

TESIS

**Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Pedagang
Menggunakan QRIS Sebagai Sistem Pembayaran Digital
di Indonesia**



Ian Cristian Adolfian Damping

235312692

**MAGISTER INFORMATIKA
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2024

HALAMAN JUDUL

**Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Pedagang
Menggunakan QRIS Sebagai Sistem Pembayaran Digital
di Indonesia**



Ian Cristian Adolfian Damping

235312692

**MAGISTER INFORMATIKA
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2024

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir Berjudul

ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PEDAGANG MENGGUNAKAN QRIS SEBAGAI SISTEM PEMBAYARAN DIGITAL DI INDONESIA

yang disusun oleh

Damping, Ian Cristian Adolfian

235312692

dinyatakan telah memenuhi syarat pada tanggal 17 Desember 2024

		Keterangan
Dosen Pembimbing 1	: Yonathan Dri Handarkho, S.T., M.Eng., Ph.D	Telah Menyetujui
Dosen Pembimbing 2	: Prof. Dr. Andi Wahyu Rahardjo Emanuel, BSEE., MSSE	Telah Menyetujui
Tim Penguji		
Penguji 1	: Yonathan Dri Handarkho, S.T., M.Eng., Ph.D	Telah Menyetujui
Penguji 2	: Dr. Fl. Spty Rahayu, S.T., M.Kom.	Telah Menyetujui

Yogyakarta, 17 Desember 2024

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Teknologi Industri

Dekan

ttd.

Dr. Ir. Parama Kartika Dewa SP., S.T., M.T.

Dokumen ini merupakan dokumen resmi UAJY yang tidak memerlukan tanda tangan karena dihasilkan secara elektronik oleh Sistem Bimbingan UAJY. UAJY bertanggung jawab penuh atas informasi yang tertera di dalam dokumen ini

INTISARI

Pembayaran seluler menggunakan kode QR telah membuka era baru di Indonesia. Teknologi tersebut menjadi sangat populer karena meningkatkan pengalaman berbelanja dengan membuat pembelian menjadi lebih mudah dan nyaman dibandingkan sebelumnya. Berbagai PJSP pun bersaing dalam menyediakan layanan pembayaran seluler menggunakan kode QR untuk menembus pasar di Indonesia. Untuk mengatasi permasalahan tersebut Bank Indonesia sebagai regulator perbankan di Indonesia menciptakan Quick Response Indonesian Standard (QRIS). Data menunjukkan jumlah pedagang yang menggunakan QRIS meningkat dari 25 juta pada Januari 2023 menjadi 31 juta pada Januari 2024. Namun, sayangnya pertumbuhan pesat ini belum diikuti dengan distribusi yang merata di seluruh provinsi Indonesia.

Penelitian ini akan membahas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pedagang terhadap niat pedagang untuk menggunakan QRIS, khususnya pada pedagang dengan kategori Mikro dan Kecil yang telah menggunakan QRIS di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. *Mobile Technology Acceptance Model* (MTAM) dipilih sebagai teori dasar karena MTAM dikembangkan secara khusus untuk menjelaskan adopsi teknologi yang spesifik berbasis pada teknologi seluler dan berfokus pada lingkungan non organisasi dengan menambahkan faktor-faktor baru seperti *Relative Advantage* (RA), *Social Influence* (SI), *Perceived Cost* (PC), dan *Inertia* (IN).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang paling signifikan mempengaruhi secara positif niat pedagang adalah kebergunaan (*Mobile Usefulness*) dan pengaruh sosial (*Social Influence*), sedangkan faktor yang paling signifikan mempengaruhi secara negatif niat pedagang adalah inersia (*Inertia*). Menariknya faktor-faktor seperti kemudahan penggunaan (*Mobile Ease of Use*), keunggulan relatif (*Relative Advantage*) dan biaya (*Perceived Cost*) tidak memiliki pengaruh terhadap niat pedagang untuk menggunakan atau tidak menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran digital. Selain faktor yang telah disebutkan, usia, tingkat pendidikan dan jenis kelamin juga berkorelasi terhadap penerimaan QRIS sebagai metode pembayaran digital.

Kata kunci: QRIS, MTAM, Pembayaran Seluler

ABSTRACT

Mobile payments using QR codes have opened a new era in Indonesia. The technology has become very popular because it enhances the shopping experience by making purchases easier and more convenient than before. Various PJSPs are competing to provide mobile payment services using QR codes to penetrate the market in Indonesia. To overcome this problem, Bank Indonesia as the banking regulator in Indonesia created the Quick Response Indonesian Standard (QRIS). Data shows that the number of merchants using QRIS increased from 25 million in January 2023 to 31 million in January 2024. However, unfortunately this rapid growth has not been followed by an even distribution across all provinces in Indonesia.

This study will discuss the factors that influence merchants' intentions to use QRIS, especially for Micro and Small merchants who have used QRIS in the Special Region of Yogyakarta Province. The Mobile Technology Acceptance Model (MTAM) was chosen as the basic theory because MTAM was developed specifically to explain the adoption of specific technologies based on mobile technology and focuses on the non-organizational environment by adding new factors such as Relative Advantage (RA), Social Influence (SI), Perceived Cost (PC), and Inertia (IN).

The results of the study show that the most significant factors that positively influence merchants' intentions are Mobile Usefulness and Social Influence, while the most significant factor that negatively influences merchants' intentions is Inertia. Interestingly, factors such as Mobile Ease of Use, Relative Advantage and Perceived Cost have no effect on merchants' intentions to use or not use QRIS as a digital payment method. In addition to the factors mentioned, age, education level and gender are also correlated with the acceptance of QRIS as a digital payment method.

Keywords: QRIS, MTAM, Mobile Payment

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN	2
1.1 Latar Belakang.....	2
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Batasan Masalah	6
1.6 Keaslian Penelitian	6
1.7 Manfaat Penelitian	6
1.8 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Tinjauan Pustaka	10
BAB III LANDASAN TEORI	18
3.1 Pembayaran Seluler.....	18
3.2 Kode Quick Response (QR).....	18
3.3 Kode Quick Response (QR) Sebagai Pembayaran Seluler	20
3.4 QRIS.....	21
3.5 UMKM	29
3.6 Technology Acceptance Model (TAM)	31
3.6.1 Modifikasi TAM.....	34
3.7 Mobile Technology Acceptance Model (MTAM)	37
BAB IV METODOLOGI PENELITIAN.....	39
4.1 Tahapan Penelitian.....	39
4.2 Identifikasi Masalah	41
4.3 Studi Literatur	41
4.4 Pengembangan Model.....	42
4.4.1 Mobile Usefulness	43
4.4.2 Mobile Ease of Use	44
4.4.3 Relative Advantage	45
4.4.4 Social Influence.....	46
4.4.5 Perceived Cost	47
4.4.6 Inertia	48
4.4.7 Moderating Factor	49
4.4.8 Definisi Operasional.....	50

4.4.9 Instrumen dan Indikator	51
4.5 Pengumpulan Data	56
4.6 Pengolahan Data	57
4.7 Analisis Data.....	58
<i>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN</i>	<i>60</i>
5.1 Pengumpulan Data	60
5.2 Persiapan Data	61
5.3 Analisis Faktor Konfirmatori.....	62
5.4 Analisis Deskriptif.....	66
5.5 Analisis T-Test	68
5.6 Analisis Skewness dan Kurtosis	70
5.7 Korelasi dengan profil responden.....	71
5.8 Analisis SEM	73
5.8.1 Faktor langsung	74
5.8.2 Faktor tidak langsung.....	82
5.9 Model Fit.....	84
5.10 Moderating Factor	85
5.11 Implikasi Teoritis	87
5.12 Implikasi Praktis	87
5.12.1 Mobile Usefulness	88
5.12.2 Social Influence	88
5.12.3 Inertia	89
<i>BAB VI KESIMPULAN.....</i>	<i>91</i>
6.1 Kesimpulan	91
6.2 Saran.....	92

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Daftar Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3.1 Jumlah informasi Kode QR	19
Tabel 3.2 Koreksi Kode QR.....	20
Tabel 3.3 Perbandingan MPM dan CPM.....	26
Tabel 3.4 Biaya MDR	28
Tabel 4.1 Definisi Operasional	50
Tabel 4.2 Instrumen dan Indikator	51
Tabel 4.3 Instrumen dan Indikator versi Indonesia.....	53
Tabel 4.4 Skala realibilitas Cronbach's Alpha.....	57
Tabel 5.1 Hasil Cronbach's Alpha	61
Tabel 5.2 Factor Loading	63
Tabel 5.3 Convergent Validity	64
Tabel 5.4 Discriminant Validity.....	64
Tabel 5.5 Harman's Single Factor	65
Tabel 5.6 Variance inflation factors.....	65
Tabel 5.7 Jenis Kelamin	66
Tabel 5.8 Umur	67
Tabel 5.9 Edukasi.....	67
Tabel 5.10 Jenis Usaha.....	68
Tabel 5.11 Hasil T-test.....	69
Tabel 5.12 Hasil analisis skewness dan kurtosis.....	70
Tabel 5.13 Korelasi profil responden.....	71
Tabel 5.14 Hasil SEM Analysis	74
Tabel 5.15 Perhitungan SEM Analysis	74
Tabel 5.16 Hasil faktor tidak langsung analisis SEM	82
Tabel 5.17 Hasil Model Fit	85
Tabel 5.18 Moderating factor jenis kelamin	86
Tabel 5.19 Saran implikasi praktis.....	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah pedagang yang menggunakan QRIS (ASPI)	3
Gambar 1.2 Jumlah pedagang di tiap provinsi (ASPI)	4
Gambar 2.1 Model penelitian (Lisana)	10
Gambar 2.2 Model penelitian (Suo, Goi, Goi dan Sim).....	11
Gambar 2.3 Model penelitian (Nandru, Kumar dan Chendragiri)	12
Gambar 2.4 Model penelitian (Türker, Altay, dan Okumuş).....	13
Gambar 2.5 Model penelitian (Jawad, Pavin dan Husein).....	13
Gambar 2.6 Model penelitian (Wardhani, Arkeman, Ermawati).....	14
Gambar 2.7 Model penelitian (Yan, Tan, Loh, Hew & Ooi).....	15
Gambar 3.1 Versi kode QR (Denso Wave).....	19
Gambar 3.2 Mekanisme pembayaran sebelum QRIS (Bank Indonesia).....	22
Gambar 3.3 Mekanisme pembayaran sesudah QRIS (Bank Indonesia)	24
Gambar 3.4 QR MPM	26
Gambar 3.5 QR CPM.....	26
Gambar 3.6 Technology Acceptance Model (Davis).....	32
Gambar 3. 7 Technology Acceptance Model (Davis).....	34
Gambar 3.8 Technology Acceptance Model (Davis).....	35
Gambar 3.9 Kerangka penelitian konseptual MTAM.....	38
Gambar 4.1 Tahapan Penelitian	40
Gambar 4.2 Model dan Hipotesis Penelitian	43
Gambar 5.1 Model Penelitian	60
Gambar 5.2 Model CFA.....	62
Gambar 5.3 SEM Analysis.....	82