

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada awalnya manusia menggunakan transaksi dengan sistem pembayaran tunai menggunakan uang kertas dan uang logam sebagai alat pembayaran. Namun, seiring dengan perkembangan teknologi semakin maju dan pesat di era digital negara Indonesia membuat perkembangan yang terjadi pada alat pembayaran yang semakin berevolusi. Mekanisme transaksi yang terus berubah dan adanya tuntutan pembayaran yang nyaman dan cepat membuat akhirnya alat pembayaran tunai digantikan menjadi transaksi menggunakan alat pembayaran non tunai. Menurut Bank Indonesia (2020), alat pembayaran non tunai di Indonesia menjadi beberapa kategori, yaitu elektronik dan non elektronik. Alat pembayaran elektronik terbagi atas dua jenis, yaitu:

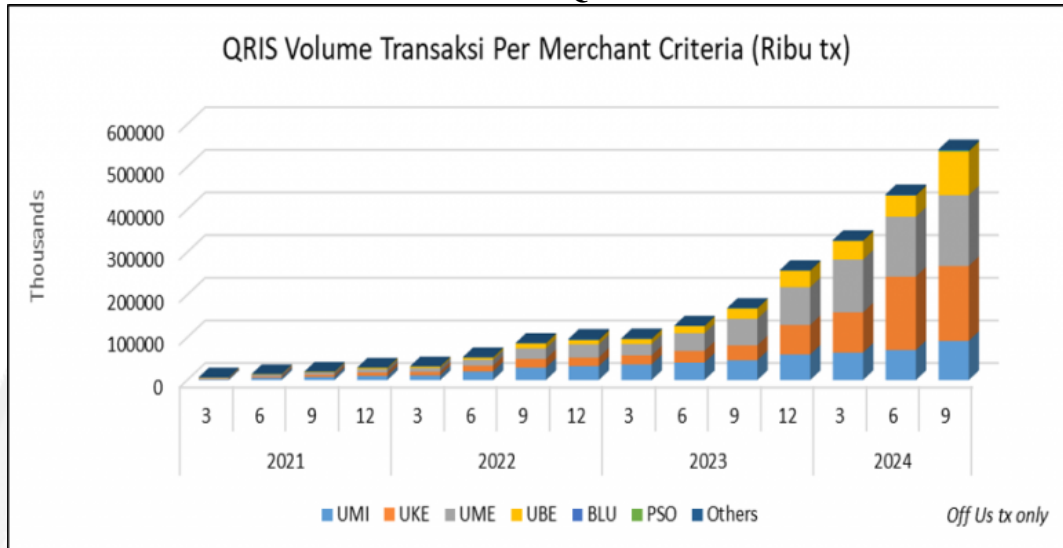
- a. Berbasis kartu yang disebut dengan *electronic money (e-money)* yang digunakan untuk melakukan transaksi pembayaran dan mempunyai karakter prabayar. Contoh *e-money* berbasis kartu adalah JakCard Bank DKI, Brizzi BRI, Flazz BCA, Mandiri *e-money* dan lainnya. Namun transaksi pembayaran uang elektronik terbatas hanya dapat dilakukan di merchant yang mempunyai akses pembayaran uang elektronik.
- b. Berbentuk aplikasi (*server based*) adalah *e-wallet* atau dompet digital. Menurut pendapat Sari, Dyana, dan Tri (2020) menyebutkan bahwa untuk menggunakan *e-wallet* harus memiliki akses ke jaringan internet dan menggunakan aplikasinya yang dimisalkan pada *e-wallet* yang ada di Indonesia antara lain OVO, Dana, Go-Pay, *Shopeepay* dan lainnya.

Melihat dari sistem pembayaran elektronik di Indonesia seperti *e-money* dan *e-wallet* memiliki cara pembayaran dan *QR Code* yang berbeda, hal ini yang mengakibatkan terjadinya kerumitan bagi masyarakat dalam melakukan transaksi. Menurut Bank Indonesia (2019) dalam mengatasi serta menyelesaikan permasalahan tersebut menjadikan Bank Indonesia meluncurkan inovasi dalam sektor keuangan digital dengan mengembangkan standar nasional untuk mengintegrasikan seluruh kode *QR* ke dalam sebuah sistem, yang kemudian dikenal dengan istilah *QRIS*. Tepat pada tanggal 17 Agustus 2019, *QRIS* yang dikembangkan oleh Bank Indonesia dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) secara resmi diluncurkan. Peluncuran *QRIS* bertujuan untuk mempermudah proses transaksi dan pembayaran menjadi lebih cepat, aman, efektif dan efisien bagi masyarakat tanpa harus menggunakan kartu dan uang tunai, sehingga masyarakat hanya melakukan pemindaian kode *QR* yang telah disediakan dan selanjutnya proses pembayaran yang dilakukan telah selesai.

Dalam penerapannya, *QRIS* dapat digunakan pada seluruh merchant yang bekerja sama dengan penyedia jasa sistem pembayaran (PJSP). Sejak diluncurkan, *QRIS* telah diadopsi oleh banyak konsumen. Seiring perkembangan digitalisasi, *QRIS* mulai dikenal dan digunakan pada kalangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) karena digitalisasi sangat dibutuhkan para pelaku usaha di Indonesia khususnya UMKM dalam menghadapi tantangan bisnis di era modern yang mulai beralih pada transaksi digital dengan melalui penggunaan *QRIS*. Menurut Bank Indonesia dalam CNN Indonesia (2024) pertumbuhan yang melonjak dari jumlah *QRIS* merchant dibulan April 2024 yang didominasi oleh UMKM dengan jumlah merchant sebanyak 31,61 juta. Menurut Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia

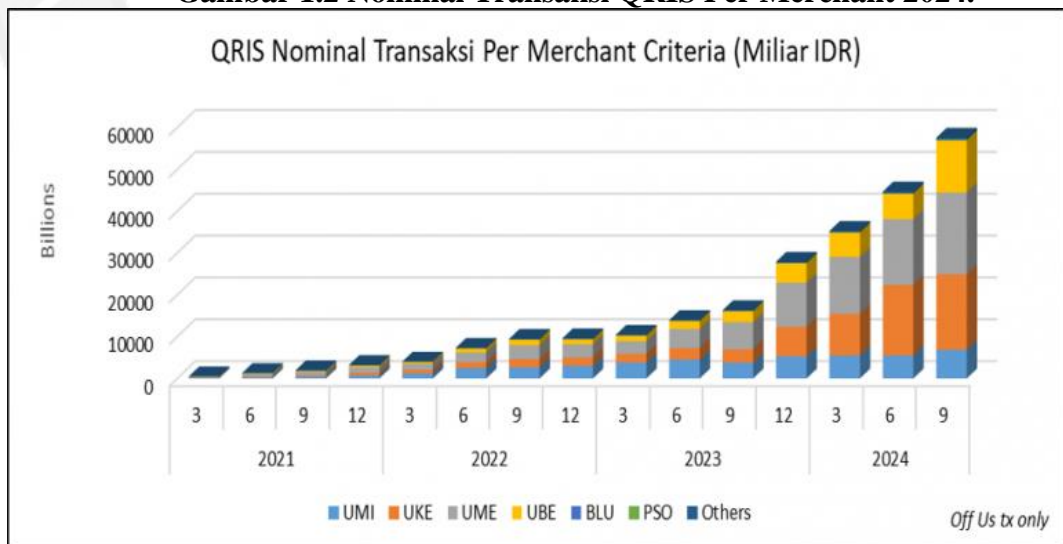
(2024) Bank Indonesia menyatakan bahwa tingkat penggunaan *QRIS* yang meningkat di dorong oleh usaha mikro (UMI), usaha kecil (UKE) dan usaha menengah (UME) yang ditunjukkan pada pertumbuhan volume dan nominal transaksi *QRIS* per merchant di tahun 2024.

Gambar 1.1 Volume Transaksi QRIS Per Merchant 2024.



Sumber : Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (2024).

Gambar 1.2 Nominal Transaksi QRIS Per Merchant 2024.



Sumber : Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (2024).

Penelitian ini semakin diperkuat dengan data yang dituliskan oleh Bank Indonesia dalam Antara News (2024) yang mengatakan bahwa tingkat transaksi *QRIS* pada triwulan II- 2024 mengalami pertumbuhan secara signifikan dengan jumlah merchant mencapai 32,71 juta dan sebanyak 30,2 juta pengguna *QRIS* merupakan merchant UMKM. Pada Bulan Juli 2024 jumlah transaksi merchant UMKM mencatat bahwa penggunaan *QRIS* telah mencapai 32,86 triliun. Berdasarkan data-data di atas terlihat bahwa tingkat pertumbuhan dalam penggunaan *QRIS aps* di Industri UMKM semakin meningkat.

Meskipun penggunaan *QRIS aps* di industri UMKM semakin meningkat, namun retensi penggunaan *QRIS aps* masih menjadi tantangan utama yang perlu ditangani untuk memaksimalkan potensi ekonomi digital di Indonesia. Menurut Kementerian Keuangan Republik Indonesia (2024) sektor UMKM memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian Indonesia, yakni lebih dari 60% PDB. UMKM memegang peranan penting dalam menciptakan lapangan kerja, mengurangi kemiskinan, dan mendorong kemajuan ekonomi. Akan tetapi, masih banyak UMKM yang belum sepenuhnya mengintegrasikan penggunaan teknologi digital, termasuk *QRIS aps* dalam proses keseharian mereka. Kurangnya pemahaman terkait atas penggunaan teknologi, sumber daya yang tidak memadai, dan kekhawatiran tentang risiko yang terkait dengan penerapan metode pembayaran digital yang dilakukan menjadi kendala dalam penggunaan *QRIS aps* dalam kehidupan masyarakat.

Dalam penerapan *QRIS aps* pada UMKM serta untuk mengoptimalkan efisiensi operasional dan mengembangkan pertumbuhan bisnis tidak terlepas dari faktor-faktor penting secara psikologis yaitu: kepercayaan terhadap teknologi,

kegunaan yang dirasakan, kemudahan penggunaan, dan citra merek aplikasi yang juga merupakan faktor penting yang perlu dipertimbangkan. Menurut Anggraini et al., (2024) menuliskan bahwa terdapat faktor-faktor penting dalam penerapan sistem pembayaran digital ini adalah dampak persepsi kepercayaan pelaku usaha terhadap penggunaan *QRIS*, hal ini dimisalkan pada sejauh mana pelaku usaha merasa yakin dan percaya bahwa *QRIS* mampu memberikan manfaat dan keamanan dalam bertransaksi dikenal sebagai persepsi kepercayaan. Dalam penggunaan *QRIS*, mencakup keyakinan pelaku usaha tentang integritas sistem dan kegunaan atau kemudahan penggunaan. Pelaku usaha juga akan menerapkan dan memanfaatkan penggunaan teknologi *QRIS* dalam kegiatan usahanya jika pelaku usaha tersebut memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap *QRIS aps*.

Menurut Vian, Yazid. Alfahri. (2023) persepsi kemudahan penggunaan dan manfaat yang dirasakan memiliki peran penting dalam membuktikan kepuasan pelanggan. Jika pengguna yakin bahwa bertransaksi melalui *QRIS* akan cepat dan mudah, dengan manfaat yang besar, maka pengguna tersebut akan tetap menggunakan *QRIS* di masa mendatang. *Brand image* mempengaruhi persepsi pengguna terhadap *QRIS aps*. Menurut Coaker (2021) *brand image* memberikan kesan atas suatu merek berdasarkan fakta dan pengalaman sebelumnya konsumen dan pelanggan terhadap merek tersebut. Ketika suatu merek sudah cukup kuat dan terkenal, maka dapat menumbuhkan kepercayaan dan loyalitas pengguna. Namun semua variabel di atas tidak dapat berdiri sendiri, dimana membutuhkan *customer satisfaction* yang berperan dalam menghubungkan kepercayaan, manfaat yang dirasakan, kemudahan penggunaan, dan *brand image* dengan keputusan pelanggan untuk terus bertahan dalam menggunakan *QRIS aps*.

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti dilatar belakangi atas kebutuhan untuk memahami berbagai faktor yang memengaruhi retensi terhadap penggunaan *QRIS aps* di kalangan UMKM di Indonesia. Bagi UMKM, *QRIS aps* adalah sebuah inovasi dalam sistem pembayaran digital yang telah menawarkan efisiensi dan kemudahan. Namun tantangan dalam menjamin keberlanjutan penggunaannya masih menjadi kekhawatiran yang signifikan.

Meskipun sudah terdapat penelitian telah menguji retensi penggunaan, namun penelitian yang dilakukan masih bersifat umum dan belum terdapat penelitian yang secara khusus mempertimbangkan dan membahas faktor-faktor yang dapat mempengaruhi retensi penggunaan aplikasi pembayaran *QRIS aps* di kalangan UMKM.

Oleh karena itu, penelitian yang dilakukan oleh peneliti merupakan pengembangan dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Zhu et al (2023) pengaruh persepsi kegunaan, kepercayaan, kepuasan terhadap retensi penggunaan layanan *telemedicine* di Cina. Begitu juga untuk penelitian yang dilakukan oleh Li (2021) pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, kepuasan terhadap retensi penggunaan *automated writing evaluation* diantara pelajar *English Foreign Language* di Cina dan serta penelitian yang dilakukan oleh Zhao & Song (2022) terkait atas pengaruh citra terhadap retensi penggunaan *platform* pendidikan *Thousand Chat*. Peneliti melihat bahwa dari ketiga penelitian sebelumnya hanya difokuskan membahas retensi penggunaan di berbagai industri secara umum. Oleh karena itu, masih terdapat keterbatasan penelitian sebelumnya sehingga perlu untuk di eksplorasi secara lebih mendalam pada tingkat retensi UMKM terhadap penggunaan *QRIS aps*. Peneliti melakukan pengembangan

didalam penelitian ini dengan melakukan penambahan variabel dependen yaitu *retention to use QRIS aps*. Selain itu, ketiga penelitian sebelumnya tidak menggunakan kepuasan pelanggan sebagai salah satu variabel yang penting yang menjadi penghubung antara variabel independen dengan variabel dependen didalam penelitian. Untuk itu, maka dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *customer satisfaction* dalam menghubungkan kepercayaan, kegunaan yang dirasakan, kemudahan penggunaan, dan *brand image* dengan retensi pelanggan untuk terus bertahan menggunakan *QRIS aps*.

Melalui penelitian ini, diharapkan mampu memberikan pengetahuan terkait atas faktor-faktor yang mampu mempengaruhi penerapan dan retensi penggunaan sistem pembayaran *QRIS aps* di industri UMKM Indonesia serta memahami peran kepuasan pelanggan dan pengguna dalam mempertahankan penggunaan teknologi baru ini, serta meningkatkan strategi pemasaran dalam pengembangan *QRIS aps* dalam meningkatkan efektivitas dan mempertahankan serta meningkatkan penggunaan *QRIS aps* secara berkelanjutan pada industri UMKM. Selain itu hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan rekomendasi bagi pengembang *QRIS aps* dan pihak terkait guna meningkatkan efektivitas penggunaan *QRIS*, serta mempercepat proses digitalisasi UMKM di Indonesia. Dengan memanfaatkan teori dan model yang relevan, peneliti akan membahas secara rinci variabel-variabel yang memengaruhi retensi penggunaan *QRIS aps*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang sebelumnya, maka rumusan

masalah penelitian dalam bentuk pertanyaan seperti berikut ini :

1. Apakah *trust* berpengaruh positif terhadap *retention to use QRIS aps* di industri UMKM?
2. Apakah *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *retention to use QRIS aps* di industri UMKM?
3. Apakah *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *retention to use QRIS aps* di industri UMKM?
4. Apakah *brand image* berpengaruh positif terhadap *retention to use QRIS aps* di industri UMKM?
5. Apakah *trust* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction* penggunaan *QRIS aps* di industri UMKM?
6. Apakah *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction* penggunaan *QRIS aps* di industri UMKM?
7. Apakah *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction* penggunaan *QRIS aps* di industri UMKM?
8. Apakah *brand image* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction* penggunaan *QRIS aps* di industri UMKM?
9. Apakah *customer satisfaction* berpengaruh positif terhadap *retention to use QRIS aps* di industri UMKM?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan sembilan pertanyaan dari rumusan masalah diatas, maka secara spesifik didapatkan tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis dan mengevaluasi apakah *trust* berpengaruh positif

terhadap *retention to use QRIS aps* di industri UMKM.

2. Untuk menganalisis dan mengevaluasi apakah *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *retention to use QRIS aps* di industri UMKM.
3. Untuk menganalisis dan mengevaluasi apakah *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *retention to use QRIS aps* di industri UMKM.
4. Untuk menganalisis dan mengevaluasi apakah *brand image* berpengaruh positif terhadap *retention to use QRIS aps* di industri UMKM.
5. Untuk menganalisis dan mengevaluasi apakah *trust* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction* penggunaan *QRIS aps* di industri UMKM.
6. Untuk menganalisis dan mengevaluasi apakah *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction* penggunaan *QRIS aps* di industri UMKM.
7. Untuk menganalisis dan mengevaluasi apakah *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction* penggunaan *QRIS aps* di industri UMKM.
8. Untuk menganalisis dan mengevaluasi apakah *brand image* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction* penggunaan *QRIS aps* di industri UMKM.
9. Untuk menganalisis dan mengevaluasi apakah *customer satisfaction* berpengaruh positif terhadap *retention to use QRIS aps* di industri UMKM.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat penelitian antara lain:

1. Manfaat Akademis:

Dengan penelitian ini diharapkan mampu mengembangkan konsep tentang faktor-faktor apa yang dapat mempengaruhi retensi penggunaan layanan digital *QRIS* khususnya didalam industri UMKM. Melalui pengujian variabel penelitian dapat memperbanyak penafsiran tentang model penerimaan teknologi (*TAM*) dengan variabel *perceived usefulness*, *perceived ease of use* dan bagaimana variabel *perceived usefulness*, *perceived ease of use* itu dapat berpengaruh terhadap perilaku pengguna di UMKM. Selain itu, dapat memajukan dan mengembangkan literatur tentang teknologi finansial di industry UMKM sehingga dapat menyajikan dasar untuk penelitian lebih lanjut di bagian penerapan teknologi dalam bidang keuangan UMKM.

2. Manfaat Praktisi:

Dengan penelitian ini diharapkan dapat membantu praktisi khususnya dalam pengelola *QRIS* dan UMKM untuk mengetahui serta mengerti faktor-faktor kunci yang mempengaruhi loyalitas dan retensi penggunaan *QRIS*. Dengan memahami bagaimana kepercayaan, kemudahan penggunaan, kegunaan dan citra merek memengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan. Selain itu dengan hasil penelitian ini akan memberikan basis data yang dapat berguna bagi pengelola *QRIS* dan UMKM untuk mengembangkan strategi retensi pelanggan yang lebih

efektif dan mengambil keputusan yang lebih tepat ketika mengembangkan strategi pemasaran, periklanan dan peningkatan layanan. Dengan peran dari *customer satisfaction* sebagai mediasi dalam retensi penggunaan layanan digital *QRIS* dapat membantu praktisi dalam menyusun strategi untuk memperkuat serta meningkatkan kepercayaan pelanggan.

3. Manfaat di Industri UMKM:

Dengan penelitian ini diharapkan memperluas pengertian mengenai faktor yang berpengaruh terhadap retensi penggunaan *QRIS*, sehingga bisa mendukung masyarakat untuk merasa lebih nyaman dan percaya dalam menggunakan pembayaran digital *QRIS*, yang dapat mempercepat adopsi teknologi digital *QRIS* di industri UMKM. Selain itu dengan meningkatnya kualitas *QRIS aps* dapat membantu di industri UMKM untuk bisa mendapatkan pengalaman pengguna *QRIS aps* yang lebih baik serta lancar didalam proses transaksi pembayaran digital yang terjadi antara pelanggan dengan UMKM. Melalui penelitian ini dapat memberikan kemudahan sehingga didalam proses transaksi keuangan yang dilakukan UMKM terjadi secara efektif, efisien dan aman sehingga dengan tingkat penggunaan yang lebih luas membuat lebih banyak para UMKM yang tetap menggunakan dengan sistem transaksi digital *QRIS* yang otomatis akan membantu memperkuat di industri UMKM serta mempunyai dampak positif terhadap kesejahteraan masyarakat, pertumbuhan ekonomi lokal dan memajukan kestabilan ekonomi di negara Indonesia.

1.5 Batasan Penelitian

Batasan penelitian digunakan untuk menghindari adanya pelebaran atau pembahasan yang terlalu luas dari pokok masalah agar permasalahan jauh lebih terarah dan memudahkan penulis dalam pembahasan agar tujuan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Maka beberapa batasan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah para UMKM pengguna *QRIS aps* di Indonesia.
2. Didalam penelitian ini berfokus kepada faktor-faktor *trust*, *perceived usefulness*, *perceived ease of use* dan *brand image* mempengaruhi *customer satisfaction* terhadap *retention to use QRIS aps* di industri UMKM.
3. Responden penelitian berjumlah 150 orang.
4. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dan data yang didapatkan menggunakan kuesioner. Kuesioner tersebut nantinya akan disebar secara online menggunakan media penyebaran *Google Form* (GF) pada target yang sesuai kriteria.
5. Penelitian ini dilakukan oleh peneliti dalam waktu 3 bulan mulai dari Juni 2024 hingga Agustus 2024.

1.6 Sistematika Penulisan

Penelitian ini disusun dalam lima bab yang memiliki keterkaitan satu sama lain sehingga penelitian ini merupakan satu kesatuan yang lengkap dan utuh. Berikut penjelasan dari sistematika penulisan penelitian ini:

BAB I: Pendahuluan Bab ini berisi latar belakang dilakukannya penelitian, industri dan sektor yang menjadi fokus penelitian, penjelasan fenomena di industri, masalah penelitian yang beserta variabel-variabel di dalamnya dan selanjutnya penjelasan mengenai tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II: Tinjauan Pustaka Bab ini berisi uraian dari teori-teori yang akan digunakan sebagai dasar teori penelitian ini, penjelasan mengenai variable yang dapat mempengaruhi *retention to use QRIS aps* di industri UMKM yaitu *trust*, *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *brand image* dan *customer satisfaction* serta penjelasan dari penelitian terdahulu yang akan digunakan. Kemudian, pengembangan hipotesis dan model penelitian akan dijelaskan pada bab ini.

BAB III: Metodologi Penelitian Bab ini berisi tentang penjelasan mengenai metode penelitian yang dilakukan, data penelitian, variabel penelitian, metode pengujian reabilitas dan validitas untuk *pretest* serta analisis data.

BAB IV: Hasil Penelitian dan Pembahasan Bab ini berisi tentang deskripsi objek penelitian, hasil analisis dari pengolahan data penelitian, reabilitas, validitas setiap indikator, penjelasan hubungan antara variabel, analisis data dan kesimpulan hasil penelitian. Data yang didapatkan peneliti hasil analisa dan olah dengan menggunakan *Smart PLS 4.0*.

BAB V: Kesimpulan dan Saran Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, serta saran dan rekomendasi bagi penelitian selanjutnya.