cenderung memiliki sikap yang lebih positif terhadap penggunaan teknologi tersebut selain itu juga merupakan prediktor penting dari niat penggunaan (Behavioural Intention to Use). Menurut TAM, sikap yang positif terhadap penggunaan suatu teknologi akan meningkatkan niat pengguna untuk menggunakan teknologi tersebut.

Dalam berbagai penelitian empiris, Attitude Toward Using telah terbukti berpengaruh signifikan terhadap penerimaan dan penggunaan teknologi. Misalnya, dalam studi yang dilakukan oleh Teo, Lee, dan Chai [21], ditemukan bahwa Attitude Toward Using berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat guru untuk menggunakan teknologi dalam pengajaran.

2.2.9. Behavioral Intention to Use

Teori Behavioral Intention to Use (BI) merupakan kerangka konseptual yang digunakan untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi niat individu dalam mengadopsi dan menggunakan teknologi. BI menggambarkan hubungan antara variabel-variabel seperti persepsi tentang kegunaan teknologi, persepsi tentang kemudahan penggunaan, sikap individu terhadap teknologi, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Teori ini didasarkan pada Teori Tindakan Terencana (Theory of Planned Behavior) dan Teori Penerimaan Teknologi (Technology Acceptance Model), tetapi mengedepankan faktor-faktor psikologis dan sosial yang mempengaruhi niat individu dalam menggunakan teknologi.

Menurut Venkatesh et al. [20], BI berfokus pada faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi dan penggunaan teknologi di berbagai konteks, termasuk organisasi, pendidikan, dan konsumen. Mereka menjelaskan bahwa "Niat perilaku

pengguna (BI) adalah faktor penting yang mendorong adopsi teknologi oleh individu dan organisasi" (hal. 451). Dengan demikian, BI mengakui pentingnya niat individu dalam mempengaruhi penggunaan teknologi, yang pada akhirnya dapat memengaruhi tingkat adopsi teknologi tersebut.

2.2.10. SEM-PLS

Structural Equation Modeling (SEM) merupakan teknik analisis multivariat yang memungkinkan pengujian hubungan simultan antara variabel laten dan variabel observasi. Teknik ini mencakup dua komponen: model pengukuran dan model struktural [22]. Metode SEM-PLS adalah alternatif nonparametrik dari SEM kovarian yang biasanya digunakan saat asumsi distribusi normal tidak terpenuhi, data memiliki ukuran sampel kecil, dan model memiliki kompleksitas tinggi [23]. Metode ini adalah pendekatan berbasis komponen yang mengeksplorasi hubungan maksimum antara variabel laten dan indikatornya. PLS tidak memiliki batasan signifikan mengenai ukuran sampel dan distribusi data, menjadikannya lebih fleksibel dibanding metode SEM tradisional [24].

2.2.11. SmartPLS

SmartPLS adalah perangkat lunak yang digunakan untuk melakukan Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM), sebuah metode analisis multivariat yang berfokus pada prediksi dan penjelasan hubungan antara variabel [25]. PLS-SEM sangat berguna dalam penelitian berbasis teori yang tujuannya adalah prediksi dan penjelasan. Dalam konteks ini, SmartPLS mengakomodasi model penelitian kompleks yang memiliki banyak konstruk dan indikator, dan berfungsi baik dalam ukuran sampel yang lebih kecil serta distribusi data yang tidak normal. Dengan antarmuka grafis yang user-friendly dan fitur pemodelan visual, SmartPLS memudahkan pengguna untuk mengembangkan dan memodifikasi model konseptual yang kompleks [26]. SmartPLS juga memberikan berbagai opsi untuk evaluasi hasil model, termasuk validitas dan reliabilitas konstruk, serta signifikansi hubungan antara konstruk.