

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN *QUICK
REPOSE CODE INDONESIAN STANDARD (QRIS)* SERTA
DAMPAKNYA TERHADAP UMKM
(Studi pada UMKM di Provinsi Lampung tahun 2023)**

(Tesis)

Oleh

**ASIA NOVITA SARI
NPM 2221031027**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2024**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN *QUICK
REPOSE CODE INDONESIAN STANDARD (QRIS)* SERTA
DAMPAKNYA TERHADAP UMKM
(Studi pada UMKM di Provinsi Lampung tahun 2023)**

Oleh

ASIA NOVITA SARI

Tesis

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
MAGISTER ILMU AKUNTANSI**

pada

**Program Studi Magister Ilmu Akuntansi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2024**

ABSTRAK**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN *QUICK
REPOSENSE CODE INDONESIAN STANDARD (QRIS)* SERTA
DAMPAKNYA TERHADAP UMKM
(Studi pada UMKM di Provinsi Lampung tahun 2023)****Oleh****Asia Novita Sari**

Indonesia mengalami pertumbuhan ekonomi digital dalam dua tahun terakhir, pandemi covid-19 membentuk pola perilaku masyarakat menjadi *cashless*. Pembayaran digital menggunakan kode QR atau *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* menjadi populer dan penggunaanya terus mengalami peningkatan. Tujuan penelitian ini untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan QRIS dan pengaruhnya terhadap kinerja UMKM dengan Teori TAM. Penelitian ini memiliki 432 responden yang tersebar di 15 kabupaten dan kota di Provinsi Lampung. Kuesioner penelitian disebarkan menggunakan metode snowball sampling dan pengolahan data menggunakan Structural Equation Model (SEM). Hasil penelitian menunjukkan dari keenam hipotesis yang diajukan yaitu variabel persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, persepsi kepercayaan, pengaruh sosial, dan penggunaan QRIS berpengaruh positif serta terdukung terhadap kinerja UMKM. Namun, variabel persepsi kenyamanan tidak berpengaruh atau tidak terdukung. Pengujian tambahan dilakukan untuk melihat UMKM dengan kriteria mana yang paling merasakan penggunaan QRIS berdasarkan variabel yang digunakan dalam penelitian ini, kemudian hasilnya UMKM dengan kriteria Kecil yang paling merasakan penggunaan QRIS.

Keywords: Penggunaan QRIS, Kinerja UMKM, *Technology Acceptance Model*, Pembayaran Digital

ABSTRACT

FACTORS AFFECTING THE USE OF THE QUICK RESPONSE CODE INDONESIAN STANDARD (QRIS) AND ITS IMPACT ON MSMEs (Study on MSMEs in Lampung Province in 2023)

By

Asia Novita Sari

Indonesia has experienced digital economic growth in the last two years, the Covid-19 pandemic has shaped people's behavior patterns to become cashless. Digital payments using QR codes or Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) are becoming popular and users continue to increase. The aim of this research is to identify the factors that influence the use of QRIS and its influence on MSME performance using TAM Theory. This research had 432 respondents spread across 15 districts and cities in Lampung Province. The research questionnaire was distributed using the snowball sampling method and data processing using the Structural Equation Model (SEM). The research results show that the six hypotheses proposed, namely the variables of perceived convenience, perceived usefulness, perceived trust, social influence, and the use of QRIS have a positive and supported effect on the performance of MSMEs. However, the perceived comfort variable has no effect or is not supported. Additional testing was carried out to see which MSMEs with the criteria felt the most about using QRIS based on the variables used in this research, then the results were that MSMEs with the Small criteria felt the most about using QRIS.

Keywords: Use of QRIS, MSME Performance, Technology Acceptance Model, Digital Payments

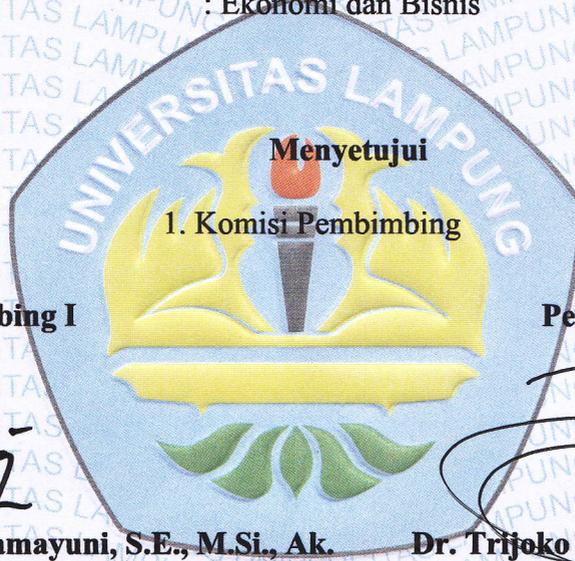
**Judul Tesis : FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI PENGGUNAAN QUICK
REPNSE CODE INDONESIA STANDARD
(QRIS) SERTA DAMPAKNYA TERHADAP
UMKM (Studi pada UMKM di Provinsi
Lampung tahun 2023)**

Nama Mahasiswa : Asia Novita Sari

Nomor Pokok Mahasiswa : 2221031027

Program Studi : Magister Ilmu Akuntansi

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis



Pembimbing I

Prof. Dr. Rindu Rika Gamayuni, S.E., M.Si., Ak.
NIP 19750620 200012 2001

Pembimbing II

Dr. Trijoko Prasetyo, S.E., M.Si., Ak.
NIP 19620428 200003 1001

2. Ketua Program Studi Magister Ilmu Akuntansi

Prof. Dr. Rindu Rika Gamayuni, S.E., M.Si. Ak.
NIP 19750620 200012 2001

MENGESAHKAN

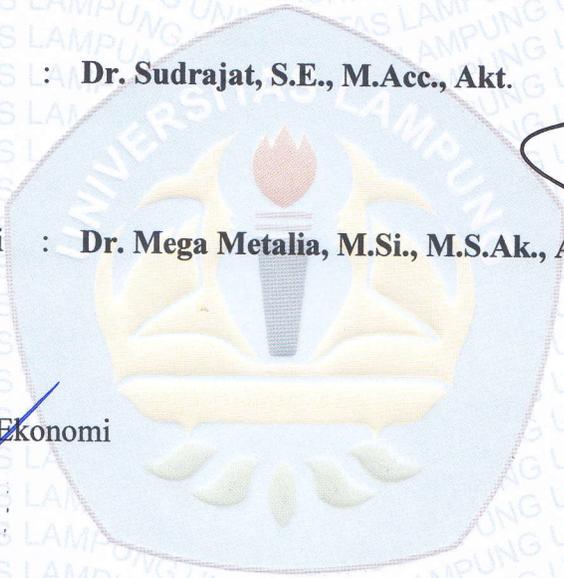
1. Tim Penguji

Ketua : **Prof. Dr. Rindu Rika Gamayuni, S.E., M.Si., Akt.**

Sekretaris : **Dr. Trijoko Prasetyo, S.E., M.Si., Akt.**

Penguji Utama : **Dr. Sudrajat, S.E., M.Acc., Akt.**

Anggota Penguji : **Dr. Mega Metalia, M.Si., M.S.Ak., Ak., CA.**



Dekan Fakultas Ekonomi

Prof. Dr. Nairobi, S.E., M.Si.
NIP 19660621 199003 1003

3. Direktur Pascasarjana

Prof. Dr. Ir. Murhadi, M.Si.
NIP 19640326 198902 1001



Tanggal Lulus Ujian Tesis: 05 April 2024

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Asia Novita Sari

NPM : 2221031027

Dengan ini menyatakan bahwa tesis yang berjudul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan *Quick Reponse Code Indonesian Standard (QRIS)* Serta Dampaknya Terhadap UMKM (Studi pada UMKM di Provinsi Lampung tahun 2023)” adalah benar hasil karya saya sendiri. Dalam tesis ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya, selain itu atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan saya ini tidak benar, maka saya siap menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Bandarlampung, 18 April 2024



Asia Novita Sari

RIWAYAT HIDUP

Penulis Bernama Asia Novita Sari, dilahirkan di Mataram Baru pada tanggal 23 November 1997. Penulis merupakan anak bungsu dari enam bersaudara yang dilahirkan dari pasangan Asril dan Sumaidah. Penulis mengawali pendidikan di TK Mardisiwi Mataram Baru, SDN 2 Srimenanti, SMPN 1 Bandar Sribhawono, dan SMAN 1 Bandar Sribhawono dan lulus pada tahun 2015.

Penulis lulus dari Program Studi S1 Akuntansi Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Terbuka di tahun 2021. Pada tahun 2022, penulis melanjutkan pendidikan di Magister Ilmu Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung dan lulus pada tahun 2024.

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbilalamin

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga dapat terselesaikannya penulisan tesis ini. Shalawat teriring salam selalu disanjungagungkan kepada Nabi Muhammad SAW.

Kupersembahkan tesis ini sebagai tanda cinta dan kasih yang tulus kepada:

Diriku sendiri.

Aku yang sudah berjuang selama hampir setahun lamanya menyelesaikan tesis ini dengan berbagai usaha yang dilakukan. Terima kasih sudah selalu berusaha sekuat tenaga dalam segala kondisi dan situasi.

Kedua orang tuaku tercinta, Ayahanda Asril dan Ibunda Sumaidah.

Terimakasih atas segala cinta dan kasih sayang yang tiada tara, yang selalu memberikan doa tiada henti, nasihat yang bermanfaat, kekuatan dalam segala kondisi, dan selalu memberikan dukungan untuk menggapai cita-citaku. Semoga Allah senantiasa memberikan perlindungan di dunia dan akhirat, Aamiin.

Saudara dan Temanku.

Terima kasih atas semua yang selalu memberikan semangat, doa, dan dukungan tiada henti. Terima kasih atas segala tawa dan momen Bahagia yang kita lalui Bersama.

Seluruh Dosen dan Staff FEB Unila.

Terima kasih atas bimbingan dan pembelajaran selama ini yang telah diberikan.

Semoga selalu diberikan kebahagiaan dan kesehatan oleh Allah SWT. Amiin.

Almamaterku. Universitas Lampung.

SANWACANA

Bismillahirrohmaanirrohim,

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini dengan judul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan *Quick Reponse Code Indonesian Standard* (QRIS) Serta Dampaknya Terhadap UMKM (Studi pada UMKM di Provinsi Lampung tahun 2023)”. Penyusunan tesis guna melengkapi dan memenuhi sebagian persyaratan untuk meraih gelar Sarjana Akuntansi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.

Penulisan tesis ini tidak akan terwujud tanpa adanya dukungan berupa pengarahan, bimbingan dan kerja sama semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian tesis ini. Untuk itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Nairobi, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
2. Ibu Prof. Dr. Rindu Rika Gamayuni, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung sekaligus Penguji Utama yang telah memberikan saran-saran yang membangun terhadap tesis ini, serta untuk segala bantuan dan kemudahan yang telah Ibu berikan.

3. Ibu Prof. Dr. Rindu Rika Gamayuni, S.E., M.Si., Akt. selaku Pembimbing Utama yang telah memberikan waktu, bimbingan, nasihat, saran, pengarahan, dukungan, dan motivasi yang sangat berharga dalam proses penyelesaian tesis ini.
4. Bapak Dr. Trijoko Prasetyo, S.E., M.Si., Akt. selaku Pembimbing Kedua yang telah memberikan waktu, bimbingan, nasihat, saran, pengarahan, dukungan, dan motivasi yang sangat berharga dalam proses penyelesaian tesis ini.
5. Bapak Dr. Sudrajat, S.E., M.Acc., Akt. selaku Anggota Penguji yang telah memberikan saran-saran yang membangun terhadap tesis ini, serta untuk segala bantuan dan kemudahan yang telah Bapak berikan.
6. Ibu Dr. Mega Metalia, S.E., M.Si., Akt. selaku Anggota Penguji yang telah memberikan saran-saran yang membangun terhadap tesis ini, serta untuk segala bantuan dan kemudahan yang telah Ibu berikan.
7. Seluruh Bapak/Ibu Dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung yang telah memberikan ilmu dan pengetahuannya, serta pembelajaran selama proses perkuliahan berlangsung.
8. Seluruh karyawan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung atas bantuan dan pelayanan yang baik selama penulis menempuh pendidikan di Universitas Lampung.
9. Papaku tercinta Asril, Mamaku tercinta Sumaidah, serta Kakak- Kakaku tersayang Heriyanto, Rival, Tika Ariyani, Asrulli, Fajriani yang selalu memberikan semangat, cinta, kasih sayang, serta ikhlas dalam mendukung dan berdo'a untuk setiap langkahku menuju kesuksesan dunia dan akhirat.

10. Seluruh keluarga besarku yang telah memberikan semangat, dukungan, bantuan, serta do'a.
11. Bapak Ibu Keluarga Akuntansi Perpajakan Politeknik Negeri Lampung tercinta yang telah menudukung dan support selama perkuliahan.
12. Sahabat-sahabatku Dinda, Mba Deli, Mb Indri, Pak Syarial, Bu Mareta, Bu Endah, Bu Desti, Bu Dian, Bu Endang, Mb Ani, Fitri, Naira, Mifta, Intan, Melsi, Bang Tri, dan yang telah kebersamai selama masa perkuliahanku, selalu ada dalam suka dukaku, selalu memberi semangat, serta do'a.
13. Besti-besti Angkatan MIA 2022 tersayang, Diajeng, Adilah, Yongki, Bu Yosi, Dita, Priska, Nadya, Febrina, Mb Isah, Firna, Bella, Melati, Arum, Frisil, Mb Valen, Member Kelas ASP semuanya dan Member seperbimbingan selama perjuangan penulisan tesis.
14. Spesial untuk Mas Dosen tersabar Adam Wisnu Murti, S.T., M.T. yang dengan kesabarannya menemani perjalanan perkuliahanku.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan daloam proses penulisan tesis ini, maka penulis mengharapkan adanya kritik ataupun saran yang dapat membantu penulis dalam menyempurnakan tesis ini. Penulis juga berharap semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi semua yang membacanya dan penulis juga berharap semoga Allah SWT membalas kebaikan orang-orang yang telah membantu dalam penulisan tesis ini.

Bandarlampung, 18 April 2024

Asia Novita Sari

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
HALAMAN PERSETUJUAN	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	vii
RIWAYAT HIDUP	viii
PERSEMBAHAN	ix
SANWACANA	xi
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR TABEL	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	11
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.4.1 Manfaat Teoritis	12
1.4.2 Manfaat Praktisi	12
BAB II	13
2.1.Landasan Teori	13
2.1.1. <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	13
2.1.2. Teori Kebermanfaatan (<i>Cost and Benefit Theory</i>)	15
2.1.3. Persepsi Kegunaan (PK)	16
2.1.4. Persepsi Kemudahan (PU)	16
2.1.5. Persepsi Kenyamanan (PN)	17
2.1.6. Persepsi Kepercayaan (PY)	17
2.1.7. Pengaruh Sosial (PS)	18
2.1.8. Kinerja UMKM (KU)	18
2.1.9. Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS)	19
2.1.9.1. Pengertian QRIS	19
2.1.9.2. Karakteristik QRIS	20
2.1.9.3. Jenis Informasi QRIS dan Tampilan QRIS	21
2.1.9.4. Manfaat QRIS	22
2.2.1.9.5. Prosedur Pemakaian dan Tata Cara Mendapatkan QRIS	24
2.1.10. Unit Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)	26
2.1.10.1. Pengertian UMKM	26
2.1.10.2. Karakteristik Umum Tiap Skala Usaha UMKM	28
2.2. Penelitian Terdahulu	30

2.3. Hipotesis Penelitian.....	36
2.3.1. Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Penggunaan QRIS.....	36
2.3.2. Pengaruh Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan QRIS.....	37
2.3.3. Pengaruh Persepsi Kenyamanan Terhadap Kinerja UMKM.....	38
2.3.4. Pengaruh Persepsi Kepercayaan Terhadap Penggunaan QRIS.....	39
2.3.5. Pengaruh Sosial Terhadap Penggunaan QRIS.....	40
2.3.6 Pengaruh Penggunaan QRIS Terhadap Kinerja UMKM.....	41
2.4 Kerangka Pemikiran.....	42
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	43
3.1 Populasi dan Sampel.....	43
3.2 Sumber Data.....	46
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.4 Skala Pengukuran.....	47
3.5 Definisi Variabel Penelitian.....	48
3.5.1 Variabel Dependen (Terikat).....	48
3.5.2 Variabel Independen (Bebas).....	49
3.5.3 Variabel Intervening (Penghubung).....	50
3.6 Teknik Analisis Data.....	51
3.6.1 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	52
3.6.2 Struktural Model (<i>Inner Model</i>).....	53
3.7 Hasil Uji Reabilitas Kuisisioner.....	54
3.8 Hasil Uji Validitas Kuisisioner.....	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	57
4.1 Hasil.....	57
4.1.1 Analisis Deskriptif Data.....	57
4.1.2 <i>Respon Rate</i>	57
4.1.3 Deskriptif Identitas Responden.....	60
4.1.3 Deskriptif Wilayah Responden.....	61
4.1.4 Deskriptif Jenis Usaha UMKM.....	62
4.1.5 Deskriptif Kriteria UMKM.....	63
4.1.6 Deskriptif Pendapatan dan Persentase Laba.....	63
4.2 Deskriptif Tanggapan Responden (Variabel Penelitian).....	67
4.2.1 Persepsi Kemudahan.....	67
4.2.2 Persepsi Kegunaan.....	68
4.2.3 Persepsi Kenyamanan.....	69
4.2.4 Persepsi Kepercayaan.....	71
4.2.5 Pengaruh Sosial.....	72
4.2.6 Penggunaan QRIS.....	73
4.2.7 Kinerja UMKM.....	75
4.3 Analisis Outer Modal.....	76
4.3.1 Uji Validitas.....	76
4.3.1.1 <i>Outer Loadings</i>	76

4.2.1.2 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	79
4.2.2 Uji Reabilitas	80
4.2.2.1 <i>Cronbach Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	80
4.2.2.2 Uji Validitas Diskriminan	81
4.3 Analisis Inner Model	82
4.4 Analisis <i>Path Coefficient</i>	83
4.5 Pembahasan.....	87
4.5.1 Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Penggunaan QRIS	87
4.5.2 Pengaruh Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan QRIS	89
4.5.3 Pengaruh Persepsi Kenyamanan Terhadap Penggunaan QRIS	91
4.5.4 Pengaruh Persepsi Kepercayaan Terhadap Penggunaan QRIS	93
4.5.5 Pengaruh Persepsi Sosial Terhadap Penggunaan QRIS	95
4.5.6 Pengaruh Penggunaan QRIS Terhadap Kinerja UMKM	97
4.6 Perbandingan Level Kriteria UMKM (<i>Supplementary Analysis</i>).....	100
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	106
5.1 Kesimpulan	106
5.2 Keterbatasan.....	107
5.3 Saran	108
5.3.1 Bagi Pemerintah.....	108
5.3.2 Bagi Bank Indonesia	108
5.3.3 Bagi Peneliti Selanjutnya.....	109
DAFTAR PUSTAKA	110
LAMPIRAN	120

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Daftar 10 negara dengan jumlah pengguna internet terbesar di dunia.	2
Gambar 2. Jumlah pengguna internet di Indonesia (2018-2022).	3
Gambar 3. Nilai transaksi <i>e-commers</i> di Indonesia (2018-2022).	4
Gambar 4. Perkembangan Jumlah <i>Merchant</i> QRIS di Pulau Sumatera.	8
Gambar 5. Pertumbuhan <i>Merchant</i> QRIS Triwulanan Se-Sumatera.	9
Gambar 6. <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM)	13
Gambar 7. TAMPILAN QRIS MPM.	22
Gambar 8. Kerangka Pemikiran.	42
Gambar 9. Diagram Jalur	54
Gambar 10. Output SmartPLS.	56
Gambar 11. Grafik Persentase Omset Per Bulan Sebelum Menggunakan QRIS.	65
Gambar 12. Grafik Persentase Omset Per Bulan Setelah Menggunakan QRIS.	65
Gambar 12. <i>Output Outer Loadings</i>	77
Gambar 13 Hasil Pengujian <i>Path Coefisient</i>	84

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Kriteria UMKM.	27
Tabel 2. Karakteristik umum tiap skala UMKM.	28
Tabel 3. Penelitian terdahulu.....	30
Tabel 4. Jumlah UMKM Provinsi Lampung Tahun 2022.	43
Tabel 5. Jumlah sampel minimal tiap kabupaten dan kota.	46
Tabel 6. Kriteria skala likert.....	48
Tabel 7. Definisi variabel dependen dan indikator variabel.	48
Tabel 8. Definisi variabel independen dan indikator variabel.	49
Tabel 9 Definisi variabel intervening dan indikator variabel.....	51
Tabel 10 Uji Reabilitas Kuisisioner.....	54
Tabel 11 Outer Loading	55
Tabel 12 Nilai AVE	56
Tabel 13 Persentase penyebaran kuisisioner	57
Tabel 14 Kriteria penilaian response rate	58
Tabel 15 Realisasi perolehan sampel minimal tiap kabupaten dan kota.....	59
Tabel 16. Deskriptif identitas responden.	60
Tabel 17. Deskriptif Wilayah Responden.	61
Tabel 18. Deskriptif jenis usaha UMKM.....	62
Tabel 19. Deskriptif Kriteria UMKM	63
Tabel 20. Deskriptif pendapatan dan persentase laba.	63
Tabel 21. Hasil Pengujian Wilcoxon	66
Tabel 22. Persentase Sebaran Tanggapan Responden Persepsi Kemudahan.....	67
Tabel 23. Rata-Rata Sebaran Tanggapan Responden Persepsi Kemudahan.....	67
Tabel 24. Rata-Rata Sebaran Tanggapan Responden Persepsi Kegunaan.....	68
Tabel 25. Rata-Rata Sebaran Tanggapan Responden Persepsi Kegunaan.....	69
Tabel 26. Persentase Sebaran Tanggapan Responden Persepsi Kenyamanan	70
Tabel 27. Rata -Rata Sebaran Tanggapan Responden Persepsi Kenyamanan.....	70
Tabel 28. Persentase Sebaran Tanggapan Responden Persepsi Kepercayaan	71
Tabel 29. Persentase Sebaran Tanggapan Responden Persepsi Kepercayaan	71
Tabel 30. Persentase Sebaran Tanggapan Responden Pengaruh Sosial	72
Tabel 31. Rata-Rata Sebaran Tanggapan Responden Pengaruh Sosial	72
Tabel 32. Persentase Sebaran Tanggapan Responden Penggunaan QRIS	74
Tabel 33. Rata-Rata Sebaran Tanggapan Responden Penggunaan QRIS	74
Tabel 34. Persentase Sebaran Tanggapan Responden Kinerja UMKM	75
Tabel 35. Persentase Sebaran Tanggapan Responden Kinerja UMKM	75
Tabel 36. Nilai <i>Outer Loadings</i>	77
Tabel 37. Nilai Average Variance Extracted (AVE)	79
Tabel 38. Nilai <i>Cronbach Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	80

Tabel 39. Nilai <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	81
Tabel 40. Nilai <i>Cross Loadings</i>	81
Tabel 41. Hasil Pengujian Inner Model	83
Tabel 42. Hasil Pengujian <i>Path Coefisient</i>	84
Tabel 43. Hasil Pengujian Mann Whitney Ranks	100
Tabel 44 Hasil Pengujian Mann Whitney	105

BAB I

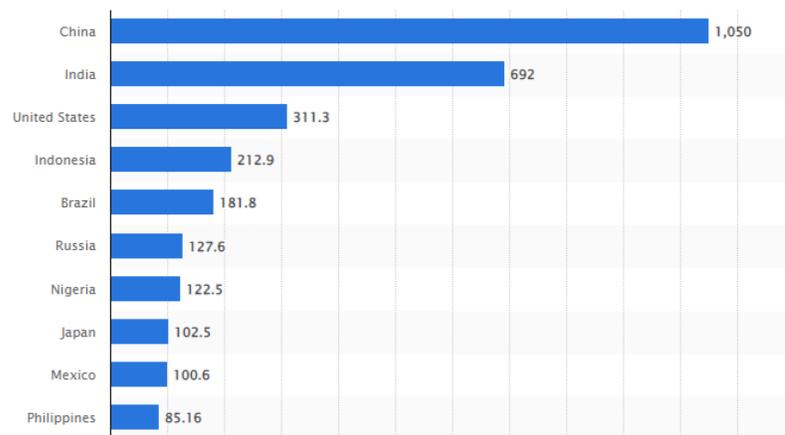
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Virus covid-19 pertama kali ditemukan di China sekitar akhir tahun 2019. Penyebaran dan penularannya sangat cepat dan sangat luas. Virus Covid-19 membuat dampak yang besar pada berbagai aspek di kehidupan masyarakat seluruh penjuru dunia, termasuk di Indonesia. *Corona Virus* merupakan jenis virus yang menyerang saluran pernafasan, dimana merupakan sejenis virus yang memiliki gejala awal flu biasa sampai masuk pada penyakit seperti SARS dan atau MERS (Kesehatan, 2020). Pemerintah pertama kali mengumumkan kasus Covid-19 pertama di Indonesia pada tanggal 2 Maret 2020, dan sejak itu kasus positif *corona virus* terus bertambah dan semakin meningkat. Covid-19 berdampak pada kesehatan masyarakat, selain itu juga berdampak pada ekonomi suatu Negara. Negara yang terdampak Virus Covid-19 ini harus melakukan *lockdown* untuk memperlambat maupun menghambat laju penyebaran Virus Covid-19.

Lockdown merupakan sebutan yang menjelaskan upaya dalam mengkondisikan pengendalian penyebaran infeksi. Presiden Joko Widodo menyatakan *lockdown* mengharuskan suatu wilayah menutup akses masuk maupun keluar sepenuhnya (Alodokter, 2020). Pembatasan akses perkantoran, pendidikan, tempat ibadah, industri, investasi sampai transportasi dinonaktifkan selama *lockdown* diberlakukan. Berkurangnya aktifitas masyarakat akibat kebijakan *lockdown* dan mengharuskan masyarakat tetap didalam rumah, aktifitas bekerja, sekolah, dan kegiatan ekonomi

digantikan dengan melakukan kegiatan di dalam rumah, sehingga menjadikan internet sebagai sebuah kebutuhan dalam kegiatan sehari-hari. Pengguna internet meningkat pada era digitalisasi saat ini, internet menjadi sebuah kebutuhan sehingga perkembangannya memiliki tren positif. Jumlah pengguna internet diseluruh dunia terus meningkat. Terbukti dengan data dari *website* (Statista, 2023) yang rilis pada Januari 2023.

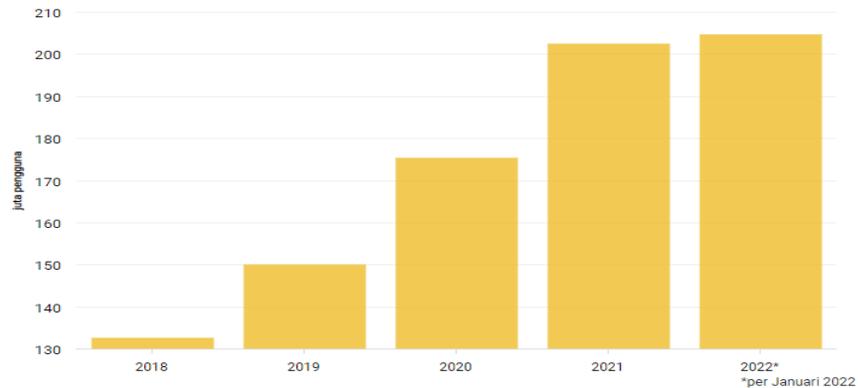


Gambar 1. Daftar 10 Negara dengan Jumlah Pengguna Internet Terbesar di Dunia

(Sumber: Statista, 2023)

Gambar tersebut dalam jumlah milyaran, menunjukkan negara China menempati urutan teratas dengan jumlah populasi pengguna internet diseluruh dunia dengan jumlah 1.050 milyar pengguna. Indonesia menempati urutan ke empat dunia dengan jumlah 212.9 milyar pengguna internet. Dapat dilihat juga sembilan dari sepuluh negara jumlah pengguna internet dunia berada diangka lebih dari 100 milyar jiwa.

Indonesia menjadi bagian dari negara yang memiliki jumlah populasi pengguna internet terbesar di dunia. Jumlah tren pengguna internetnya meningkat dalam kurun waktu lima tahun terakhir.



Gambar 2. Jumlah pengguna internet di Indonesia (2018-2022)

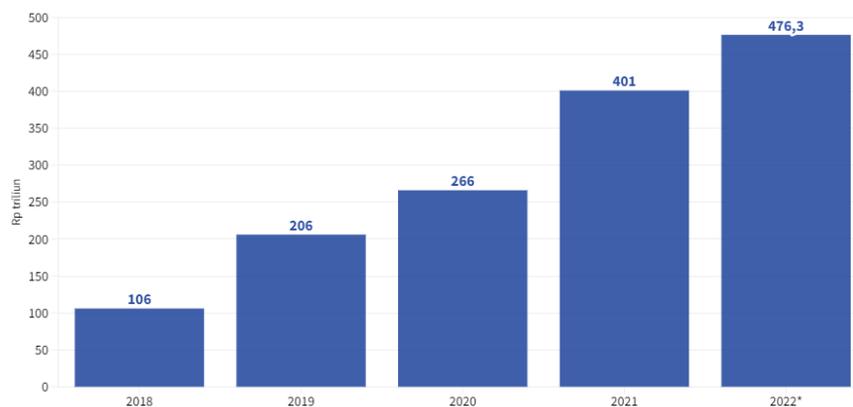
(Sumber: Katadata, 2022)

Berdasarkan laporan *We Are Social*, sebanyak 204,7 juta pengguna internet di Indonesia per bulan Januari 2022, jumlah tersebut naik sebanyak 1,03% dibandingkan pada bulan Januari 2021 yaitu sebanyak 202,6 juta pengguna. Sejak 2018 sampai 2022 total kenaikan sebanyak 54,25% untuk jumlah pengguna internet di Indonesia. Survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang rilis pada bulan Maret 2023 mencatat penetrasi internet di Indonesia sudah menembus 215.626.156 jiwa atau telah mencapai 78,18% dari total populasi penduduk Indonesia yang sebesar 275.773.901 jiwa. Berdasarkan data yang telah dipaparkan menunjukkan bahwa masyarakat telah sadar akan kebutuhan menggunakan internet dalam rangka mempermudah aktivitasnya.

Semenjak wabah pandemi *Covid-19* menyebar, membentuk pola perilaku baru masyarakat untuk berbelanja maupun bertransaksi ekonomi secara *daring*. Akibatnya pertumbuhan ekonomi digital meningkat dalam dua tahun terakhir dilatar belakangi oleh perilaku masyarakat yang mengandalkan layanan *e-commerce* dan *on-demand*, seperti *ride hailing*, *online logistic* dan *online food delivery* dimana manfaatnya banyak dirasakan masyarakat yang semakin *contactless*. Sehingga platform *e-commers* menjadi suatu kebutuhan bagi masyarakat sebagai pilihan dalam bertransaksi ekonomi. Ekonomi digital (*digital economy*) adalah kegiatan ekonomi

yang didasarkan atau melibatkan pemanfaatan teknologi digital internet. Ekonomi digital ini pertama dikenalkan oleh Don Tapscott (1995) lewat buku karangannya yang *The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence* (Hartono, 2016).

Indonesia mempunyai potensi yang sangat besar untuk masuk kedalam *new economy* ini. Bank Indonesia (BI) melaporkan *e-commers* Indonesia pada tahun 2022 sebanyak 476,3 triliun. Berikut data nilai transaksi *e-commers* di Indonesia:



Gambar 3. Nilai transaksi *e-commers* di Indonesia (2018-2022)

(Sumber: Bank Indonesia, 2023)

Dari gambar diatas dapat dilihat untuk nilai transaksi *e-commers* pada tahun 2022 naik sebesar 476,3 triliun atau naik 18,8 % dari tahun 2021 yang sebesar 401 triliun. Bank Indonesia menargetkan transaksi *e-commers* tetap dapat bertumbuh sebanyak 12% pada tahun 2023.

Perkembangan ekonomi digital juga *e-commers* di dunia saat ini, menunjukkan pada sektor perdagangan elektronik memiliki nilai ekonomi yang sangat besar. Hal menunjukkan hal positif dimana yang harusnya dimanfaatkan sebaik-baiknya oleh pelaku usaha di Indonesia khususnya Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

Chairman of PBA WUSME Ambassador Dr Ary Zuflikar menyatakan UMKM secara global saat ini memiliki kontribusi besar dalam pencapaian pembangunan berkelanjutan (SGDs) Perserikatan Bangsa Bangsa. UMKM bahkan diklaim sebagai tulang punggung untuk pembukaan lapangan pekerjaan, sehingga PBB mendorong kepada pembuat kebijakan untuk menurunkan atau menghilangkan hambatan yang dihadapi oleh UMKM, dan meningkatkan akses ke keuangan, pasar, dan teknologi di masa disrupsi ini (Feriawan Hidayat, 2022).

Menurut Hasibuan kinerja UMKM merupakan pencapaian hasil kerja yang dicapai individu ataupun organisasi dalam rangka mengemban tugas yang dibebankan, yang berlandaskan pada kecakapan, kesungguhan, pengalaman dan juga waktu (Hasibuan, 2019). Kinerja UMKM, menurut Pramestiningrum dan Iramani (2020), merujuk pada pencapaian hasil kerja oleh UMKM dalam jangka waktu tertentu. Kinerja ini dianalisis dengan membandingkan dengan ukuran nilai atau standar tertentu, serta disesuaikan dengan peran dan tugas yang dimiliki oleh UMKM tersebut. Dengan kata lain, kinerja UMKM mencerminkan sejauh mana usaha tersebut berhasil mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Kinerja UMKM adalah parameter evaluasi yang digunakan untuk mengukur kesuksesan usaha dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Pengukuran kinerja ini dapat dibagi menjadi dua kategori utama: kinerja finansial dan kinerja nonfinansial. Dalam menilai kinerja perusahaan, terdapat dua aspek yang menjadi fokus, yaitu kinerja finansial dan kinerja nonfinansial. Kinerja finansial melibatkan faktor-faktor seperti pertumbuhan penjualan, pertumbuhan pelanggan, dan keuntungan. Sementara itu, kinerja nonfinansial mencakup karakteristik usaha seperti lama beroperasi, modal kerja, dan lokasi usaha. (Utari et al 2022).

UMKM saat ini memegang peran strategis yang sangat penting dalam struktur ekonomi Indonesia. Sektor UMKM memberikan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), dengan andil sebesar 61,1%. Selain itu, UMKM juga berperan dalam ekspor, menyumbang 14,4%, serta menyerap tenaga kerja hingga

97,1%. (Bank Indonesia, 2023). Oleh sebab itu pemerintah dan *stakeholder* mendorong penguatan ekonomi dan transformasi digitalisasi UMKM sebagai prioritas.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Provinsi Lampung memiliki peran penting dalam perekonomian daerah. Berdasarkan data dari Kantor Perwakilan Bank Indonesia (BI) Lampung, terdapat lebih dari 770 ribu usaha UMKM di Lampung, mencakup 99,17% dari total usaha non-pertanian di provinsi. UMKM berkontribusi dalam menyerap tenaga kerja sebanyak 1,67 juta orang (Badar, 2023). Dalam upaya mendukung UMKM, Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Provinsi Lampung telah melakukan berbagai kegiatan. UMKM di Lampung memiliki peran vital dalam menjaga perekonomian daerah tetap hidup. Dengan jumlah UMKM mencapai 273.457 unit, yang terdiri dari usaha mikro, kecil, dan menengah, mereka berkontribusi secara aktif dalam memajukan sektor ekonomi lokal (Kanafi, 2023).

Penggunaan teknologi digital secara optimal dalam menjalankan bisnisnya UMKM dapat meningkatkan daya saing ekonomi nasional, meningkatkan kinerja dan produktifitas serta menjangkau basis konsumen yang lebih luas. Salah satu yang menjadi program transformasi digitalisasi UMKM oleh pemerintah melalui Bank Indonesia yaitu implementasi pembayaran non tunai dengan *Quick Response Code Indonesian Standar* (QRIS). QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) adalah standar kode QR nasional yang memfasilitasi pembayaran melalui QR Code di Indonesia. Standar ini dikembangkan oleh Bank Indonesia bekerja sama dengan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) (Bank Indonesia, 2019)

Mekanisme dalam penggunaan QRIS dalam bertransaksi yaitu penjual akan menampilkan *code* atau *barcode* pembayaran yang akan dipindai oleh pembeli yang akan melakukan pembayaran. Pilihan metode pembayaran saat ini lebih beragam, salah satunya adalah QRIS. Ketika membeli barang, makanan, atau jasa cukup scan QRIS untuk membayarnya secara non tunai. Kemudahan mekanisme penggunaan dan

banyak manfaat yang didapatkan membuat UMKM turut serta dalam penggunaan sistem pembayaran non tunai. Keunggulan QRIS adalah kemampuannya untuk menerima pembayaran dari berbagai jenis pedagang yang berbeda. Dengan kata lain, QRIS memungkinkan transaksi dengan berbagai merchant tanpa hambatan (Mahyuni & Setiawan, 2021). Sebanyak 10,4 juta *merchant* pada September 2021 telah terintegrasi dengan QRIS jumlah ini mengalami kenaikan sebanyak 120,22% dari tahun 2020 (Elena, 2021). Lebih lanjut Bank Indonesia menjelaskan QRIS merupakan sistem pembayaran digital yang cepat, aman, murah, dan mudah (Mahyuni & Setiawan, 2021).

Digitalisasi UMKM ini memerlukan sinergi antara pemerintah dan *stakeholder* pendukung program. Salah satunya pemerintah daerah memainkan peran penting dalam digitalisasi UMKM. Pemerintah perlu mengambil langkah-langkah strategis untuk mendorong digitalisasi yang dituangkan dalam kebijakan pemerintah perlu dilakukan mengembangkan dialog serta koordinasi, meliputi mengedukasi masyarakat tentang digitalisasi UMKM, memfasilitasi akses UMKM *go digital* yang memungkinkan akses internet, mengarahkan bisnis agar *go online* untuk mengoptimalkan layanan, memberikan biaya akses internet yang lebih murah, mendukung digitalisasi UMKM dengan dukungan *mobile money* dan *fintech*, serta mendorong kerja sama regional dan kemitraan publik serta swasta. Perbedaan faktor seperti struktur budaya, keadaan geografis, sosial budaya, dan perkembangan teknologi pada setiap daerah diharapkan pemerintah dapat menjangkau seluruh UMKM untuk bersama dalam peningkatan kualitas dari UMKM, khususnya dapat merasakan manfaat dan kemudahan penggunaan QRIS sebagai pembayaran non tunai.

Berdasarkan data dari Bank Indonesia Institute, perkembangan digitalisasi melalui pembayaran non-tunai di Provinsi Lampung mengalami pertumbuhan yang pesat. Jumlah pengguna merchant QRIS di Lampung mengalami peningkatan yang signifikan, sehingga Provinsi Lampung kini berada di peringkat kedua di Pulau

Sumatera setelah Kepulauan Riau, dan menempati peringkat kesembilan secara nasional (Bank Indonesia, 2022). Dalam hal elektronifikasi transaksi, Pemerintah Daerah Provinsi Lampung telah mencapai 100% dari target pembentukan Tim Percepatan dan Perluasan Digitalisasi Daerah. Capaian indeks sebesar 96,5% menempatkannya sebagai salah satu yang tertinggi di Pulau Sumatera. (Bank Indonesia Lampung, 2023).



Gambar 4. Perkembangan Jumlah Merchant QRIS di Pulau Sumatera

(Sumber: Bank Indonesia, 2023)

Berdasarkan Laporan Tahunan Bank Indonesia untuk triwulan III yang diterbitkan pada Desember 2023, jumlah merchant QRIS di Provinsi Lampung mencapai 482.471. Angka ini terus meningkat seiring dengan tren pertumbuhan merchant QRIS di wilayah Sumatera. Pada triwulan III 2023, pertumbuhan tertinggi jumlah merchant QRIS di Pulau Sumatera terjadi di Provinsi Bengkulu, Provinsi Jambi, dan Provinsi Sumatera Barat, dengan masing-masing pertumbuhan sebesar 12,79%, 12,15%, dan 11,93%. Sementara itu, Provinsi Lampung mengalami pertumbuhan sebesar 8,53%.



Gambar 5. Pertumbuhan Merchant QRIS Triwulanan Se-Sumatera.

(Sumber: Bank Indonesia, 2023)

Transformasi digitalisasi dan implementasi QRIS pada UMKM di Lampung mengalami peningkatan yang pesat, dimana peningkatan akseptasi QRIS telah mendapat 402.863 UKM di Provinsi Lampung atau meningkat sebesar 2,27% dari akhir tahun 2022 (Bank Indonesia, 2023). Transformasi ini diharapkan mampu meningkatkan daya saing UMKM Provinsi Lampung dan mendorong aktivitas ekonomi menjadi praktis, efektif, dan juga efisien. Seperti tidak memerlukan uang *cash*, tidak perlu menggunakan kartu, jaminan keamanan tinggi, sampai lebih banyak diskon dan promo.

Penggunaan QRIS tidak secara tiba-tiba muncul, tentu adanya faktor-faktor yang mendorong atau yang melatarbelakangi. Reaksi dan persepsi UMKM mempengaruhi sikap dalam peralihan digitalisasi ini. QRIS harus mampu membuat persepsi yang baik kedalam masyarakat yaitu dengan persepsi kemudahan dan persepsi kemanfaatan sehingga menarik minat masyarakat menggunakan QRIS. Reaksi dan persepsi dalam penggunaan teknologi informasi akan mempengaruhi sikap seseorang dalam penerimaan penggunaan teknologi informasi (Sochiffan, 2022). Segudang manfaat dan kelebihan mendorong minat yang besar UMKM beralih menggunakan QRIS sebagai alternatif pembayaran utama.

Pada penelitian sebelumnya Bagus *et al.* (2022); Sari (2022); Thi *et al.* (2023); Kien *et al.* (2022) dan Phan *et al.* (2020) hanya berfokus faktor-faktor yang mempengaruhi minat mengadopsi QRIS, sebagian besar berfokus pada minat pengguna dengan perhatian terbatas diberikan pada faktor pendorong lain yang memengaruhi penggunaan QRIS sedangkan dalam penelitian ini berfokus pada faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan QRIS yang artinya studi ini pada pengalaman pengguna atau UMKM dalam menggunakan QRIS serta melihat dampaknya terhadap kinerja UMKM. Penelitian sebelumnya tidak meneliti dampak terhadap kinerja yang dihasilkan dari penggunaan aktual QRIS saat menyelidiki faktor-faktor yang mempengaruhi tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki fenomena tersebut dengan mengkaji secara komprehensif keterkaitan antara faktor-faktor kontekstual yang mempengaruhi penggunaan QRIS dan dampak konsekuensial terhadap kinerja bisnis akibat penggunaan QRIS. Penelitian ini mencoba mengembangkan model konseptual yang dapat menjadi dasar penyusunan strategi intervensi yang memungkinkan untuk mendukung tingkat adopsi QRIS oleh UMKM.

Penelitian secara empiris tidak banyak yang membahas tentang dampak penggunaan QRIS terhadap kinerja UMKM, sedangkan Hussain *et al.* (2020) menyatakan kinerja UMKM dianggap sebagai indikator signifikan dari efektivitas organisasi. Beberapa penelitian dilakukan terkait dampak penggunaan QRIS terhadap kinerja UMKM Hussain *et al.* (2020); Kwabena *et al.* (2019); Sulistyaningsih dan Hanggraeni (2022); Harini *et al.* (2023); dan Qalati *et al.* (2021) dengan berbagai variabel yang berbeda-beda menghasilkan signifikansi positif terhadap kinerja UMKM. Berdasarkan uraian diatas, penelitian ini dilakukan untuk mengkaji secara empiris **“Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* Serta Dampaknya Terhadap Kinerja UMKM”** dengan studi UMKM pada Provinsi Lampung. Adapun model yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Technology Acceptance Model (TAM)* yang dikenalkan oleh (Davis, 1989). Model yang akan diujikan secara empiris pada penelitian ini adalah model TAM

(*Technology Acceptance Model*) salah satu model pendekatan yang digunakan untuk mengukur tingkat penerimaan dalam penggunaan teknologi informasi.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun fenomena yang telah dijabarkan dalam latar belakang, maka dapat dibuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah persepsi kegunaan penggunaan QRIS berpengaruh positif terhadap penggunaan QRIS?
2. Apakah persepsi kemudahan penggunaan QRIS berpengaruh positif terhadap penggunaan QRIS?
3. Apakah persepsi kenyamanan Penggunaan QRIS berpengaruh positif terhadap penggunaan QRIS?
4. Apakah persepsi kepercayaan Penggunaan QRIS berpengaruh positif terhadap penggunaan QRIS?
5. Apakah pengaruh sosial Penggunaan QRIS berpengaruh positif terhadap penggunaan QRIS?
6. Apakah Penggunaan QRIS berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk memberikan bukti secara empiris pengaruh persepsi kegunaan penggunaan QRIS terhadap penggunaan QRIS.
2. Untuk memberikan bukti secara empiris pengaruh persepsi kemudahan penggunaan QRIS terhadap penggunaan QRIS.
3. Untuk memberikan bukti secara empiris pengaruh persepsi kenyamanan penggunaan QRIS terhadap penggunaan QRIS.
4. Untuk memberikan bukti secara empiris pengaruh persepsi kepercayaan penggunaan QRIS terhadap penggunaan QRIS.
5. Untuk memberikan bukti secara empiris pengaruh sosial penggunaan QRIS terhadap penggunaan QRIS.

6. Untuk memberikan bukti secara empiris pengaruh penggunaan QRIS terhadap terhadap kinerja UMKM.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pemikiran dan wawasan tambahan mengenai ilmu pengetahuan di bidang akuntansi, khususnya pada penelitian ini yaitu tentang penggunaan QRIS serta dampaknya terhadap kinerja UMKM.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Meningkatkan kepercayaan konsumen dengan memberikan informasi yang jelas dan transparan mengenai keamanan dan privasi data pelanggan.
2. Meningkatkan kualitas layanan dengan memperbaiki infrastruktur teknologi dan meningkatkan kualitas layanan pelanggan.
3. Meningkatkan aksesibilitas layanan dengan memperluas jaringan mitra dan lokasi layanan pembayaran.
4. Meningkatkan kesadaran masyarakat dengan melakukan kampanye promosi dan edukasi mengenai manfaat dan cara menggunakan QRIS sebagai pembayaran digital.
5. Meningkatkan kerjasama antara perantara penyedia layanan pembayaran dan regulator untuk menciptakan lingkungan bisnis yang kondusif bagi pengembangan pembayaran digital.

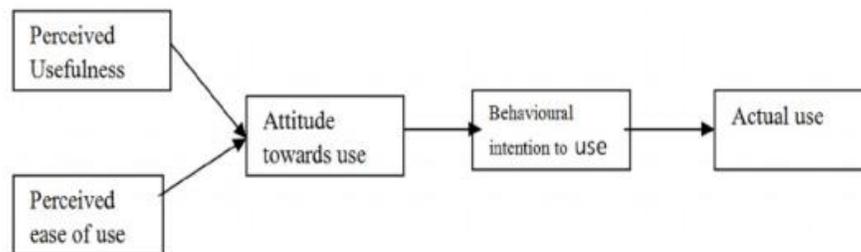
BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1.Landasan Teori

2.1.1. *Technology Acceptance Model (TAM)*

Model Technology Acceptance (TAM) adalah kerangka kerja yang menganalisis dan memahami faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan penggunaan teknologi komputer oleh individu atau kelompok. Model ini pertama kali diperkenalkan oleh *Fred Davis pada tahun 1989, berdasarkan Teori Tindakan Beralasan (Theory of Reasoned Action, TRA)* TAM mengusulkan bahwa ada dua faktor utama yang mempengaruhi niat penggunaan dan perilaku penggunaan teknologi, yaitu persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*).



Gambar 6. *Technology Acceptance Model (TAM)*.

(Sumber: Davis,1989)

Persepsi kemanfaatan adalah tingkat kepercayaan individu bahwa penggunaan teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja mereka. Persepsi kemudahan penggunaan adalah tingkat kepercayaan individu bahwa penggunaan teknologi tertentu akan bebas dari usaha. Model TAM telah mengalami beberapa perkembangan dan modifikasi seiring dengan perkembangan teknologi dan konteks penelitian. Beberapa model TAM yang dikembangkan antara lain adalah TAM2, TAM3, UTAUT, UTAUT2, dll. Model-model ini menambahkan variabel-variabel

lain yang dapat mempengaruhi persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan, seperti karakteristik individu, karakteristik sistem, karakteristik lingkungan, dan lain sebagainya.

Landasan asli TAM adalah teori psikologi tindakan beralasan, yang menjelaskan perilaku. Selain itu, TAM menggunakan dua prediktor persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan untuk membuat keputusan (King & He, 2006). (Chhonker et al. 2017) dan (Yousafzai et al. 2007) mengutip kesederhanaan dan penggunaan TAM sebagai alasan untuk adopsi dalam bidang teknologi dan informatika. Model TAM dipilih pada penelitian ini karena model TAM lebih cocok dengan UMKM karena model ini dapat menjelaskan bagaimana individu atau kelompok menerima dan menggunakan teknologi informasi, seperti *e-commerce*, sistem akuntansi, *financial technology*, QRIS dan lain sebagainya yang dapat mendukung perkembangan usaha mereka. Model TAM dapat dimodifikasi dengan menambahkan variabel-variabel eksternal yang dapat mempengaruhi persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan teknologi, seperti kepercayaan (*trust*), kenyamanan (*cosiness*), pengaruh sosial, dukungan manajemen, kualitas informasi, dan lain sebagainya. Dengan demikian, model TAM dapat disesuaikan dengan konteks dan kebutuhan UMKM.

Keyakinan teori TAM sebagai acuan dalam penelitian ini bukan tanpa adanya alasan. Teori TAM juga selalu menjadi dasar acuan pengembangan studi empiris mengenai kesiapan pemanfaatan teknologi juga dasar pembaharuan dan perkembangan model teori TAM (Setiawan & Sulistiowati, 2018). Sampai saat ini teori TAM masih relevan digunakan, penelitian terbaru menggunakan TAM seperti (Kien *et al.* 2022; Taufan & Yuwono 2019; Wardhani *et al.* 2023; Sholihah & Nurhapsari, 2023; Chhonker *et al.* 2017; Rahayu dan Day 2015; Amoroso & Magnier-Watanabe 2012).

Manfaat yang dirasakan individu dan kemudahan penggunaan mungkin naik atau turun tergantung pada elemen eksternal yang memengaruhi individu. Individu percaya niat untuk menggunakannya akan memberikan individu lebih banyak manfaat daripada yang telah dipikirkan, dan faktanya bahwa penggunaan QRIS juga relatif mudah dan tidak terlalu rumit sehingga menghasilkan sikap positif bagi individu. Ketika perasaan berguna meningkat, mereka merasakan bahwa niat untuk menggunakannya akan memberi mereka lebih banyak manfaat daripada yang mereka pikirkan menggunakan QRIS. Pandangan yang lebih optimis akan meningkatkan kemungkinan berniat untuk menggunakan QRIS.

Model Penerimaan Teknologi (Technology Acceptance Model, TAM) adalah salah satu pendekatan yang digunakan untuk mengukur tingkat penerimaan penggunaan teknologi informasi. Dalam model ini, persepsi manfaat dan persepsi kemudahan menjadi faktor utama yang memengaruhi penerimaan teknologi. Selanjutnya, kedua faktor ini akan mempengaruhi niat pengguna dalam menggunakan teknologi yang ada. Selain kegunaan dan kemudahan, penelitian ini memodifikasi model TAM dengan menambahkan variabel eksternal, seperti kenyamanan, kepercayaan, pengaruh sosial, dan pendapatan.

2.1.2. Teori Kebermanfaatan (*Cost and Benefit Theory*)

Dikutip dari laman *Harvard Business School* (2022) Analisis biaya-manfaat adalah proses perbandingan antara biaya dan manfaat (atau peluang) yang diproyeksikan atau diperkirakan terkait dengan keputusan proyek. Tujuan utamanya adalah untuk menentukan apakah keputusan tersebut masuk akal dari perspektif bisnis. Benefit Cost Analysis (BCA) digunakan untuk mengevaluasi investasi dengan mempertimbangkan dua kriteria: manfaat dan biaya. Dengan membandingkan biaya yang akan dikeluarkan oleh perusahaan dengan keuntungan yang diharapkan dari investasi, perusahaan dapat menilai kelayakan investasi (Mumtas, 2021). Secara umum, analisis biaya-manfaat melibatkan perhitungan seluruh biaya yang terkait dengan suatu proyek atau keputusan, kemudian mengurangkan jumlah biaya tersebut

dari total manfaat yang diproyeksikan. Jika manfaat yang diharapkan lebih besar daripada biaya, maka dapat disimpulkan bahwa keputusan tersebut merupakan keputusan yang bijaksana. Namun, jika biayanya lebih tinggi daripada manfaatnya, perusahaan perlu mempertimbangkan ulang keputusan atau proyek tersebut. (Stobierski, 2022).

2.1.3. Persepsi Kegunaan (PK)

Persepsi kegunaan atau *perceived usefulness* dalam model TAM ini merupakan salah satu fokus pada karakteristik teknologi dari salah satu konstruksi utama (Davis, 1989); (Venkatesh et al. 2003). Semakin banyak individu merasakan manfaat dan efisiensi penggunaan QRIS, maka semakin individu berniat menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran. Davis menjelaskan lebih lanjut bahwa rasa percaya akan adopsi sebuah sistem atau teknologi akan meningkatkan kinerja. Artinya adopsi QRIS akan membuat kinerja pada pelaku usaha, misalnya kegunaannya dapat menghemat waktu daripada dengan metode pembayaran tunai dimana apabila dalam bertransaksi, dengan QRIS konsumen dapat membayarkan dengan sesuai dengan nominal pembayaran tanpa perlu menyiapkan dana kembalian apabila konsumen membayar dengan jumlah uang tunai yang lebih besar daripada nominal pembayaran.

2.1.4. Persepsi Kemudahan (PU)

Persepsi kemudahan atau *Perceived Ease of Use* merupakan salah satu dari dua variabel kunci dari Model TAM. Davis (1989) Persepsi kemudahan merupakan tingkat keyakinan individu bahwa penggunaan suatu sistem teknologi informasi tidak perlukan usaha apapun (*effort*) dan mudah dipahami. Sebuah studi oleh Venkatesh *et al.* (2003) menunjukkan bahwa korelasi antara kemudahan penggunaan yang dirasakan dan niat perilaku untuk menggunakan adalah positif dan signifikan. Kemudahan penggunaan dan kemudahan penggunaan layanan web teknologi juga secara positif mempengaruhi manfaat yang dirasakan dan niat perilaku (Al-Marouf & Al-Emran, 2018).

Penggunaan QRIS tidak terlepas dari kemudahan dan keandalan teknologi yang dirasakan pengguna, hanya dengan *scan code* memudahkan pelaku usaha untuk bertransaksi. Dengan kemudahan penggunaan yang dimiliki QRIS, cara kerja yang sederhana serta tidak memerlukan keterampilan dan kemampuan teknologi di level ahli memungkinkan pengguna dapat menggunakan teknologi ini.

2.1.5. Persepsi Kenyamanan (PN)

Menurut Pikkarainen et al. (dalam Davis, 2004), kenyamanan dapat diartikan sebagai keadaan di mana individu menggunakan teknologi untuk melakukan aktivitas dan menganggapnya menyenangkan. Dalam konteks bertransaksi, kenyamanan didefinisikan sebagai kombinasi kecepatan dan kemudahan dalam proses transaksi oleh konsumen (Beauchamp *et al.* 2010). Kenyamanan dalam bertransaksi memiliki signifikansi penting, terutama karena menunggu untuk membayar dianggap tidak menguntungkan bagi konsumen. Dalam konteks ini, kenyamanan menjadi faktor krusial yang memengaruhi pengalaman berbelanja dan kepuasan pelanggan (Aridinta *et al.* 2018). Aspek kenyamanan dalam hal menghemat waktu telah dipelajari secara mendalam, khususnya sehubungan dengan akibat dari waktu tunggu yang lama (Duarte et al. 2018). Dalam menggunakan QRIS individu yang mengalami kenyamanan dalam menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran lebih besar membentuk minat untuk menggunakan daripada yang lainnya.

2.1.6. Persepsi Kepercayaan (PY)

Secara umum, kepercayaan dapat diartikan sebagai aspek kognitif dari sikap. Dalam konteks ini, kepercayaan berfungsi sebagai modal yang memengaruhi interaksi dan hubungan dengan orang lain. Melalui penilaian beragam, kita menentukan kedalaman dan kekuatan hubungan yang terbentuk (Lubis, 2017:113) Persepsi kepercayaan adalah pandangan atau keyakinan individu terhadap suatu objek atau fenomena tertentu. Sistem kepercayaan yang digunakan dalam perusahaan atau usaha

merupakan tujuan bisnis dimana merupakan cara organisasi menciptakan nilai dan upaya untuk mencapai tingkat kinerja organisasi (Lubis, 2017: 289). Kepercayaan memainkan peran krusial, karena konsumen cenderung ragu untuk melakukan pembelian kecuali mereka memiliki keyakinan (trust) terhadap penjual. Dalam konteks ini, kepercayaan menjadi faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. (Pavlou *et al.* 2004). Kepercayaan merupakan prediktor kepuasan kerja (Driscoll, 2014). Kepercayaan juga mempengaruhi penerimaan teknologi. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Venkatesh dan Davis (2000), individu yang memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap teknologi cenderung lebih terbuka terhadap teknologi baru karena mereka percaya bahwa teknologi dapat memberikan manfaat yang besar.

2.1.7. Pengaruh Sosial (PS)

Pengaruh sosial terkait dengan sejauh mana individu melihat bahwa orang lain percaya bahwa mereka harus mengadopsi suatu sistem baru. Dengan kata lain, ketika seseorang melihat dukungan dan keyakinan dari lingkungan sekitarnya terhadap penggunaan sistem baru, hal ini dapat memengaruhi keputusan individu tersebut untuk mengadopsi sistem tersebut (Venkatesh *et al.* 2003). Pengaruh sosial merupakan pengaruh yang dirasakan dari orang lain, bersifat penting sehingga mendorong konsumen untuk menggunakan sistem pembayaran elektronik dalam bertransaksi (Junadi & Sfenrianto, 2017). Terdapat penelitian yang menyatakan pengaruh sosial ini memiliki pengaruh yang sangat signifikan dalam masyarakat pada era ini. Implikasinya pengaruh sosial bagi bisnis adalah untuk berkomunikasi secara efektif dengan konsumen manfaat menggunakan perangkat ini (Taufan & Yuwono, 2019).

2.1.8. Kinerja UMKM (KU)

Jacks *et al.* (2011) Menyatakan bahwa kinerja organisasi dapat didefinisikan dengan menggunakan tiga variabel, yaitu keuntungan dan *intangibile* (kinerja pelayanan),

efisiensi (kinerja operasional), profitabilitas (kinerja keuangan). Memba dan Gakure (2013) dalam (Wardhani *et al.* 2023) menyatakan kinerja keuangan merupakan tingkat pencapaian kinerja dari sisi keuangan terhadap tujuan yang telah ditetapkan. Kinerja UMKM dianggap sebagai indikator signifikan dari efektivitas organisasi (Hussain *et al.*, 2020). Pembayaran digital juga dapat meningkatkan kinerja UMKM (Wardhani *et al.*, 2023). Pemanfaatan mobile payment berdampak besar terhadap kinerja UMKM (Sulistyaningsih & Hanggraeni, 2022).

2.1.9. Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS)

2.1.9.1. Pengertian QRIS

Quick Response Code (QR-Code) merupakan teknologi yang sangat populer saat ini dan sudah banyak digunakan di era revolusi Industri 4.0. QR-Code sejenis kode matriks atau *Bar-Code* terdiri dari dua dimensi yang dikembangkan oleh Denzo Wade di tahun 1994, yang tersedia berbentuk perangkat lunak dalam *smartphone* seperti Android atau Iphone (Kim, 2020; Hardiyanto *et al.*, 2021). Bertepatan dengan HUT RI Ke-74 Bank Indonesia resmi mengeluarkan *Quick Response Code (QR-Code)* untuk metode pembayaran non tunai atau elektronik melalui aplikasi dompet elektronik, uang elektronik, atau *mobile banking* yang disebut QR Code Indonesian Standard (QRIS) yang implementasinya efektif berlaku di seluruh Indonesia pada 1 Januari 2020.

QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) adalah standarisasi pembayaran yang menggunakan metode QR Code. QRIS merupakan hasil kerjasama antara Bank Indonesia dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI). Tujuannya adalah menggabungkan berbagai jenis QR code dari berbagai Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP). QRIS dikembangkan dengan mengadopsi standar internasional EMV Co. Tujuannya adalah mendukung konektivitas ke instrumen sistem pembayaran yang lebih luas. Implementasi QRIS sejalan dengan Visi Sistem Pembayaran Indonesia (SPI) untuk tahun 2025. Dengan diperkenalkannya QRIS,

seluruh aplikasi pembayaran lokal dan asing di dalam negeri wajib mengikuti standarisasi QR Code yang ditetapkan oleh Bank Indonesia. Hal ini memastikan interkoneksi dan interoperabilitas dalam memproses seluruh transaksi domestik. Kebijakan GPN bertujuan untuk mewujudkan sistem pembayaran yang aman, lancar, andal, serta efisien. QRIS menjadi salah satu instrumen utama dalam akselerasi menuju tujuan tersebut. Dengan QRIS, pengguna dapat dengan mudah melakukan pembayaran dengan memindai kode QR menggunakan aplikasi perbankan atau pembayaran digital di smartphone mereka. QRIS juga memberikan solusi pembayaran yang ekonomis bagi para pedagang tanpa perlu investasi infrastruktur yang mahal, termasuk oleh usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Dengan tren positif penggunaan QRIS, digitalisasi transaksi keuangan di Indonesia semakin berkembang.

2.1.9.2. Karakteristik QRIS

QRIS yang dikembangkan oleh industri sistem pembayaran bersama Bank Indonesia memiliki karakteristik UNGGUL yang merupakan kepanjangan dari:

a) **Universal**

Adapun makna dari universal yaitu QRIS dibuat untuk dapat menerima pembayaran menggunakan aplikasi sehingga pembayaran apapun yang menggunakan QR Code sehingga masyarakat tidak perlu memiliki berbagai macam aplikasi pembayaran.

b) **Gampang**

Adapun makna dari gampang yaitu QRIS dibuat untuk mudah digunakan hanya dengan satu QRIS dapat digunakan untuk semua pembayaran. Selain itu, kemudahan dapat dirasakan oleh masyarakat hanya dengan scan dan klik untuk bertransaksi. Bagi *merchant* tidak perlu menyediakan banyak QR Code, cukup satu QRIS yang dapat dipindai menggunakan aplikasi pembayaran QR apapun.

c) **Untung**

Adapun makna dari untung yaitu QRIS dengan kecepatan dan kemudahan mengakses pembayaran, maka pengguna dan *merchant* diuntungkan.

d) **Langsung**

Adapun makna dari langsung yaitu QRIS yaitu pembayaran dengan menggunakan metode QRIS pembayaran dapat langsung diproses seketika artinya proses pembayaran tidak perlu waktu yang lama dan setelah diproses akan langsung muncul notifikasi transaksi.

2.1.9.3. Jenis Informasi QRIS dan Tampilan QRIS

a) ***Merchant Presented Mode (MPM) Statis***

Dengan menunjukkan kode QRIS kepada pengguna, selanjutnya mereka dapat melakukan pemindaian barcode pada aplikasi pembayaran. Setelah itu, pengguna diminta untuk memasukkan jumlah pembayaran dan mengklik tombol bayar. Barcode QRIS dapat ditampilkan pada berbagai media dan tidak memerlukan perangkat khusus.

b) ***Merchant Presented Mode (MPM) Dinamis***

QRIS memungkinkan penerimaan pembayaran yang cepat dan akurat. Caranya adalah dengan memasukkan jumlah pembayaran melalui aplikasi atau perangkat dari penyedia layanan pembayaran. Kemudian, pelanggan dapat melakukan pemindaian QRIS yang ditampilkan atau tercetak, dan setelah itu, mereka dapat mengonfirmasi pembayaran.

c) ***Consumer Presented Mode***

QRIS memungkinkan proses pembayaran dan penerimaan dana yang cepat. Caranya adalah dengan menampilkan kode QRIS melalui aplikasi pembayaran. Kemudian, merchant dapat memasukkan jumlah pembayaran melalui aplikasi atau perangkat mereka, dan selanjutnya melakukan pemindaian pada kode QRIS yang ditampilkan oleh pengguna.

d) ***Merchant Presented Mode (MPM) untuk fitur Transfer, Tarik Tunai dan Setor Tunai***

QRIS menyediakan layanan yang memungkinkan pengguna aplikasi pembayaran untuk melakukan transfer dana antara sesama pengguna. Selain itu, pengguna

juga dapat mengambil uang tunai dan melakukan setoran tunai di warung, outlet, atau ATM yang telah mendukung transaksi menggunakan QRIS.

e) **Merchant Presented Mode (MPM) untuk Belanja Lintas Negara (Crossborder)**

Kode QRIS memungkinkan turis asing untuk berbelanja di tempat wisata di dalam negeri dengan melakukan pembayaran. Sebaliknya, turis Indonesia juga dapat menggunakan kode QR khusus untuk bertransaksi di negara Thailand dan Malaysia.



Gambar 7. Tampilan QRIS MPM.

(Sumber: Buletin ASPI No: 3/III/2021)

2.1.9.4. Manfaat QRIS

Menurut Bank Indonesia, standarisasi QR Code dengan QRIS memiliki banyak manfaat yang dapat dimiliki antara lain:

a) **Bagi Pengguna**

- Jenis pembayaran yang cepat sehingga efisien.
- Tidak perlu menyiapkan uang tunai.

- Tidak memerlukan perangkat tambahan.
- Terjamin keamanannya, karena seluruh PJSP penyelenggara QRIS telah memiliki izin dan diawasi oleh Bank Indonesia.

b) Bagi *Merchant*

- **Potensi Peningkatan Penjualan**
Dengan menerima pembayaran berbasis QR, usaha memiliki peluang untuk meningkatkan penjualan. QR Code memudahkan pelanggan untuk melakukan transaksi.
- **Branding**
Penggunaan QR Code dapat berkontribusi pada meningkatkan citra dan kesan merek (branding).
- **Kemudahan dan Efisiensi**
QR Code praktis karena hanya memerlukan satu kode untuk berbagai jenis pembayaran. Mengurangi biaya pengelolaan kas dan kebutuhan uang kembalian.
- **Keamanan**
QR Code mengurangi risiko uang palsu karena transaksi elektronik lebih aman daripada uang tunai.
- **Rekonsiliasi dan Transparansi**
Transaksi tercatat otomatis dan dapat dilihat kapan saja. Memisahkan uang usaha dan pribadi serta mencegah kecurangan dalam pembukuan transaksi tunai.
- **Membangun Profil Kredit**
Penggunaan QR Code dapat membantu membangun profil kredit yang memudahkan akses ke layanan keuangan.

2.1.9.5. Prosedur Pemakaian dan Tata Cara Mendapatkan QRIS

a) Prosedur Pemakaian QRIS

- Merchant menyediakan barcode QRIS online atau berupa hasil cetak.
- Pengguna melakukan scan pada barcode QRIS.
- Masukkan nominal pembayaran apabila melakukan scan dengan QRIS cetak, sedangkan untuk QRIS online sudah otomatis muncul jumlah pembayaran.
- Masukkan PIN, lalu klik bayar.
- Notifikasi pembayaran akan langsung diterima oleh merchant dan pengguna.

b) Tata Cara Mendapatkan QRIS

Metode pembayaran dengan QR Code dari Bank Indonesia ini aksesnya telah tersedia hampir diseluruh wilayah pada setiap kabupaten dan kota di Indonesia. QRIS telah banyak dan menjadi metode pembayaran yang membantu kegiatan masyarakat dalam bertransaksi dimana telah tersedia dan banyak digunakan pada UMKM, pedagang besar di Mall, instansi pendidikan seperti universitas, tempat wisata, area parkir, lembaga sosial dan keagamaan, retribusi pemda, serta tempat ibadah dan lainnya. Adapun bagi merchant yang berminat menerapkan layanan dan sebagai penyedia QRIS harus memenuhi ketentuan dan persyaratan dari Bank Indonesia. Berikut tahapan dalam membuat QRIS:

1) Siapkan data dan berkas yang diperlukan, adapun syarat yang dipersiapkan pada tiap kategori sebagai berikut:

a. Kategori pendaftar perorangan:

- KTP elektronik dari pelaku usaha; dan
- Nomor Kartu Keluarga sesuai dengan KTP (dimasukan pada Tahap ke-5).

b. Kategori Badan Usaha (PT, CV, & UKM) dan SPBU:

- KTP elektronik pemilik usaha; dan
- Nomor Kartu Keluarga pemilik usaha sesuai dengan KTP (dimasukan pada Tahap ke-5).

- Softcopy Akta Pendirian Perusahaan.
- Softcopy NPWP Perusahaan; dan
- Softcopy Surat Kuasa Asli (Bila terdapat wakil yang ditunjuk oleh perusahaan).

c. Kategori Pendidikan:

- KTP elektronik pemilik lembaga pendidikan; dan
- Nomor Kartu Keluarga pemilik lembaga pendidikan sesuai dengan KTP (dimasukan pada Tahap ke-5).
- Softcopy Akta Pendirian Lembaga pendidikan;
- Softcopy NPWP Lembaga pendidikan; dan
- Softcopy Surat Kuasa Asli (Bila terdapat wakil yang ditunjuk oleh lembaga tersebut).

d. Kategori Yayasan:

- KTP elektronik dari pendiri Yayasan; dan
- Nomor Kartu Keluarga pendiri Yayasan sesuai KTP (dimasukan pada Tahap ke-5).
- Softcopy Akta Pendirian Yayasan;
- Softcopy Surat Yayasan Resmi atau Surat ketetapan dari Pemerintah;
- Softcopy NPWP Yayasan; dan
- Softcopy Surat Kuasa Asli (Bila terdapat wakil yang ditunjuk oleh Yayasan).

- 2) Kunjungi website www.qris.id.
- 3) Klik icon yang bertuliskan Daftar QRIS;
- 4) Selanjutnya akan dipandu untuk mengisi data awal yang dibutuhkan sebagai syarat utama pembuatan QRIS;
- 5) Selesai mengisi formulir awal, langkah berikutnya yakni diarahkan pada tahapan pembayaran QRIS.

- 6) Proses transfer dapat melalui QRIS, Virtual Account, hingga E-Wallet seperti GoPay, OVO, Dana, LinkAja, ShopeePay, dan lain sebagainya;
- 7) Tahapan pembayaran selesai, berikutnya akan mendapatkan email atau pesan WhatsApp berisi *username* dan *password*;
- 8) Login kembali di halaman www.qris.id dengan menggunakan username dan password di dapatkan;
- 9) Isi data kategori (silahkan upload KTP dan informasi akun Bank);
- 10) Unggah foto produk dari usaha kategori;
- 11) Admin akan melakukan verifikasi data dalam kurun waktu 3 hari kerja; Jika terdapat data yang salah, maka kategori akan diarahkan untuk merevisi dan melengkapi ulang;
- 12) Login kembali dan cek Dashboard untuk melihat notifikasi perkiraan tanggal terbit QRIS; Apabila terdapat pemberitahuan bahwa QRIS sudah aktif, maka QRIS MPM dapat didownload dan dicetak; dan
- 13) QRIS sudah aktif dan siap digunakan.

2.1.10. Unit Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

2.1.10.1. Pengertian UMKM

Saat ini Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dan strategis dalam pembangunan ekonomi nasional (Hardiyanto et al., 2022). Di Indonesia UMKM diatur dalam Peraturan Pemerintah No. 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (PP UMKM). PP ini pada 16 Februari 2021 diterbitkan oleh pemerintah bersamaan dengan 48 peraturan pelaksana lainnya dari Undang-Undang No. 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja (UU Cipta Kerja). PP UMKM ini melakukan beberapa perubahan terkait ketentuan yang sebelumnya telah diatur di dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UU UMKM). Salah satunya adalah aturan terkait kriteria UMKM sebagai berikut:

Tabel 1. Kriteria UMKM.

No	Jenis Usaha	Indikator	
		Kriteria Aset	Kriteri Omset
1	Usaha Mikro	Maks. 50 Juta	Maks. 300 Juta
2	Usaha Kecil	>50 Juta – 500 Juta	>300 Milyar – 2,5 Milyar
3	Usaha Menengah	>500 Juta – 10 Milyar	>2,5 Milyar – 50 Milyar

(Sumber: Undang-Undang No. 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja)

UMKM dikelompokkan berdasar kan kriteria modal usaha atau hasil penjualan tahunan. Modal usaha merupakan modal sendiri dan modal pinjaman untuk menjalankan kegiatan usaha. Adapun penjelasan lanjutan terkait dengan definisi serta kriteria yang tercantum dalam Peraturan Pemerintah No 7 Tahun 2021 adalah sebagai berikut:

a) Usaha Mikro

Usaha Mikro merujuk pada usaha produktif yang dimiliki oleh individu atau badan usaha perorangan. Untuk memenuhi kriteria sebagai Usaha Mikro, modal usaha yang dimiliki tidak boleh melebihi Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah), dan ini tidak termasuk nilai tanah dan bangunan tempat usaha.

b) Usaha Kecil

Usaha Kecil adalah kegiatan ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh individu atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar. Usaha Kecil memiliki modal usaha antara Rp1.000.000.000,00 (satu milyar rupiah) hingga Rp5.000.000.000,00 (lima milyar rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

c) Usaha Menengah

Usaha Menengah adalah kegiatan ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh individu atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Kecil atau Usaha Besar. Usaha Menengah memiliki modal usaha antara Rp5.000.000.000,00 (lima milyar rupiah) hingga Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

2.1.10.2. Karakteristik Umum Tiap Skala Usaha UMKM

Tabel 2. Karakteristik umum tiap skala UMKM.

Skala Usaha	Karakteristik Umum
Usaha Mikro	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Belum melakukan administrasi keuangan yang sederhana. ▪ Tempat usaha tidak tetap, dapat pindah tempat sewaktu-waktu. ▪ Jenis barang/komoditi tidak tetap, dapat berganti sewaktu-waktu. ▪ Belum memiliki izin usaha atau persyaratan legalitas lainnya termasuk NPWP.
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Belum memisahkan keuangan pribadi dengan keuangan usaha. ▪ Dari segi pendidikan rata-rata belum memadai atau relatif rendah. ▪ Belum banyak akses kepada perbankan, namun sebagian sudah akses ke lembaga keuangan non bank (LKNB). Contoh: Pedagang kaki lima, pedagang dipasar.
Usaha Kecil	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sudah melakukan administrasi keuangan yang masih sederhana. ▪ Tempat usaha umumnya sudah menetap tidak berpindah-pindah. ▪ Jenis barang/komoditi umumnya sudah tetap tidak cenderung berubah-ubah.

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sudah mulai ada pemisahan antara keuangan pribadi dan keuangan usaha. ▪ Pengusaha atau pekerja sudah memiliki pengalaman dalam berwirausaha. ▪ Sudah membuat neraca usaha. ▪ Sebagian besar sudah akses ke perbankan dan LKNB dalam keperluan modal usahanya. ▪ Belum dapat membuat manajemen usaha dengan baik. Contoh: Pedagang atau agen grosir, pedagang pengepul.
Usaha Menengah	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Memiliki manajemen dan organisasi yang lebih baik, dengan pembagian tugas dan divisi yang jelas antara lain, bagian keuangan, bagian pemasaran dan bagian produksi dan lainnya. ▪ Telah menerapkan aturan atau pengelolaan dan organisasi perburuhan. ▪ Telah melakukan manajemen keuangan dengan menerapkan sistem akuntansi dengan teratur sehingga memudahkan untuk <i>auditing</i> dan penilaian atau pemeriksaan termasuk oleh perbankan. ▪ Sudah memiliki akses kepada sumber-sumber pendanaan perbankan maupun LKNB Pada umumnya telah memiliki SDM yang berpendidikan dan terlatih. ▪ Contoh: Usaha pertambangan batu gunung untuk kontruksi dan marmer buatan

(Sumber: Klasifikasi UKM dan UMKM di Indonesia)

2.2. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian kali ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Penelitian Terdahulu

No	Author	Tahun	Judul	Variabel	Hasil
1	Heny Sulistyaningsih Dewi Hanggraeni	2022	<i>Investigating the Adoption of QR Code Indonesian Standard through Organizational and Environmental Factors and Its Impact on Micro Small Medium Enterprise Performance</i>	Y: <i>Adoption of QR Code Indonesian Standard</i> X: <ul style="list-style-type: none"> • <i>Organisational Factors</i> • <i>Environmental Factors</i> 	Analisis statistik dilakukan dengan menggunakan PLS-SEM untuk menguji teori. Studi ini mengungkapkan bahwa lima dari enam hipotesis berpengaruh signifikan terhadap penerapan QRIS dan kinerja UMKM. Menurut hasil, UMKM bisa mendapatkan keuntungan dari adopsi teknologi dengan menggunakan QRIS.
2	Sri Harini Diah Pranitasari Meldasari Said Endri Endri	2023	<i>Determinants of SME performance: Evidence from Indonesia</i>	Y: <i>E-commerce Adoption</i> X: <ul style="list-style-type: none"> • <i>Technology Readiness</i> • <i>Cost Of Adoption</i> • <i>Top Management Support</i> • <i>Competitive Pressure</i> • <i>Entrepreneurial Competence</i> • <i>Company Performance</i> 	Hasil studi menunjukkan bahwa tekanan persaingan, dukungan manajemen puncak, dan kesiapan teknologi secara langsung dan signifikan berpengaruh positif terhadap <i>e-commerce</i> . Selanjutnya terkait dampak tidak langsung, tekanan persaingan, dukungan manajemen, dan kesiapan teknologi berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan UKM yang dimediasi oleh adopsi <i>e-commerce</i> . Akhirnya, kompetensi kewirausahaan secara signifikan memoderasi hubungan

					antara e-commerce.
3	Yongki Alfa Rizi Fitra Dharma Yunia Amelia Tri Joko Prasetyo	2022	<i>Factors Affecting Trust and Interest in Transactions by Indonesian Msme Sellers in E-Commerce</i>	Y: <i>Transaction Interest in E-commerce</i> X: <ul style="list-style-type: none"> • <i>Perceived</i> • <i>Risk Perceived Risk</i> • <i>Perceived Security</i> • <i>Perceived Privacy</i> • <i>Perceived Reputation</i> • <i>Perceived Usefulness</i> • <i>Perceived Ease of Use</i> • <i>Perceived Enjoyment</i> • <i>Perceived Social</i> <i>Interpreting: Perceived Trust</i>	Berdasarkan hasil yang diperoleh peneliti menyatakan bahwa variabel risiko, keamanan, dan reputasi berpengaruh positif terhadap kepercayaan. Variabel privasi tidak berpengaruh terhadap kepercayaan. Kemudian, variabel kegunaan, kenikmatan, sosial, dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat bertransaksi menggunakan e-commerce. Sedangkan variabel kemudahan penggunaan tidak berpengaruh positif terhadap minat bertransaksi menggunakan e-commerce.
4.	Sikandar Ali Qalati Wenyuan Li Naveed Ahmed Manzoor Ali Mirani Asadullah Khan	2020	<i>Examining the Factors Affecting SME Performance: The Mediating Role of Social Media Adoption</i>	Y: <i>Sosial Media Adaption</i> X: <ul style="list-style-type: none"> • <i>Technological Impact</i> • <i>Organizational Impact</i> • <i>Environmental Impact</i> Mediasi: <i>SME Performance</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa teknologi memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kinerja UKM, yang didukung oleh Kulathunga dkk. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adopsi teknologi di UKM dialihdayakan oleh manajemen puncak. Temuan menunjukkan bahwa organisasi memiliki dampak positif terhadap kinerja UKM. Hasil penelitian kami menyatakan bahwa lingkungan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kinerja

					UKM.
5	Ramakrishnan Ramanathan Usha Ramanathan Hsieh-Ling Hsiao	2012	<i>The Impact of E-Commerce on Taiwanese SMES: Marketing And Operations Effects</i>	Y: <i>The impact of e-commerce on SMes</i> X: <ul style="list-style-type: none"> • <i>Marketing Effect</i> • <i>Operation Effect</i> 	<p>Hasil menemukan dukungan kuat untuk dampak positif yang signifikan dari operasi dan efek pemasaran dalam kinerja perusahaan secara keseluruhan pada adopsi <i>e-commerce</i>.</p> <p>Dampak <i>e-commerce</i> pada kinerja UKM Taiwan tidak dipengaruhi secara signifikan oleh pengalaman adopsi <i>e-commerce</i> UKM.</p> <p>Hasil penelitian kami menunjukkan bahwa dampak moderasi dari ukuran perusahaan berbeda untuk dampak operasi dan dampak pemasaran.</p>
6	Arsalan Hussain Arfan Shahzad Rohail Hassan	2020	<i>Organizational and Environmental Factors with the Mediating Role of E-Commerce and SME Performance</i>	Y: <i>Use of E-Commerce</i> X: <ul style="list-style-type: none"> • <i>Organizational Factors</i> • <i>Environmental Factors</i> 	<p>Temuan penelitian menunjukkan bahwa peneliti akademis dan praktisi melihat sumber daya dan kemampuan mendasar yang terkait dengan faktor organisasi dan lingkungan sebelum menanamkan penggunaan <i>e-commerce</i>. Selain itu, alih-alih memotivasi perusahaan untuk menggunakan <i>e-commerce</i> hanya karena pelaku pasar lain melakukannya, penulis telah mencapai poin bahwa perusahaan harus memiliki tujuan yang jelas sebelum memutuskan untuk menggunakan <i>e-commerce</i>. Itu harus</p>

					selaras dengan strategi dan tujuan perusahaan.
7	Harry Bouwman Shahrokh Nikou Mark de Reuver	2019	<i>Digitalization, business models, and SMEs: How do business model innovation practices improve performance of digitalizing SMEs?</i>	<p>Y: <i>Business Model Innovation Practices</i></p> <p>X:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Resources for BM experimentation</i> • <i>BM strategy implementation practices</i> • <i>Innovativeness</i> • <i>BM experimentation practices</i> 	<p>Studi PLS-SEM dan fsQCA secara konsisten menunjukkan bahwa eksperimen BM dan implementasi strategi berkontribusi terhadap kinerja, Hasil fsQCA menunjukkan kemungkinan kombinasi kondisi yang mendorong kinerja perusahaan secara keseluruhan. Hal ini dapat ditunjukkan lebih lanjut dengan adanya <i>equifinality</i>, yaitu mengidentifikasi berbagai konfigurasi kondisi sebab akibat untuk menghasilkan hasil akhir.</p> <p>Hasil fsQCA menunjukkan bahwa ada berbagai cara untuk meningkatkan kinerja dan bahwa perusahaan berkinerja lebih tinggi memilih untuk menghabiskan upaya mereka pada eksperimen BM atau implementasi strategi.</p>
8	Syed Shah Alam Md. Yunus Ali Mohd Fauzi Mohd Jani	2011	<i>An Empirical Study of Factors Affecting Electronic Commerce Adoption Among Smes in Malaysia</i>	<p>Y: <i>E-Commerce Adoption</i></p> <p>X:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Relative Advantage</i> • <i>Compatibility</i> • <i>Perceived Ease of Use</i> • <i>Organizational Readiness</i> 	<p>Analisis regresi berganda menunjukkan bahwa keunggulan relatif, kompatibilitas, kesiapan organisasi, karakteristik manajer, dan keamanan merupakan elemen penting dalam adopsi <i>e-commerce</i>. Model ini</p>

				<ul style="list-style-type: none"> • <i>Security</i> • <i>Perceived Cost Managers Characteristics</i> 	menjelaskan 53 persen dari varians dalam niat UKM untuk mengadopsi <i>e-commerce</i> .
9	Ratih Anindita Wardhani Yandra ArkemanWita Juwita Ermawati	2023	<i>The Impact of Quick Response Adoption of Payment Code on MSMEs' Financial Performance in Indonesia</i>	<p>Y: Penerapan pembayaran kode QR di Indonesia</p> <p>X:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Perceived Ease of Use (PEOU)</i> • <i>Perceived Usefulness (PU)</i> • <i>Trust (TR)</i> • <i>Perceived Ease of Use (PEOU)</i> • <i>Perceived Usefulness (PU)</i> • <i>Perceived Trustworthiness of the Channel (PTC)</i> • <i>Perceived Compatibility (PC)</i> • <i>Perceived Behavioral Control (PBC)</i> 	Adopsi dan niat untuk menggunakan QRIS di Indonesia dapat mempengaruhi dan meningkatkan kinerja keuangan UMKM, khususnya pengusaha mikro. Hipotesis 15 diterima Terdapat 9 hipotesis yang signifikan atau diterima dan 6 hipotesis yang tidak signifikan atau ditolak dalam pengujian terhadap 15 hipotesis yang diajukan dalam penelitian.
10	Gyamfi-Yeboah Kwabena Mei Qiang Li Wenyuan Sikander Ali Qalati Daria Erusalkina	2019	<i>Effects Of the Digital Payment System On smes performance In Developing Countries; A Case of Ghana</i>	<p>Y: Kinerja UKM Di Negara Berkembang</p> <p>X:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Penggunaan Sistem Pembayaran Digital • Faktor-Faktor Lingkungan (Variabel Kontrol) 	Semua hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel independen (penggunaan sistem pembayaran digital) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (kinerja UKM di Ghana). Hasil penelitian menunjukkan bahwa konstruksi lingkungan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan sistem pembayaran digital di negara

					berkembang, sedangkan turbulensi lingkungan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap penggunaan sistem pembayaran digital.
--	--	--	--	--	---

(Sumber: Data Diolah, 2023)

2.3. Hipotesis Penelitian

2.3.1. Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Penggunaan QRIS

Persepsi kemudahan (*Perceived Ease of Use*) merupakan salah satu konsep yang terkait dengan Teori Penerimaan Teknologi (*Technology Acceptance Model/TAM*). Dalam *Theory Acceptance Model* (TAM) persepsi kemudahan merupakan faktor dominan dalam penerimaan sistem teknologi informasi (Yolanda & Widijoko, 2014). Kemudahan penggunaan yang dirasakan didefinisikan sebagai sejauh mana individu percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari upaya fisik dan mental (Davis, 1989). Secara teoritis, baik pengguna maupun pelaku usaha yang dalam penelitian ini adalah UMKM, akan mempertimbangkan menggunakan QRIS apabila banyak kemudahan yang dirasakan saat menggunakan QRIS. Sehingga, kemudahan penggunaan menjadi hal penting dalam menentukan apakah individu menggunakan teknologi modern tertentu. Davis *et al.* (1989) menemukan bahwa persepsi kemudahan penggunaan secara langsung dan tidak langsung mempengaruhi penggunaan melalui dampaknya terhadap kegunaan yang dirasakan melalui sikap terhadap penggunaan Internet, dan bahwa persepsi kemudahan penggunaan merupakan penentu sekunder yang signifikan dari niat orang untuk menggunakan komputer. Riset-riset sebelumnya telah mengkonfirmasi bahwa persepsi kemudahan memiliki signifikansi positif terhadap intensi untuk menggunakan. Riset yang dilakukan (Bagus *et al.*, 2022) menunjukkan hasil yang berpengaruh positif signifikan terhadap intensi menggunakan QRIS bagi pelaku UMKM Kota Denpasar. Selanjutnya kemudahan yang ditemukan dari riset Sholihah & Nurhapsari, (2023); Juan & Indrawati, (2023); Susanto & Jimad, (2019) dan Sochiffan, (2022) adalah kemudahan penggunaan, dimana individu tidak menghabiskan banyak waktu hanya untuk mempelajari teknis pengoperasian teknologi. Hasil riset tersebut menunjukkan bahwa semakin mudah suatu teknologi digunakan, semakin besar kemungkinan pengguna untuk mengadopsinya. Dalam konteks tujuan adanya sistem QRIS ialah untuk memberikan penyalanan kemudahan pengguna dengan merancang aplikasi yang mudah digunakan dan dipahami untuk seluruh kalangan. Berdasarkan uraian diatas membentuk hipotesis sebagai berikut:

H1 : Persepsi Kemudahan Berpengaruh Positif Terhadap Penggunaan QRIS.

2.3.2. Pengaruh Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan QRIS.

Model penerimaan teknologi (TAM) oleh Davis (1989) menyarankan kegunaan yang dirasakan sebagai intensi sikap terhadap penggunaan teknologi. Davis *et al.* (1989) mendefinisikan persepsi penggunaan yaitu sejauh mana seorang individu percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Davis *et al.* (1989) menemukan hubungan yang lebih kuat dan lebih konsisten antara kegunaan yang dirasakan dan penggunaan dibandingkan dengan variabel lain yang dilaporkan dalam penelitian sebelumnya. Individu mengevaluasi konsekuensi dari perilaku mereka dalam hal kegunaan yang dirasakan dan mendasarkan pilihan perilaku mereka pada keinginan dari kegunaan tersebut. Kegunaan muncul sebagai faktor terpenting yang mempengaruhi penerimaan pengguna dengan beberapa pengecualian. Dalam Amorso dan Wantabe (2012) Persepsi kegunaan, berdasarkan teori ekspektasi, berkaitan dengan keyakinan individu dalam proses pengambilan keputusan. Kegunaan dalam konteks penggunaan QRIS yaitu seberapa bermanfaatnya penggunaan QRIS terhadap usaha UMKM sehingga meningkatkan kinerja dari UMKM itu sendiri. Persepsi kegunaan ini telah diadopsi pada riset sebelumnya yang menghasilkan pengaruh positif. Riset yang dilakukan oleh Mahyuni & Setiawan, (2021) menemukan implikasi bahwa fitur yang ditawarkan QRIS memberikan beragam manfaat yang nyata dirasakan kepada *merchant* maupun konsumen dengan kemudahan dan kecepatan proses transaksi yang mendorong untuk menggunakan QRIS. Temuan studi yang dikonfirmasi Owusu *et al.* (2022) menemukan bahwa kegunaan dan kesederhanaan pemakaian teknologi bagi yang belum memiliki pengalaman dengan transaksi online yang dirasakan mempengaruhi sikap penggunaan *E-commers*, sehingga kegunaan menjadi salah satu prediktor penting dari niat mengadopsi sebuah teknologi. Berdasarkan literatur TAM, untuk membuat pengguna memiliki sikap positif terhadap penggunaan teknologi yang dalam penelitian ini QRIS, maka pengguna harus merasakan kegunaan atau manfaat dari sebuah teknologi tersebut, sehingga sikap positif tersebut akan membuat pengguna untuk terus menggunakan

QRIS (Phan *et al.*, 2020). Berdasarkan uraian diatas membentuk hipotesis sebagai berikut:

H2: Persepsi Kegunaan Berpengaruh Positif Terhadap Penggunaan QRIS.

2.3.3. Pengaruh Persepsi Kenyamanan Terhadap Kinerja UMKM

Pertama kali, Copeland menggunakan konsep kenyamanan untuk menggambarkan seberapa banyak waktu dan usaha yang diperlukan oleh konsumen dalam membeli produk (Aridinta *et al.*, 2018). Kenyamanan memegang peranan krusial dalam dunia bisnis. Para pelaku bisnis, terutama penjual, semakin berfokus pada menyediakan layanan yang memaksimalkan kecepatan dan kemudahan dalam proses pembelian konsumen. Dengan demikian, kenyamanan menjadi faktor utama dalam menciptakan pengalaman positif bagi para pelanggan. (Duarte *et al.*, 2018). Hsu *et al.* (2010) (dikutip oleh Duarte *et al.*, 2018) menyatakan bahwa ketika konsumen dapat merasakan manfaat dan kemudahan dalam bertransaksi, maka sangat mungkin apabila kepuasan turut dirasakan konsumen. Pentingnya kenyamanan layanan beriringan dengan tantangan yang dihadapi layanan berbasis internet memerlukan perhatian dari pihak pelaku bisnis untuk mengetahui sejauh mana atribut yang digunakan konsumen dalam menilai kenyamanan belanja online. Kepuasan merupakan salah satu faktor yang penting dalam kegiatan perdagangan dan pemasaran (Ardinta *et al.*, 2018). Davis *et al.* (1992) menyatakan persepsi kenyamanan mengacu sejauh mana aktivitas menggunakan suatu sistem komputer atau teknologi dianggap menyenangkan dalam diri individu, terlepas dari konsekuensi kinerja yang diantisipasi, sehingga pengguna yang merasakan kenyamanan menggunakan teknologi cenderung lebih besar membentuk niat perilaku dibandingkan dengan yang tidak merasakan kenyamanan. Riset yang dilakukan (Gupta *et al.*, 2013) memberikan hasil hubungan yang positif antara kenyamanan dan adopsi sebuah teknologi dimana membuat UMKM menjadi lebih produktif dan efisien serta kenyamanan dan kemudahan adalah faktor terbesar UMKM mengadopsi teknologi yang dalam penelitian tersebut adalah *could*. Persepsi kenyamanan

berpengaruh terhadap minat menggunakan teknologi adalah hal yang rasional. Hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian-penelitian terdahulu. Studi yang dilakukan oleh Yolanda dan Widijo, (2014); Beauchamp, (2010) dan Khandar, (2014) menunjukkan persepsi kenyamanan mempengaruhi minat ataupun perilaku dalam menggunakan sebuah teknologi. Indikator pengukuran kenyamanan dalam penelitian ini menggunakan proses transaksi yang cepat dan kemudahan dalam bertransaksi dengan QRIS akan berdampak pada kinerja. Berdasarkan uraian diatas membentuk hipotesis sebagai berikut:

H3: Persepsi Kenyamanan Berpengaruh Positif Terhadap Penggunaan QRIS.

2.3.4. Pengaruh Persepsi Kepercayaan Terhadap Penggunaan QRIS

Secara luas, kepercayaan dapat didefinisikan sebagai komponen kognitif dari sikap. Kepercayaan merupakan modal dalam menjalin hubungan baik dengan orang lain (Lubis, 2017: 26). Kepercayaan merupakan kemauan seseorang untuk melakukan sesuatu terhadap orang yang dipercayainya tanpa bergantung pada kemampuan untuk mengawasi dan mengendalikannya (Bagus et al., 2022). Persepsi kepercayaan didefinisikan sebagai komitmen dan kemauan penyedia layanan untuk memuaskan harapan konsumen. Kepercayaan adalah fitur penting karena mengurangi ketidakpastian, ketakutan, dan kekhawatiran yang terkait dengan penggunaan layanan (Lu et al., 2011). Dalam studi yang dilakukan (Sila, 2013) menunjukkan skor tinggi pada faktor kepercayaan, menjadi salah satu variabel kontekstual yang signifikan dan mempengaruhi niat perusahaan untuk mengadopsi teknologi sehingga menjadikan kepercayaan merupakan faktor penting dalam sebagian besar transaksi antara pembeli dan pemasok. Dalam Amoroso & Magnier-Watanabe (2012) terdapat riset yang menyakatan berdasarkan pengamatan Jarvenpaa dan Tractinsky bahwa kepercayaan sangat penting dalam memengaruhi perilaku konsumen di lingkungan yang tidak pasti seperti perdagangan elektronik berbasis Internet. Persepsi kepercayaan dapat mempengaruhi perilaku individu dalam mengambil keputusan atau tindakan terhadap objek atau fenomena tersebut. Dalam menggunakan QRIS penyedia layanan

pembayaran yang memberikan kepercayaan konsumen dengan memberikan informasi yang jelas dan transparan mengenai keamanan dan privasi data pelanggan dapat meningkatkan individu dalam menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran. Hasil penelitian Yora Kurnia Ilahi NF, (2022); Rizi *et al.* (2023) dan Bagus *et al.* (2022) menunjukkan hasil signifikan positif dari persepsi kepercayaan terhadap adopsi teknologi. Berdasarkan uraian diatas membentuk hipotesis sebagai berikut:

H4 : Persepsi Kepercayaan Berpengaruh Positif Terhadap Penggunaan QRIS.

2.3.5. Pengaruh Sosial Terhadap Penggunaan QRIS.

Dalam teori pertukaran sosial (*social exchange theory*) menjelaskan bahwa organisasi dalam hubungan pertukaran yang dapat bersumber dari organisasi itu sendiri maupun manajemen secara langsung (Sri Wahyuni, 2019 : 122). Cheung (2013) menjelaskan bahwa individual akan mengembangkan tingkat dukungan yang kuat dari organisasi atau superior mereka yang dapat mempengaruhi perilaku kerja menjadi lebih efektif. Pengaruh sosial didefinisikan sebagai sejauh mana seorang individu merasa bahwa orang lain yang penting percaya dia harus menggunakan sistem baru (Venkatesh et al., 2019). Menurut UTAUT, pengaruh sosial didefinisikan sebagai "sejauh mana seorang individu percaya bahwa dia harus menggunakan sistem sistem yang baru" (Venkatesh et al., 2003). Menurut Musa *et al.* (2015) pengaruh sosial didefinisikan sebagai sejauh mana individu merasakan pentingnya keyakinan orang lain bahwa dia harus menggunakan teknologi. Dalam penelitiannya mengasumsikan bahwa jika pengadopsi teknologi dipengaruhi dengan pesan positif oleh jaringan sosial mereka, mereka cenderung memiliki niat perilaku yang kuat untuk mengadopsi sistem di Qatar.

Selanjutnya pada riset yang dilakukan Bagus *et al.* (2022) menyatakan pengaruh sosial ini dapat diinterpretasikan bahwa individu akan lebih mudah menerima penggunaan teknologi apabila telah mendapatkan rekomendasi dari lingkungan sekitarnya baik dari keluarga, sahabat, teman dekat atau orang lain yang sudah menggunakan teknologi yang sudah memiliki pengalaman dalam penggunaan teknologi tersebut. Wardhani *et al.* (2023); Amoroso & Magnier-Watanabe (2012)

dan Achiriani & Hasbi, (2021) menunjukkan hasil riset bahwa pengaruh sosial dalam penggunaan penggunaan e-payment menunjukkan nilai yang signifikan positif mempengaruhi adopsi sebuah sistem. Berdasarkan uraian diatas membentuk hipotesis sebagai berikut:

H5: Pengaruh Sosial Berpengaruh Positif Terhadap Penggunaan QRIS.

2.3.6 Pengaruh Penggunaan QRIS Terhadap Kinerja UMKM.

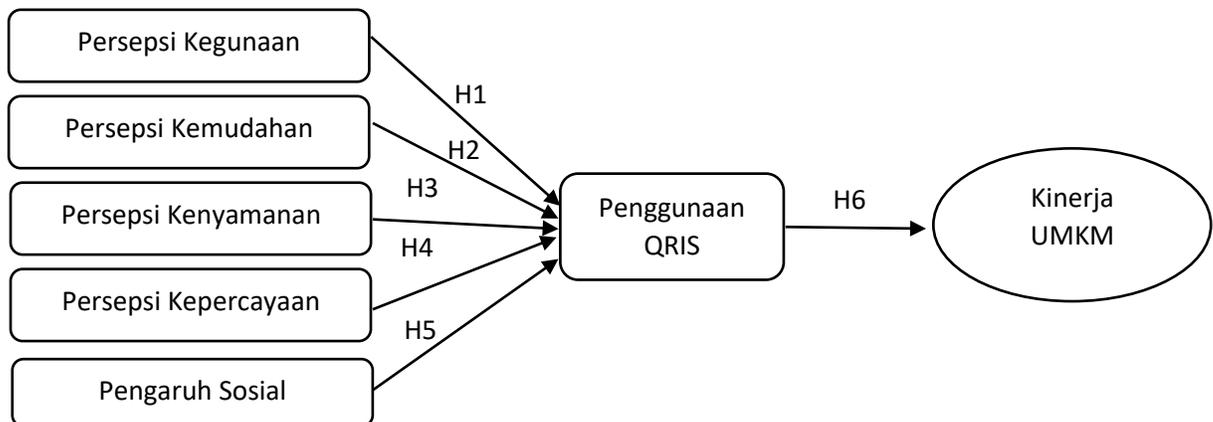
Dalam akuntansi keperilakuan implementasi strategi dan teknologi baru, perkembangan teknologi dapat membantu manajer perusahaan dalam mengakses data base sehingga pekerjaan leboh mudah, lebih cepat dan lebih ekonomis (Sri Wahyuni, 2019 : 222). Dalam istilah inovasi terbuka telah menciptakan nilai baru bagi perusahaan dengan menggabungkan teknologi dan pasar seperti jaringan antar organisasi dan sistem inovasi nasional di luar batas-batas perusahaan (Yun et al., 2020). Transformasi digital ditandai dengan penggunaan teknologi digital baru untuk memungkinkan peningkatan bisnis yang signifikan (Fitzgerald et al., 2013). Kebutuhan untuk digitalisasi dan menggunakan alat digital canggih meningkat secara signifikan seiring dengan ukuran UMKM (Vide et al., 2022). Kemampuan inovasi terbuka dapat memungkinkan yang dalam penelitian ini adalah UMKM untuk dapat menggunakan teknologi seperti halnya menggunakan QRIS dalam kegiatan usahanya. QRIS sebagai inovasi dapat menarik ataupun membangun interaksi antara penjual dan pelanggan yang pada akhirnya akan meningkatkan kinerja. QRIS diproyeksikan dapat meningkatkan kinerja UMKM sebagai inovasi teknologi pembayaran digital non-kartu untuk mempersingkat prosedur transaksi pembayaran (Sulistyaningsih & Hanggraeni, 2022). Sistem ini dapat meningkatkan penjualan UKM dan mengurangi biaya operasional mereka, dengan kedua faktor tersebut memberikan kontribusi positif untuk meningkatkan kinerja keuangan mereka (Tengeh & Talom, 2020). Kinerja UMKM secara signifikan dipengaruhi oleh teknologi pembayaran mobile (Tengeh & Talom, 2020). Secara luas, riset Vide *et al.* (2022) mengungkapkan digitalisasi UMKM dapat mendukung perubahan model bisnis yang ada karena

mendukung pada inovasi dan kinerja bisnis yang berkelanjutan, banyak riset yang menyebutkan dampak positif dari menggunakan teknologi bagi UMKM seperti mencapai banyak keuntungan, menurunkan biaya transaksional, mengurangi investasi peralatan ATK, meningkatkan produktivitas, meningkatkan integrasi dan interaksi, menciptakan skala ekonomi, berbagi pengetahuan, memacu inovasi, mendukung internasionalisasi, mengelola transaksi dari jarak jauh, mengurangi asimetri informasi, memfasilitasi akses ke layanan keuangan, melakukan praktik yang lebih hijau dan meningkatkan daya saing internasional. Dalam mengadopsi QRIS tentunya memberikan berbagai dampak positif dapat dirasakan. Berdasarkan uraian diatas membentuk hipotesis sebagai berikut:

H6: Penggunaan QRIS Berpengaruh Positif Terhadap Kinerja UMKM

2.4 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini diuraikan berdasarkan hipotesis yang telah diuraikan diatas adalah sebagai berikut:



Gambar 8. Kerangka Pemikiran.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Populasi dan Sampel

3.1.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2013: 389). Menurut Supardi (1994) populasi adalah suatu kesatuan individu atau subjek pada wilayah dan waktu dengan kualitas tertentu yang akan diamati atau diteliti. Adapun populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) pada wilayah Provinsi Lampung. Berdasarkan data Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Lampung, berikut adalah daftar jumlah UMKM di 15 Kabupaten dan Kota:

Tabel 4. Jumlah UMKM Provinsi Lampung Tahun 2022

No	Kabupaten/Kota	Jumlah
1.	Lampung Barat	9.736
2.	Tanggamus	4.214
3.	Lampung Utara	27.407
4.	Tulang Bawang	35.612
5.	Tulang Bawang Barat	7.547
6.	Pesawaran	7.547
7.	Mesuji	7.394
8.	Pringsewu	24.779
9.	Lampung Selatan	15.406
10	Lampung Timur	41.250
11.	Way Kanan	1.100
12.	Pesisir Barat	8.346
13	Metro	16.689
14	Bandar Lampung	60.841
15	Lampung Tengah	4.460
Total		273.457

(Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Lampung, 2023)

3.1.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi (Sugiyono, 2012:389). Sampel penelitian adalah bagian dari populasi yang dijadikan subyek penelitian sebagai “wakil” dari para anggota populasi. Ketepatan dalam memilih teknik pengambilan sampel dan jumlah sampel yang memadai, akan dapat di pertanggungjawabkan bahwa sampel penelitian akan dapat mewakili populasi (Supardi, 1994). Adapun sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang menggunakan *Quick Response Indonesia Standard (QRIS)*.

3.1.3 Responden

Responden adalah orang yang menanggapi, memberikan informasi tentang data penelitian (Arikunto, 2009). Penelitian ini menggunakan informasi yang diperoleh dari responden. Adapun responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah pemilik Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang menggunakan *Quick Response Indonesia Standard (QRIS)* dalam transaksi usahanya pada wilayah Provinsi Lampung. Jumlah minimal responden ditentukan dengan Rumus Slovin dengan jumlah populasi UMKM di Provinsi Lampung sebanyak 273.457 yang tersebar di 15 Kabupaten dan Kota dan tingkat kesalahan 5% digunakan karena menurut Isaac dan Michael jika jumlah populasi yang digunakan oleh peneliti cukup banyak, dapat menggunakan tingkat kesalahan 5 % sehingga peneliti dapat menghemat sumber dana, waktu dan tenaga yang dinyatakan dalam rumus berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Presentase tingkat kesalahan (5%)

$$n = \frac{273.457}{1 + 273.457(0,05)^2}$$

$$n = 399,04(\text{Dibulatkan } 400)$$

3.1.4 Teknik Sampling

Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian (Sugiyono, 2012). Menurut (Sugiyono, 2012) *Cluster Sampling* adalah teknik yang digunakan untuk menentukan sampel apabila obyek yang akan diteliti data sangat luas seperti penduduk di suatu negara, provinsi, atau kabupaten. Adapun penelitian ini menggunakan kombinasi pendekatan *snowball sampling* yaitu teknik yang digunakan untuk menyelidiki hubungan antar manusia dalam kelompok yang akrab dengan cara informasi tersebar dikalangan tertentu dari jumlah sampel yang sedikit lalu kemudian jumlah sampel akan menjadi semakin banyak (Hardani et al. 2022: 369), kemudian *purposive sampling* adalah teknik pemilihan anggota sampel secara khusus berdasarkan tujuan penelitian (Hardani et al. 2022: 368). Pemilihan pengambilan sampel ini berdasarkan daerah populasi yang telah ditetapkan. Peneliti menggunakan Teknik *Cluster Sampling* karena responden tersebar di 15 kabupaten dan kota di Provinsi Lampung. Adapun kriteria yang usaha dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) UMKM yang berada di Provinsi Lampung
- 2) UMKM yang termasuk dalam kriteria Peraturan Pemerintah No 7 Tahun 2021.
- 3) UMKM yang telah menggunakan QRIS dalam kegiatan usahanya.

Berdasarkan teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini, berikut jumlah minimal sampel yang perlu diambil pada setiap kabupaten dan kota dengan rumus:

$$Sampel\ Minimal = \frac{Jumlah\ UMKM\ Kabupaten/Kota}{Jumlah\ Seluruh\ UMKM\ Provinsi} \times 400$$

Tabel 5. Jumlah Sampel Minimal Tiap Kabupaten dan Kota

No	Kabupaten/Kota	Jumlah
1.	Lampung Barat	15
2.	Tanggamus	7
3.	Lampung Utara	41
4.	Tulang Bawang	53
5.	Tulang Bawang Barat	12
6.	Pesawaran	11
7.	Mesuji	13
8.	Pringsewu	37
9.	Lampung Selatan	23
10	Lampung Timur	61
11.	Way Kanan	2
12.	Pesisir Barat	13
13	Metro	25
14	Bandar Lampung	89
15	Lampung Tengah	7
Total		409

3.2 Sumber Data

Dalam penelitian kuantitatif, data dapat dikumpulkan dari sumber data primer. Data primer mengacu kepada data yang dikumpulkan secara langsung (Hardani et al, 2022: 401). Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya dengan melakukan proses pengukuran, menghitung sendiri dalam bentuk angket, observasi, wawancara, dan lain sebagainya (Hardani et al, 2022: 401). Adapun dalam penelitian ini sumber data merupakan data primer yang diperoleh dengan menyebarkan kuisioner yang berhubungan dengan penelitian yaitu kepada UMKM yang memenuhi kriteria.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Bagian ini merupakan bagian yang paling strategis dalam sebuah penelitian, karena tujuan dilakukannya sebuah penelitian adalah mendapatkan data (Hardani et al, 2022: 401). Apabila dilihat dari segi cara maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan

dengan *interview* (wawancara), kuesioner (angket), observasi (pengamatan) atau dengan gabungan ketiganya atau triangulasi. Adapun dalam penelitian ini penulis menggunakan triangulasi yaitu dimana peneliti dalam pengumpulan data menggunakan teknik yang berbeda-beda dari sumber yang sama. Peneliti menggunakan observasi parsitatif, wawancara mendalam, dan dengan teknik pengumpulan data kuesioner (angket) sebagai teknik pengumpulan data utama. Kuesioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan untuk dijawab oleh responden. Dalam penelitian ini penulis membuat daftar pertanyaan-pertanyaan mengenai masalah penelitian dan mengajukannya kepada responden. Jenis kuesioner yang digunakan adalah kuisisioner tertutup atau kemungkinan jawaban telah disediakan. Adapun pemilihan kuesioner tertutup dalam penelitian ini adalah membantu responden dalam menjawab dengan cepat, dapat menghemat waktu penelitian, serta memudahkan penulis dalam melakukan analisis data juga tabulasi hasil terhadap seluruh kuisisioner yang terkumpul. Peneliti menggunakan kuisisioner untuk memperoleh data terkait pemikiran, perasaan, sikap, perilaku, dan persepsi dari responden. Penyebaran kuisisioner menggunakan *google form* yang disebar kepada responden.

3.4 Skala Pengukuran

Skala pengukuran adalah kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan interval panjang atau pendek dalam alat ukur. Dengan menggunakan skala pengukuran, alat ukur tersebut dapat menghasilkan data kuantitatif ketika digunakan dalam proses pengukuran. (Sugiyono, 2013). Adapun dalam penelitian ini skala pengukuran yang digunakan adalah data *ordinal* dengan skala *likert*. Skala Likert adalah skala penelitian yang digunakan untuk mengukur sikap dan pendapat responden terhadap suatu fenomena sosial. Dengan menggunakan Skala Likert, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel (Sugiyono, 2013). Metode ini menggunakan peringkat pada kriteria penentuan jawaban, dimana pada kriteria ini memiliki skor untuk setiap pertanyaan pada angket sebagai alternatif pilihan jawaban yang dapat dipilih sebagai jawaban yang mewakili responden. Kriteria penentuan jawaban responden sebagai berikut:

Tabel 6. Kriteria Skala Likert

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-Ragu/Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

(Sumber: Sugiyono, 2013)

3.5 Definisi Variabel Penelitian

Adapun dalam penelitian ini terdapat satu variabel dependen, enam variabel independen.

3.5.1 Variabel Dependen (Terikat)

Variabel terikat adalah variabel yang dalam eksperimen dianggap akan dipengaruhi oleh variabel lain. Dengan kata lain, variabel terikat adalah hasil atau output yang ingin diamati dan ingin memahami bagaimana pengaruh variabel-variabel lain terhadapnya (Hardani, 2020). Menurut Sugiyono (2013) Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Adapun dalam penelitian ini variabel dependen (Y) adalah Kinerja UMKM. Berikut definisi variabel dan indikator variabel sebagai berikut:

Tabel 7. Definisi Variabel Dependen dan Indikator Variabel.

1.	Kinerja UMKM Cao et al. (2018)	Volume Transaksi	Y1.1	(24)
				(25)
	Kwabena et al. (2019)	Penjualan	Y1.2	(26)
				(27)
	Tajudeen et al. (2018)	Laba/Pendapatan	Y1.3	(28)
			Y1.4	(29)
Frank Gahapa Talom (2019)	Penurunan Biaya (Biaya Teknologi dan Biaya Manajemen Kas)	Y1.5	(24)	
		Y1.6	(25)	

(Sumber: Data Diolah, 2023)

3.5.2 Variabel Independen (Bebas)

Variabel bebas merupakan variabel yang menurut peneliti akan mempengaruhi variabel dependen (terikat) dalam suatu eksperimen (Hardani, 2020). Menurut Sugiyono (2013) Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Adapun dalam penelitian ini terdapat lima variabel bebas (X) adalah kegunaan, kemudahan, kenyamanan, kepercayaan, dan pengaruh sosial. Berikut definisi variabel dan indikator variabel sebagai berikut:

Tabel 8. Definisi Variabel Independen Dan Indikator Variabel

No	Variabel	Indikator	Kode	Nomor Pertanyaan
1	Kegunaan Davis (1989)	Pekerjaan lebih cepat	X1.1	(6)
		Efisien	X1.2	(7)
		Meningkatkan produktivitas	X1.3	(8)
2	Kemudahan Sun & Zhang (2006)	Mudah dipelajari	X2.1	(9)
		Fleksibel	X2.2	(10)
		Dapat dikendalikan dan Mudah dimengerti	X2.3	(11) (12) (13)
		Tidak memerlukan keahlian khusus	X2.4	
		Mudah digunakan	X2.5	
3	Kenyamanan Beauchamp, Michelle Bednarz; Ponder (2010)	Proses Chekout cepat	X3.1	(14)
		Cara Pembayaran	X3.2	(15) (16)
		Kemudahan Pembayaran	X3.3	
4	Kepercayaan Noegraheni et al. (2014) Abraham Sleiman et al. (2023)	Kepercayaan bahwa sistem efektif dan kompeten	X4.1	(17) (18)
		Kepercayaan bahwa sistem		(19)

		dapat dipercaya dan diandalkan	X4.2	
		Reputasi	X4.3	
5	Pengaruh Sosial Venkatesh et al. (2003)	Orang-orang yang mempengaruhi perilaku saya berpikir bahwa saya harus menggunakan sistem ini.	X5.1	(20) (21) (22) (23)
		Orang-orang yang penting bagi saya berpikir bahwa saya harus menggunakan sistem ini.	X5.2	
		Manajemen senior bisnis ini telah membantu dalam penggunaan sistem.	X5.3	
		Secara umum, organisasi telah mendukung penggunaan sistem.	X5.4	

(Sumber: Data Diolah, 2023)

3.5.3 Variabel Intervening (Penghubung)

Variabel penghubung adalah variabel yang menjadi antara atau penyelang di antara hubungan variabel bebas dan tak bebas (Hardani, 2020). Menurut Sugiyono (2013) variabel penghubung adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan dependen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati dan diukur. Adapun dalam penelitian ini yang menjadi variabel intervening (Z) adalah Penggunaan QRIS. Berikut definisi variabel dan indikator variabel sebagai berikut:

Tabel 9. Definisi Variabel Intervening dan Indikator Variabel

No	Variabel	Indikator	Kode	Nomor Pertanyaan
1	Penggunaan QRIS Gupta., et., al, (2013) Panca., et. al, (2020)	Dapat diandalkan	Z1.1	(1)
		Mudah di Operasikan	Z1.2	(2)
		Manajemen Keuangan	Z1.3	(3)
		Manajemen Pelanggan	Z1.4	(4)
		Mengelola Sumber Daya Manusia	Z1.5	(5)

(Sumber: Data Diolah, 2023)

3.6 Teknik Analisis Data

Menurut Noeng Muhadjir (1998) yang dikutip oleh Rijali (2018), analisis data dapat didefinisikan sebagai proses sistematis dalam mencari dan mengatur catatan hasil observasi, wawancara, serta sumber lainnya. Tujuan dari analisis data adalah memperdalam pemahaman peneliti tentang kasus yang sedang diteliti dan menyajikannya sebagai temuan yang bermanfaat bagi orang lain. Teknik analisis data ini mengacu pada proses perhitungan yang bertujuan menjawab rumusan masalah serta menguji hipotesis yang diajukan dalam penelitian (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan menggunakan Structural Equation Model (SEM) dengan aplikasi SmartPLS versi 3.0. SEM merupakan metode analisis statistik multivariat yang menggabungkan model pengukuran dan model struktural. Keputusan menggunakan SmartPLS didasarkan pada kemampuannya untuk menguji model SEM formatif dan reflektif dengan skala pengukuran indikator yang berbeda dalam satu model. Model Pengukuran (Outer Model) merupakan pengukuran reflektif dinilai menggunakan reliabilitas dan validitas. Model Struktural (Inner Model) merupakan model struktural menghubungkan variabel laten satu sama lain. Dalam penelitian ini, pendekatan Partial Least Square (PLS) digunakan untuk menguji model SEM dengan berbagai bentuk skala, termasuk rasio kategori, skala Likert, dan lainnya.

3.6.1 Model Pengukuran (*Outer Model*)

Analisis *outer model* digunakan untuk menguraikan hubungan antar variabel laten (konstruk) dengan indikator penyusunnya. Pada uji *outer model* terdapat empat kriteria yang harus diuji yaitu:

1. *Convergent Validity*

Menunjukkan sejauh mana indikator mewakili variabel laten. Kriteria penentu suatu indikator dikatakan valid apabila memiliki nilai *loading factor* $> 0,7$ dan *AVE* $> 0,5$.

2. *Discriminant Validity*

Memastikan bahwa indikator yang digunakan tidak bersifat unidimensional dan memiliki validitas diskriminan yang memadai. Kriterianya yaitu *Cross loading* dimana dalam analisis faktor mengacu pada hubungan antara indikator-indikator dari satu konstruk dengan konstruk lain.

3. *Composite Reliability*

Merupakan ukuran konsistensi internal dalam skala atau konstruk. Mengukur sejauh mana indikator-indikator dalam skala konsisten mengukur konstruk yang sama. Kriterianya harus memiliki nilai $> 0,7$ sehingga dapat dikatakan reliabel.

4. *Cronbach Alpha*

Mengukur konsistensi internal dari sekelompok item dalam skala atau konstruk. Nilai yang diperlukan untuk dapat dikatakan reliabel yaitu harus $> 0,7$.

3.6.2 Struktural Model (*Inner Model*)

Analisis inner model adalah proses evaluasi yang menggunakan metode *bootstrapping* untuk menggambarkan hubungan antara variabel laten hubungan yang signifikan antara konstruk dapat dilihat dari nilai koefisien jalur (*path coefficient*) yang lebih besar dari 0,1 (Ghozali, 2018). Analisis inner model terdiri dari:

1. Analisis Variant Koefisien Determinasi (R^2)

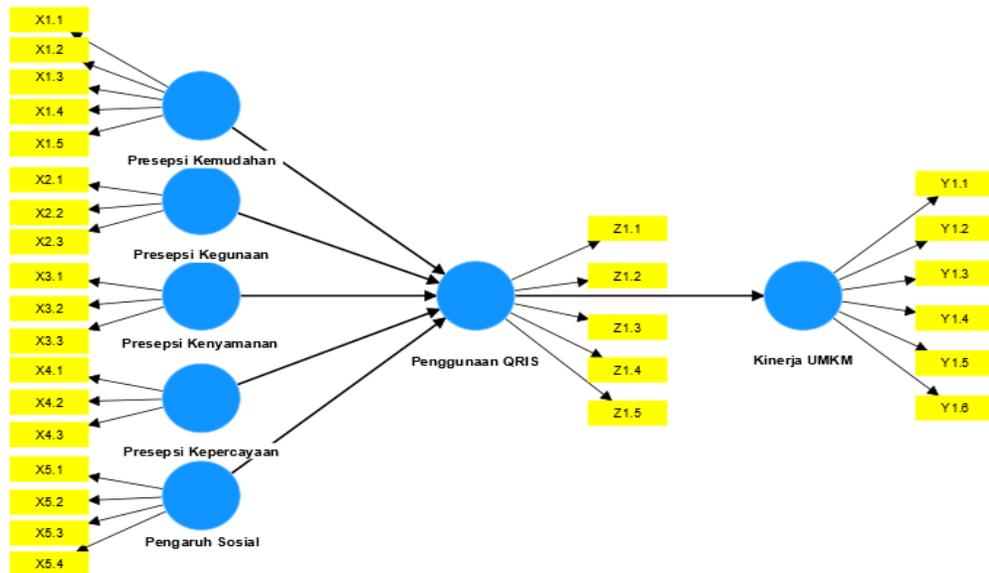
Koefisien Determinasi (R^2) menggambarkan sejauh mana model struktural mampu menjelaskan variasi dari konstruk endogen. Dalam penelitian ini, tingkat signifikansi yang digunakan adalah 5%. Analisis varians dilakukan dengan memperhatikan nilai R-Square.

2. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis, kita melihat nilai *T-Statistic* dan *P-Values* pada uji *Path Coefficient*. Kentuannya nilai *P-Values* yang untuk nilai signifikansi 5% adalah $< 0,05$. Sedangkan untuk nilai T-Tabel pada alpha 39,5% adalah 1,96. (Dr. Duryadi, 2021).

4 Model Diagram Jalur

Adapun dalam penelitian ini untuk menguji hubungan variabel dependen, variabel independen menggunakan SmartPLS Versi 3.0. Dengan konstruksi diagram jalur. Berikut diagram jalur pada penelitian ini:



Gambar 9. Diagram Jalur.

3.7 Hasil Uji Reabilitas Kuisisioner

Pengujian *pilot test* dilakukan dengan menggunakan sampel kecil yaitu sebanyak 31 responden.

Tabel 10. Uji Reabilitas Kuisisioner

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Kinerja UMKM	0,898	0,921
Pengaruh Sosial	0,879	0,916
Penggunaan QRIS	0,895	0,924
Persepsi Kegunaan	0,854	0,911
Persepsi Kemudahan	0,948	0,960
Persepsi Kenyamanan	0,872	0,910
Persepsi Kepercayaan	0,924	0,949

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini memiliki reliabilitas yang baik. Nilai composite reliability dan Cronbach's alpha keseluruhan variabel melebihi 0,7, menunjukkan bahwa variabel-variabel tersebut dapat diandalkan dalam pengukuran dan analisis.

3.8 Hasil Uji Validitas Kuisisioner

Pengujian *pilot test* dilakukan dengan menggunakan sampel kecil yaitu sebanyak 31 responden. Uji validitas dilihat dari nilai *outer loadings* dan nilai *average Variance Extracted (AVE)*. Pada *outer loadings* nilainya harus lebih dari 0,7 sedangkan nilai AVE harus diatas 0,5.

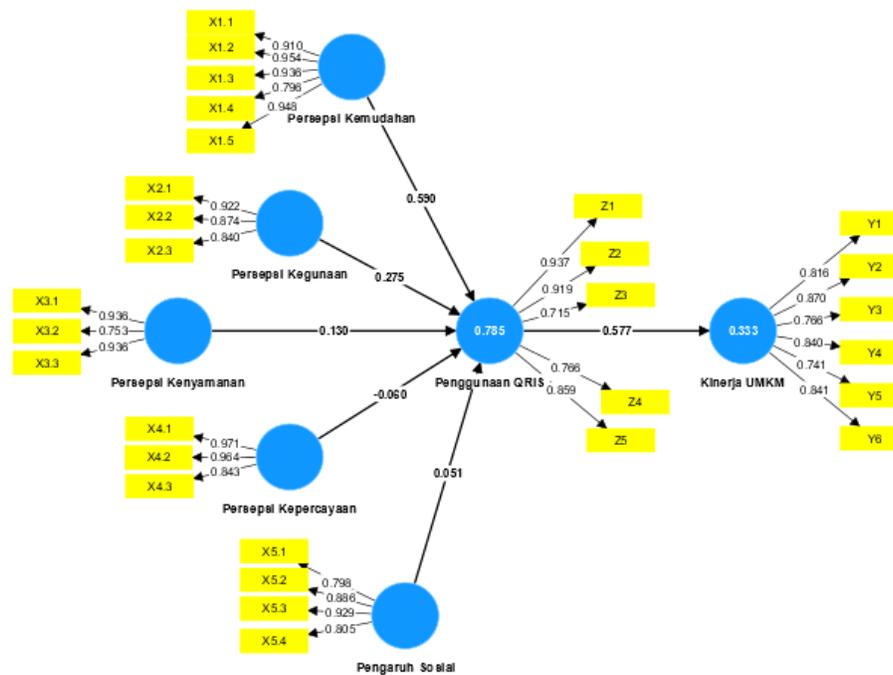
Tabel 11. Nilai Outer Loadings

Variabel	Kinerja UMK M	Pengaruh Sosial	Penggunaan QRIS	Persepsi Kemudahan	Persepsi Kegunaan	Persepsi Kenyamanan	Persepsi Kepercayaan
X1.1				0,910			
X1.2				0,954			
X1.3				0,936			
X1.4				0,796			
X1.5				0,948			
X2.1					0,922		
X2.2					0,874		
X2.3					0,840		
X3.1						0,936	
X3.2						0,753	
X3.3						0,936	
X4.1							0,971
X4.2							0,964
X4.3							0,843
X5.1		0,798					
X5.2		0,886					
X5.3		0,929					
X5.4		0,805					
Y1	0,816						
Y2	0,870						
Y3	0,766						
Y4	0,840						
Y5	0,741						
Y6	0,841						
Z1			0,937				
Z2			0,919				
Z3			0,715				
Z4			0,766				
Z5			0,859				

Tabel 12. Nilai Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
Kinerja UMKM	0,662
Pengaruh Sosial	0,733
Penggunaan QRIS	0,712
Persepsi Kegunaan	0,773
Persepsi Kemudahan	0,830
Persepsi Kenyamanan	0,773
Persepsi Kepercayaan	0,861

Berdasarkan tabel di atas, semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid. Nilai outer loadings dan average Variance Extracted (AVE) keseluruhan variabel melebihi 0,7 dan 0,5, masing-masing. Hal ini menunjukkan bahwa variabel-variabel tersebut memiliki validitas yang memadai untuk digunakan dalam analisis penelitian.



Gambar 10. Output SmartPLS

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan dari keenam hipotesis yang diajukan variabel persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, persepsi kepercayaan, pengaruh sosial dan penggunaan QRIS berpengaruh positif dan terdukung terhadap kinerja UMKM. Namun, variabel persepsi kenyamanan tidak berpengaruh atau tidak terdukung. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penggunaan QRIS oleh UMKM di Provinsi Lampung dapat meningkatkan kinerja UMKM melalui persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, persepsi kepercayaan, pengaruh sosial. Namun, persepsi kenyamanan tidak mempengaruhi kinerja UMKM.

Penelitian ini juga menemukan bahwa penggunaan QRIS berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM dalam meningkatkan volume transaksi, penjualan, profitabilitas, dan menurunkan biaya operasional. Bagi UMKM, teknologi QRIS memberikan banyak keuntungan, antara lain transaksi yang cepat dan aman serta terdokumentasi, pengurangan biaya, peningkatan basis pelanggan, dan transaksi yang steril. Penggunaan QRIS dapat memperluas jangkauan pasar, sehingga UMKM dapat menarik konsumen baru dan meningkatkan penjualan.

QRIS (*Quick Response Indonesia Standard*) memiliki manfaat yang signifikan bagi UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah). Pertama, QRIS meningkatkan efisiensi transaksi dengan mengurangi ketergantungan pada uang tunai dan mempercepat proses pembayaran. Kedua, QRIS meningkatkan keamanan transaksi melalui enkripsi data yang canggih sehingga melindungi informasi pelanggan. Ketiga, QRIS memperluas jangkauan pasar dengan memungkinkan UMKM untuk menerima pembayaran melalui berbagai metode elektronik, seperti mobile payment

dan *e-money*, sehingga dapat menjangkau konsumen yang lebih luas. Oleh karena itu, komitmen untuk pengoptimalan dan pemuktahiran QRIS diperlukan untuk peningkatan pelayanan bagi pengguna.

Implikasi penelitian yang dapat dipertimbangkan adalah UMKM dapat meningkatkan penggunaan QRIS untuk meningkatkan kinerja keuangan dan efisiensi bisnis. Selanjutnya, UMKM dapat meningkatkan pemahaman tentang QRIS dan manfaatnya untuk bisnis mereka melalui pelatihan dan edukasi. Terakhir, UMKM dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan dengan memastikan keamanan dan kenyamanan dalam penggunaan QRIS.

Pengujian tambahan yang dilakukan peneliti diharapkan mampu memberikan gambaran situasi yang terjadi pada UMKM sebagai bahan dasar pertimbangan untuk menentukan kebijakan bagi UMKM dalam upaya meningkatkan kinerja UMKM melalui penggunaan QRIS. Pada pengujian tambahan yang dilakukan pemerintah dapat mengidentifikasi lebih dalam lagi mengapa faktor-faktor dalam penelitian ini memiliki perbedaan persepsi yang dirasakan antara UMKM Mikro dan UMKM Kecil di Provinsi Lampung.

5.2 Keterbatasan

1. Data terkait dengan UMKM di Indonesia masih terbatas sehingga terdapat kesulitan dalam mengakses dan menjangkau responden.
2. Keterbatasan responden yang dapat dijangkau hanya UMKM Mikro dan UMKM Kecil sedangkan UMKM Menengah belum memiliki perwakilan responden.
3. Penelitian ini belum secara mendalam dan memberikan gambaran terhadap sisi psikologis terkait persepsi UMKM terhadap keputusan menggunakan QRIS.
4. Penelitian ini mungkin hanya mempertimbangkan beberapa faktor yang mempengaruhi penggunaan QRIS dan kinerja UMKM. Variabel lain yang

relevan, seperti faktor budaya, atau karakteristik UMKM, mungkin tidak dibahas secara mendalam.

5. Beberapa variabel memiliki sedikit indikator dalam pengajuan pertanyaan kepada responden.
6. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini masih menggunakan indikator tahun yang lama belum mengadopsi indikator tahun yang baru.

5.3 Saran

5.3.1 Bagi Pemerintah

1. Pemerintah dapat memberikan insentif dan pelatihan kepada UMKM untuk mengadopsi teknologi digital, termasuk penggunaan QRIS. Ini akan membantu UMKM meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas pasar.
2. Investasi dalam infrastruktur teknologi, seperti koneksi internet yang cepat dan stabil, akan memudahkan UMKM dalam menggunakan QRIS. Pemerintah dapat bekerja sama dengan sektor swasta untuk memperluas jangkauan teknologi di seluruh wilayah.
3. Pemerintah dapat mengadakan kampanye edukasi tentang manfaat QRIS bagi UMKM dan masyarakat. Informasi tentang cara menggunakan QRIS, keamanan transaksi, dan manfaatnya perlu disosialisasikan secara luas.
4. Pemerintah perlu memastikan bahwa penggunaan QRIS tidak menimbulkan risiko bagi konsumen. Regulasi dan pengawasan yang ketat diperlukan untuk melindungi hak-hak konsumen.

5.3.2 Bagi Bank Indonesia

1. Bank Indonesia dapat meningkatkan kampanye edukasi tentang QRIS kepada UMKM di Lampung. Informasi yang lebih baik tentang manfaat dan cara penggunaan QRIS akan membantu meningkatkan adopsi dan pemahaman.
2. Memastikan keamanan QRIS adalah prioritas. Bank Indonesia dapat bekerja sama dengan penyedia layanan pembayaran dan institusi keuangan untuk

memastikan bahwa transaksi melalui QRIS aman dan terlindungi dari penipuan.

3. Terus mengembangkan fitur QRIS untuk memenuhi kebutuhan pengguna. Misalnya, memperkenalkan fitur seperti pembayaran berlangganan, pembayaran tagihan, atau pengumpulan poin loyalitas melalui QRIS.
4. Bank Indonesia dapat berkolaborasi dengan pihak terkait, termasuk perusahaan teknologi, bank, dan pedagang, untuk memastikan adopsi QRIS yang lebih luas dan efektif.
5. Melakukan pemantauan dan evaluasi secara berkala terhadap implementasi QRIS di Lampung. Ini akan membantu mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki dan memastikan kesuksesan jangka panjang QRIS.

5.3.3 Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Beberapa topik yang dapat dipertimbangkan adalah pertama penelitian yang dapat mengevaluasi pengaruh penggunaan QRIS pada kepuasan pelanggan UMKM.
2. Penelitian yang dapat dilakukan untuk mengevaluasi pengaruh penggunaan QRIS pada efisiensi bisnis UMKM.
3. Penelitian yang dapat dilakukan untuk mengevaluasi pengaruh penggunaan QRIS pada keamanan transaksi UMKM.
4. Menambah cakupan sampel dan populasi pada wilayah dengan kondisi daerah yang berbeda misalnya di wilayah Indonesia bagian Timur.
5. Menambah indikator pertanyaan pada beberapa variabel untuk lebih memperdalam penelitian.
6. Indikator dengan tahun yang terbaru dapat digunakan pada penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abraham Sleiman, K. A., Juanli, L., Lei, H. Z., Rong, W., Yubo, W., Li, S., Cheng, J., & Amin, F. (2023). Factors That Impacted Mobile-Payment Adoption In China During The COVID-19 Pandemic. *Heliyon*, 9(5), E16197. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.E16197>
- Achiriani, M. P. A., & Hasbi, I. (2021). Pengaruh Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Perceived Risk, Perceived Cost Terhadap Behavioral Intention Pada Pengguna Dompot Digital Dana Di Indonesia. *E-Proceeding Of Management*, 8(1), 376–388.
- Afandi, A., Fadhillah, A., & Sari, D. P. (2021). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Niat Menggunakan E-Wallet Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening. *Journal Of Social Science Research*, 1(2), 568–577.
- Aji, H.M. And Adawiyah, W.R. (2022), "How E-Wallets Encourage Excessive Spending Behavior Among Young Adult Consumers?", *Journal Of Asia Business Studies*, Vol. 16 No. 6, Pp. 868-884. <https://doi.org/10.1108/JABS-01-2021-0025>
- Al-Marroof, R. A. S., & Al-Emran, M. (2018). Students Acceptance Of Google Classroom: An Exploratory Study Using PLS-SEM Approach. *International Journal Of Emerging Technologies In Learning*, 13(6), 112–123. <https://doi.org/10.3991/ijet.V13i06.8275>
- Alodokter. (2020). No Title. *Diakses 21 Mei 2023, Pukul 09:48*.
- Amoroso, D. L., & Magnier-Watanabe, R. (2012). Building A Research Model For Mobile Wallet Consumer Adoption: The Case Of Mobile Suica In Japan. *Journal Of Theoretical And Applied Electronic Commerce Research*, 7(1), 94–110. <https://doi.org/10.4067/S0718-18762012000100008>
- Arikunto, S. (2009). *Manajemen Penelitian*. Rineka Cipta.
- ASPI. (2021). Tampilan QRIS MPM. *Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia*, 3/III/2021, 1–9.
- Badar, N. A. (2023). Deputi Gubernur BI Sebut Peningkatan Kinerja UMKM Jadi Fokus Utama. *ANTARA*, 1.

- Bagus, N., Sudiatmika, P., Ayu, I., Martini, O., & Nasional, P. (2022). *Faktor-Faktor Mempengaruhi Niat QRIS Jurnal Magister Manajemen Unram*. 11(3), 239–254. <https://doi.org/10.29303/Jmm.V11i3.735>
- Beauchamp, Michelle Bednarz; Ponder, N. (2010). Perceptions Of Retail Convenience For In-Store And Online Shoppers. *Marketing Management Journal*, Vol 20(1), P49-65.
- Cao, Y., Ajjan, H., Hong, P., & Le, T. (2018). Using Social Media For Competitive Business Outcomes: An Empirical Study Of Companies In China. *Journal Of Advances In Management Research*, 15(2), 211–235. <https://doi.org/10.1108/JAMR-05-2017-0060>
- Chhonker, M. S., Verma, D., & Kar, A. K. (2017). Review Of Technology Adoption Frameworks In Mobile Commerce. *Procedia Computer Science*, 122, 888–895. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2017.11.451>
- Chin W, M. G. (1998). The Partial Least Squares Approach To Structural Formula Modeling. *Advances In Hospitality And Leisure*, 8 (2) (January 1998), 5.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Dr. Duryadi, M. S. (2021). *Metode Penelitian Ilmiah Metode Penelitian Empiris Model Path Analysis Dan Analisis Smartpls*.
- Driscoll, J. W. (2014). And Participation In Decision Organizational Making As Predictors Of Satisfaction. *Academy, The Journal, Management*, 21(1), 44–56.
- Duarte, P., Costa, S., & Bernardo, M. (2018). Journal Of Retailing And Consumer Services How Convenient Is It ? Delivering Online Shopping Convenience To Enhance Customer Satisfaction And Encourage E-WOM. *Journal Of Retailing And Consumer Services*, 44(May), 161–169. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2018.06.007>
- Duartea, P., Costa, S., & Ferreirab, M. B. (2018). *Machine Translated By Google Jurnal Ritel Dan Layanan Konsumen Seberapa Nyaman Itu ? Menghadirkan Kenyamanan Belanja Online Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Dan Mendorong E-WOM Machine Translated By Google*. 44, 161–169.
- Elena, M. (2021). *BI Catat 10,4 Juta Merchant Telah Gunakan QRIS*. *Ekonomi Bisnis*, Diakses 19 Juni 2023 Pukul 09:43. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20210923/9/1445881/bi-catat-104-juta-merchant-telah-gunakan-qris>

- Feriawan Hidayat. (2022). *PBB Akui Sektor UMKM Menyumbang 90% Bisnis Di Dunia*. Berita Satu.
- Fitzgerald, B. M., Kruschwitz, N., Bonnet, D., & Welch, M. (2013). *Embracing Digital Technology A New Strategic Imperative*.
- Frank Gahapa Talom, R. K. T. (2019). The Impact Of Mobile Money On The Financial Performance Of The Smes In Douala, Cameroon. *MDPI*. <https://doi.org/10.3390/Su12010183>
- Frinda Agnesya Aridinta And Grace Widjoko. (2018). Analisis Pengaruh Kenyamanan Layanan Online Terhadap Kepuasan Konsumen Mobile Commerce Di Indonesia. *Ekonomi Dan Bisnis*, 7(2), 1–23.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif Dengan Partial Least Square*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gupta, P., Seetharaman, A., & Raj, J. R. (2013). The Usage And Adoption Of Cloud Computing By Small And Medium Businesses. *International Journal Of Information Management*, 33(5), 861–874. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2013.07.001>
- Hardani, Helmina Andriani, Jumari Ustiawaty, Evi Fatmi Utami, Ria Rahmatul Istiqomah, R. A. F. (2022). Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. In *LP2M UST Jogja* (Issue March).
- Hardiyanto, N., Indra Gunawan, A., Rafdinal, W., & Afif, N. C. (2021). Analisis Perilaku Belanja Online Selama Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 6(3), 120–130. <https://doi.org/10.35313/Jrbi.V6i3.2246>
- Hardiyanto, N., Rafdinal, W., & Gaffar, M. R. (2022). Predicting The Adoption Of Mobile Business Applications By Culinary Smes In Indonesia. *Journal Of Management And Entrepreneurship Research*, 3(1), 46–60. <https://doi.org/10.34001/Jmer.2022.6.03.1-27>
- Harini, S., Pranitasari, D., Said, M., & Endri, E. (2023). Determinants Of SME Performance: Evidence From Indonesia. *Problems And Perspectives In Management*, 21(1), 471–481. [https://doi.org/10.21511/Ppm.21\(1\).2023.40](https://doi.org/10.21511/Ppm.21(1).2023.40)
- Hartono, P. J. (2016). *Menyambut Ekonomi Digital*. Artikel FEB UGM, Diakses 13 Mei Pukul 13:04.
- Hasibuan. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Cetakan Ke). Bumi Askara.
- Hussain, A., Shahzad, A., & Hassan, R. (2020). Organizational And Environmental

- Factors With The Mediating Role Of E-Commerce And SME Performance. *Journal Of Open Innovation: Technology, Market, And Complexity*, 6(4), 1–21. <https://doi.org/10.3390/joitmc6040196>
- Jacks, T., Palvia, P., Schilhavy, R., & Wang, L. (2011). A Framework For The Impact Of IT On Organizational Performance. *Business Process Management Journal*, 17(5), 846–870. <https://doi.org/10.1108/14637151111166213>
- Juan, E., & Indrawati, L. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Melakukan Pembayaran Menggunakan Qris. *K&K_Jurnal Manajemen*, 2(1), 313–325.
- Junadi, J., & Sfenrianto, S. (2017). A Model Of Factors Influencing Consumer ' S Intention To Use E-Payment System In Indonesia A Model Of Factors Influencing Con Sumer ' S Intention To Use E-Payment System In Indonesia. *Procedia - Procedia Computer Science*, 59(December 2015), 214–220. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2015.07.557>
- Kesehatan, K. (2020). *No Title*. Diakses 21 Mei 2023, Pukul 09:10. <https://promkes.kemkes.go.id/informasi-tentang-virus-corona-novel-coronavirus>
- Khandar, P. (2014). *Online Shopping Convenience*. 3(2), 1–17.
- Kien, N. T., Mobile, O., Joint, S., Invoices, P., Tickets, B. A., & Tickets, M. (2022). *Analysis Of Factors Affecting Customers 's Intention To Use Momo- E-Wallet In Vietnam*. 13(6), 378–391.
- Kim, K. (2020). The Effects Of Mobile Money On Financial Inclusion In Nairobi, Kenya. *Journal Of International Area Studies*, 24(1), 253–274. <https://doi.org/10.18327/jias.2020.1.24.1.253>
- King, W. R., & He, J. (2006). A Meta-Analysis Of The Technology Acceptance Model. *Information And Management*, 43(6), 740–755. <https://doi.org/10.1016/j.im.2006.05.003>
- Komunikasi, D. (2019). *QRIS, Satu Qr Code Untuk Semua Pembayaran*. Bank Indonesia, Diakses 24 Mei 2023 Pukul 08:01. https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/pages/sp_216219.aspx
- Kota, T. P., & Kusumastuti, S. Y. (2022). Analisis Pengaruh Minat Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking Dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (Tam). *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 10(3), 276–288. <https://doi.org/10.31846/jae.v10i3.515>

- Kwabena, G.-Y., Qiang, M., Wenyuan, L., Ali Qalati, S., & Erusalkina, D. (2019). *Epra International Journal Of Economic And Business Review Effects Of The Digital Payment System On Smes Performance In Developing Countries; A Case Of Ghana. December, 79–87*. <https://doi.org/10.36713/Epra2012>
- Lampung, O. P. (2022). *Informasi Untuk Mempermudah Pembayaran Dengan QRIS*. Lampung Premprov. <https://ppid.lampungprov.go.id/detail-post/informasi-untuk-mempermudah-pembayaran-dengan-qr>
- Lestari, A. A., Isyanto, P., & Sumarni, N. (2023). ... *Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas Dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology (Fintech 4(6), 8342–8350*. [http://repository.radenintan.ac.id/29526/%0Ahttp://repository.radenintan.ac.id/29526/1/Sripsi Bab 1-2 Dapus.Pdf](http://repository.radenintan.ac.id/29526/%0Ahttp://repository.radenintan.ac.id/29526/1/Sripsi%20Bab%201-2%20Dapus.Pdf)
- Lu, Y., Yang, S., Chau, P. Y. K., & Cao, Y. (2011). Dynamics Between The Trust Transfer Process And Intention To Use Mobile Payment Services: A Cross-Environment Perspective. *Information And Management, 48(8), 393–403*. <https://doi.org/10.1016/j.im.2011.09.006>
- Lubis, A. I. (2017). *Akuntansi Keperilakuan (Akuntansi Multiparadigma)*. Salemba Empat.
- Mahyuni1, L. P., & Setiawan, I. W. A. (2021). Bagaimana QRIS Menarik Minat UMKM ? Sebuah Model Untuk Memahami Intensi UMKM Menggunakan QRIS How Does QRIS Attract Msmes ? A Model To Understand The Intentions Of Smes Using QRIS. *Forum Ekonomi, 23(4), 735–747*.
- Monica, F., & Japarianto, E. (2022). Analisa Pengaruh Perceived Ease Of Use Dan Melalui Perceived Enjoyment Terhadap Behavior Intention Pada Digital Payment. *Jurnal Manajemen Pemasaran, 16(1), 9–15*. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.16.1.9-15>
- Mumtas, F. (2021). Analisis Metode Benefit Cost Analysis (BCA) Dalam Audit Sistem Informasi PT. Najwa Bintang Anugerah. *Jurnal Sains Komputer & Informatika (J-SAKTI), 5(1), 396–405*.
- Musa, A., Khan, H. U., & Alshare, K. A. (2015). Factors Influence Consumers' Adoption Of Mobile Payment Devices In Qatar. *International Journal Of Mobile Communications, 13(6), 670–689*. <https://doi.org/10.1504/IJMC.2015.072100>
- Nabila, F. (2019). *Klasifikasi UKM Dan UMKM Di Indonesia*. Smartlegal.Id, Diakses 10 Juni 2023, Pukul 08:10. <https://smartlegal.id/smarticle/2019/02/13/klasifikasi-ukm-dan-umkm-di>

Indonesia/

- Nadia, G., & Wiryawan, D. (2022). Pengaruh Persepsi Kegunaan Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Niat Penggunaan E-Wallet ShopeePay (Studi Pada Pengguna ShopeePay Di Bandar Lampung). *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 3(2), 185–198. <https://doi.org/10.24042/Revenue.V3i2.13486>
- Nizar, A. M., & Yusuf, A. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Dompet Digital Linkaja. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(2), 928. <https://doi.org/10.33087/Jmas.V7i2.569>
- Noegraheni, H. P. D. E. (2014). Terhadap Repurchase Pada Kaskus Hartiwi Prabowo ; Darman ; Enny Noegraheni. *Binus Business Review*, 5, 301–314.
- Owusu, P. R., Asiedu, E. P., Ji, J., & Sarpong, F. A. (2022). Innovation And Evaluation Of Technology Acceptance Model (Tam) In S-Commerce: A Case Of Social Media Platforms In Ghana. *Journal Of Computer And Communications*, 10(03), 100–124. <https://doi.org/10.4236/Jcc.2022.103007>
- Pavlou, P. A., Gefen, D., & Gefen, D. (2004). Based Trust Building Effective Online Marketplaces With Institution-Based Trust. *Information Systems Research*, 15(1)(April 2015), 37–59. <https://doi.org/10.1287/isre.1040.0015>
- Phan, T. N., Ho, T. V., & Le-Hoang, P. V. (2020). Factors Affecting The Behavioral Intention And Behavior Of Using E-Wallets Of Youth In Vietnam. *The Journal Of Asian Finance, Economics And Business*, 7(10), 295–302. <https://doi.org/10.13106/Jafeb.2020.Vol7.N10.295>
- Pramestiningrum, R. D., & I. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Financial Capital, Dan Kebijakan Pemerintah Terhadap Kinerja UMKM Di Jawa Timur. *Business And Banking*, 9(2), 279–296. <https://doi.org/10.14414/Jbb.V9i2.1750>
- Prena, G. Das, & Dewi, N. K. S. G. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Gaya Hidup, Persepsi Keamanan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan ShopeePay. *Wacana Ekonomi (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi)*, 22(2), 142–155. <https://doi.org/10.22225/We.22.2.2023.142-155>
- Prof. Dr. Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Penerbit Alfabeta.
- Purnama, P. A., Kroon, K. K., & Suryadi, N. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Perilaku Menggunakan Teknologi (Studi Kasus Pada UKM Di Malang). *Jurnal Minfo Polgan*, 12(1), 872–877. <https://doi.org/10.33395/Jmp.V12i1.12503>

- Qalati, S. A., Li, W., Ahmed, N., Mirani, M. A., & Khan, A. (2021). Examining The Factors Affecting Sme Performance: The Mediating Role Of Social Media Adoption. *Sustainability (Switzerland)*, 13(1), 1–24. <https://doi.org/10.3390/Su13010075>
- Rahayu, R., & Day, J. (2015). Determinant Factors Of E-Commerce Adoption By Smes In Developing Country: Evidence From Indonesia. *Procedia - Social And Behavioral Sciences*, 195, 142–150. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.06.423>
- Rahmiati, R., & Yuannita, I. I. (2019). The Influence Of Trust, Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And Attitude On Purchase Intention. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 8(1), 27–34. <https://doi.org/10.24036/jkmb.10884800>
- Rianto, M. (2021). Pengaruh Financial Knowledge, Pendapatan Dan Social Influence Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Pembayaran Digital Pada Generasi Milenial Islam Di Kota Bekasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(03), 1858–1865. <http://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jiedoi>:<http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v7i3.3620>
- Rizi, Y. A., Dharma, F., Amelia, Y., & Prasetyo, T. J. (2023). Factors Affecting Trust And Interest In Transactions By Indonesian Msme Sellers In E-Commerce. *Journal Of Indonesian Economy And Business*, 38(1), 19–42. <https://doi.org/10.22146/jieb.v38i1.4394>
- Ruth Intan Sozometa Kanafi. (2023). Mewujudkan UMKM Center Jadi Rumahnya UMKM Lokal Lampung. *Antara*, 1.
- Sari, N. N. (2022). The Use Of Technology Acceptance Model To Explain Brand Attitude And Loyalty Intention In E-Commerce: The Gamification Case. *Asean Marketing Journal*, 14(1). <https://doi.org/10.21002/amj.v14i1.1151>
- Sari, P. I., Dona, F., & Burhanudin. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Shopeepay (Studi Kasus Pada Karyawan PT Sarana Utama Adimandiri). *Journal Of Social Science Research*, 3.
- Setiawan, A., & Sulistiowati, L. H. (2018). Penerapan Modifikasi Technology Acceptance Model (Tam) Dalam E-Business. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 10(2), 171–186. <https://doi.org/10.25105/jmpj.v10i2.2277>
- Sholihah, E., & Nurhapsari, R. (2023). Percepatan Implementasi Digital Payment Pada UMKM: Intensi Pengguna QRIS Berdasarkan Technology Acceptance Model. 12(1), 1–12.

- Sila, I. (2013). Factors Affecting The Adoption Of B2B E-Commerce Technologies. In *Electronic Commerce Research* (Vol. 13, Issue 2). <https://doi.org/10.1007/S10660-013-9110-7>
- Sochiffan, D. (2022). Kepercayaan Wajib Pajak Dalam Pembayaran Pajak Menggunakan Qris Melalui Technology Acceptance Model (Tam) Pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda. *Jurnal Riset Pembangunan*, 5(1), 33–44. <https://doi.org/10.36087/Jrp.V5i1.117>
- Soegiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.
- Sri Wahyuni, J. H. (2019). *Pengantar Akuntansi Keperilakuan*.
- Statista. (2023). *No Title*. Diakses 23Mei 2023, Pukul 18:40.
- Stobierski, T. (2022). *How To Do A Cost-Benefit Analysis & Why It's Important*. Harvard Business School. <https://online.hbs.edu/blog/post/cost-benefit-analysis-cost-benefit-analysis-is-sense-from-a-business-perspective>.
- Sulistyaningsih, H., & Hanggraeni, D. (2022). Investigating The Adoption Of QR Code Indonesian Standard Through Organizational And Environmental Factors And Its Impact On Micro Small Medium Enterprise Performance. *Global Business And Management Research, Suppl. Special Issue*, 14(3s), 962–982.
- Sun, H., & Zhang, P. (2006). The Role Of Moderating Factors In User Technology Acceptance. *International Journal Of Human Computer Studies*, 64(2), 53–78. <https://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2005.04.013>
- Susanto, E., & Jimad, N. (2019). Pengaruh Persepsi Penggunaan Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Penggunaan E-Filling. *Jurnal Akuntansi Peradaban*, 5(1), 104–125.
- Syahrina, A., & Christiana, I. (2023). Efek Mediasi Kepercayaan Pada Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Pendahuluan Financial Technology (Fintech) Merupakan Berdasarkan Data Bank Indonesai Jumlah. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 12(2), 161–174. <https://doi.org/10.32502/Jimn.V12i2.6041>
- Tajudeen, F. P., Jaafar, N. I., & Ainin, S. (2018). Understanding The Impact Of Social Media Usage Among Organizations. *Information And Management*, 55(3), 308–321. <https://doi.org/10.1016/j.im.2017.08.004>
- Taufan, A., & Yuwono, R. T. (2019a). Analysis Of Factors That Affect Intention To Use E-Wallet Through The Technology Acceptance Model Approach (Case Study : GO-PAY). *International Journal Of Science And Research (IJSR)*,

August. <https://doi.org/10.21275/ART2020219>

- Taufan, A., & Yuwono, R. T. (2019b). Analysis Of Factors That Affect Intention To Use E-Wallet Through The Technology Acceptance Model Approach (Case Study: GO-PAY). *International Journal Of Science And Research*, 8(7), 413–419. <https://doi.org/10.21275/ART2020219>
- Tengeh, R. K., & Talom, F. S. G. (2020). Mobile Money As A Sustainable Alternative For Smes In Less Developed Financial Markets. *Journal Of Open Innovation: Technology, Market, And Complexity*, 6(4), 1–21. <https://doi.org/10.3390/Joitmc6040163>
- Thi, N., Ha, V., Anh, N. T., Ngoc, N., & Quynh, D. (2023). *Determinants Of Students' Intention To Use E-Wallet In Hanoi – A PLS-SEM Analysis*. 3(2), 91–101.
- Tyas, E. I., & Darma, E. S. (2017). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Perceived Enjoyment, Dan Actual Usage Terhadap Penerimaan Teknologi Informasi: Studi Empiris Pada Karyawan Bagian Akuntansi Dan Keuangan Baitul Maal Wa Tamwil Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 1(1), 25–35. <https://doi.org/10.18196/Rab.010103>
- Utari, I. D. A. R., Utami, N. W., & Putri, I. G. A. P. D. (2022). Analisis Intention Of Use Dalam Implementasi Pembayaran QRIS Pada Pelaku Usaha Di Pasar Seni Sukawati. *SNESTIK: Seminar Nasional Teknik Elektro, Sistem Informasi, Dan Teknik Informatika*, 28–33.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance Of Information Technology: Toward A Unified View. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 27(3), 425–478. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2019). *Quarterly*. 27(3), 425–478.
- Vide, R. K., Hunjet, A., & Kozina, G. (2022). Enhancing Sustainable Business By Smes' Digitalization. *Journal Of Strategic Innovation And Sustainability*, 17(1), 13–22. <https://doi.org/10.33423/Jsiv.17i1.5013>
- Wardhani, R. A., Arkeman, Y., & Ermawati, W. J. (2023). The Impact Of Quick Response Adoption Of Payment Code On Msmes' Financial Performance In Indonesia. *International Journal Of Social Service And Research*, 3(3), 869–878. <https://doi.org/10.46799/Ijssr.V3i3.294>
- Wirmie Eka Putra, A. M., & Siregar, P. Y. (2020). *Determinan Faktor- Faktor Yang*

Mempengaruhi Minat Wajib Pajak Dalam Penggunaan E-Filing (Pp. 173–187). Sistem Informasi, Keuangan, Auditing Dan Perpajakan.

- Yolanda, A., & Widijoko, W. (2014). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kenyamanan, Dan Norma Subjektif Terhadap Minat Menggunakan Electronic Commerce (E-Commerce). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 2(2), 1–20. <https://jimfeb.Ub.Ac.Id/Index.Php/Jimfeb/Article/View/1122>
- Yora Kurnia Ilahi NF, M. S. (2022). Faktor-Faktor (Benefits , Trust , Easy Of Use , Dan Security) Yang Mempengaruhi Persepsi Konsumen Dalam Menggunakan QRIS Pada Generasi Milenial Kota Batam. *Business, Proceeding Applied*, 2021(November), 17–19.
- Yousafzai, S. Y., Foxall, G. R., & Pallister, J. G. (2007). Technology Acceptance: A Meta-Analysis Of The TAM: Part 1. In *Journal Of Modelling In Management* (Vol. 2, Issue 3). <https://doi.org/10.1108/17465660710834453>
- Yulizad, M., & Yeneti, S. S. (2022). Effect Of Trust, Easy And Risk Perception On Online Purchase Decisions. *Journal Of Social And Economics Research*, 4(1), 69–72. <https://jimfeb.Ub.Ac.Id/Index.Php/Jimfeb/Article/Viewfile/2980/2666>
- Yun, J. J., Zhao, X., Park, K. B., & Shi, L. (2020). Sustainability Condition Of Open Innovation: Dynamic Growth Of Alibaba From SME To Large Enterprise. *Sustainability (Switzerland)*, 12(11). <https://doi.org/10.3390/Su12114379>