

## ANALISIS FAKTOR PENENTU KEPUTUSAN KONSUMEN UMKM DI PEKALONGAN DALAM MENGGUNAKAN QRIS

Nur Laili Hidayah<sup>1</sup>, Herna Rizaldi<sup>2</sup>

<sup>1,2)</sup> Universitas Muhammadiyah Pekajangan Pekalongan  
nurlailihidayah25@gmail.com

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk menggunakan metode pembayaran *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* pada UMKM di Pekalongan. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan melibatkan 100 responden yang merupakan konsumen UMKM di Pekalongan. Responden dipilih menggunakan metode *purposive random sampling* dengan kriteria pernah melakukan pembelian produk menggunakan QRIS. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara elektronik. Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode *Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* untuk menguji hubungan antar variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dan persepsi risiko memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS oleh konsumen UMKM di Pekalongan. Temuan ini memberikan implikasi bagi pelaku UMKM, pengelola sistem pembayaran, dan pembuat kebijakan untuk meningkatkan edukasi, kemudahan akses, dan kepercayaan konsumen dalam menggunakan QRIS, sehingga dapat mempercepat proses digitalisasi pembayaran di sektor UMKM.

**Kata kunci** : QRIS, UMKM, Pekalongan, Pembayaran Digital

### ABSTRACT

*This study aims to determine the factors that influence consumers in making decisions to use the Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) payment method for MSMEs in Pekalongan. The research approach used is quantitative by involving 100 respondents who are MSME consumers in Pekalongan. Respondents were selected using purposive random sampling method with the criteria of having purchased products using QRIS. Data were obtained through distributing questionnaires electronically. Data analysis was carried out using the Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method to test the relationship between variables. The results showed that perceived convenience and perceived risk had a positive and significant influence on the decision to use QRIS by MSME consumers in Pekalongan. These findings provide implications for MSME players, payment system managers, and policy makers to improve education, ease of access, and consumer confidence in using QRIS, so as to accelerate the process of digitizing payments in the MSME sector.*

**Keywords** : QRIS, MSMEs, Pekalongan, Digital Payment

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dalam beberapa tahun terakhir telah mempengaruhi berbagai aspek kehidupan, termasuk sektor ekonomi dan bisnis. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia. UMKM sebagai bagian yang tidak terpisahkan bagi pergerakan perekonomian masyarakat merupakan berbagai kegiatan usaha yang dibentuk oleh warga negara, baik usaha pribadi ataupun badan usaha.[1] UMKM masih menghadapi berbagai tantangan dalam memaksimalkan potensinya, salah satu tantangan utama adalah kurangnya pemanfaatan teknologi digital, khususnya dalam sistem pembayaran.[2] Pada era digital ini, penggunaan pembayaran non-tunai menjadi semakin penting untuk meningkatkan efisiensi bisnis dan daya saing UMKM, namun implementasinya di lapangan masih belum maksimal.[3] Pekalongan termasuk salah satu daerah yang masih belum maksimal dalam hal akses dan fasilitas pembayaran digital, di mana sebagian besar UMKM masih bergantung pada transaksi tunai sebagai metode pembayaran utama.[4] Hal tersebut dikarenakan beberapa faktor baik dari sisi konsumen maupun dari sisi pengelola UMKM itu sendiri. Salah satu metode pembayaran yang populer digunakan oleh UMKM adalah *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS). Minimnya penggunaan QRIS sebagai sebuah sistem pembayaran non-tunai yang disediakan oleh Bank Indonesia menjadi salah satu hal yang perlu diperhatikan bagi optimalisasi kinerja UMKM.

UMKM terus menghadapi persaingan yang semakin ketat, baik di tingkat lokal maupun nasional. Salah satu kunci dalam memenangkan persaingan terletak pada kemampuan UMKM untuk menciptakan keunggulan bersaing. Keunggulan bersaing adalah kemampuan perusahaan memperoleh keuntungan ekonomi atas keuntungan yang dapat diperoleh pesaingnya di pasar industri yang sama. UMKM di Pekalongan memiliki potensi untuk mencapai hal tersebut melalui digitalisasi pembayaran yang dapat diterapkan pada UMKM.[6] Penciptaan keunggulan kompetitif selalu memiliki kemampuan untuk memahami perubahan struktur pasar dan mampu memilih strategi pemasaran yang efektif. Mereka dihadapkan pada tekanan untuk tetap kompetitif dan relevan di tengah perubahan pasar yang dinamis, namun keterbatasan dalam mengadopsi teknologi seperti QRIS dapat mengurangi daya saing mereka. Pengkajian terhadap pemanfaatan QRIS dalam meningkatkan daya saing UMKM menjadi sangat penting. Penerapan sistem pembayaran berbasis QR-Code memang dianggap efisien dalam berbagai aspek [6] salah satu alasannya adalah tidak diperlukannya kartu fisik sebagai alat pembayaran.

Hubungan antara penggunaan QRIS dan daya saing UMKM melalui peningkatan penggunaan pembayaran non tunai juga penting untuk dikaji, hal ini disebabkan dalam lingkungan bisnis yang kompetitif, kemampuan UMKM untuk bersaing tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk atau harga, tetapi juga oleh

akses terhadap teknologi dan inovasi dalam transaksi. QRIS tidak hanya memudahkan transaksi, tetapi juga membuka peluang bagi UMKM untuk menjangkau lebih banyak konsumen, termasuk mereka yang lebih memilih melakukan transaksi non-tunai. Dukungan teoretis terkait dengan adopsi teknologi dalam bisnis menunjukkan bahwa penggunaan teknologi digital, seperti sistem pembayaran non-tunai, dapat mempercepat proses transaksi, meningkatkan keamanan, dan mengurangi biaya operasional. Kajian literature terkait *Technology Acceptance Model* (TAM), adopsi teknologi ditentukan oleh persepsi kemudahan dan kebermanfaatan teknologi itu sendiri.[7] Dalam konteks UMKM, QRIS dapat menjadi solusi untuk mengatasi kendala transaksi tunai dan membantu memperluas jangkauan pemasaran. Salah satu kunci untuk meningkatkan daya saing adalah dengan memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan efisiensi dan menjangkau pasar yang lebih luas.[8]

Beberapa penelitian sebelumnya telah mengkaji bagaimana persepsi kemudahan dapat meningkatkan penjualan produk melalui kemudahan akses. [9] [10] [11] Selain itu, keputusan konsumen dalam menggunakan sebuah layanan dari segi persepsi keamanan dan risiko dalam konteks pembelian juga sedang menjadi bahan kajian yang menarik untuk diteliti dalam beberapa waktu terakhir seiring dengan perkembangan digitalisasi pembayaran.[12] [13] [14] Hal tersebut perlu untuk ditindaklanjuti dalam konteks kondisi UMKM di Pekalongan, mengingat wilayah tersebut kondisi perekonomiannya banyak ditopang dari sektor UMKM. Penggunaan QRIS berpotensi mengurangi ketergantungan pada transaksi tunai, mempercepat proses pembayaran, dan membuka peluang bagi UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Meningkatnya daya saing pemasaran sektor UMKM dapat melalui pemanfaatan teknologi untuk memperluas basis pelanggan. Namun, hal tersebut perlu diteliti lebih lanjut dalam kaitannya dengan keputusan penggunaan QRIS sebagai alternatif pembayaran non tunai khususnya pada UMKM di Pekalongan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi risiko terhadap keputusan penggunaan QRIS pada konsumen UMKM di Pekalongan. Selain itu, penelitian ini juga dilakukan untuk mengeksplorasi faktor-faktor adopsi teknologi pembayaran tunai pada UMKM di Pekalongan sehingga dapat diketahui penyebabnya dari sisi perspektif konsumen. Hal tersebut memiliki tingkat urgensi yang tinggi dalam rangka adaptasi, ketahanan, dan pertumbuhan UMKM Pekalongan di masa yang akan datang.

## **METODE**

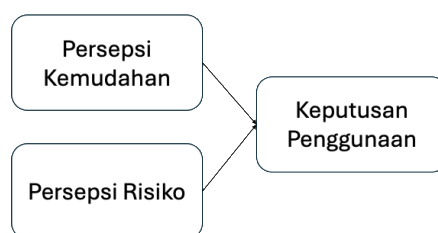
Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini dirancang secara sistematis untuk mengungkap pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi risiko terhadap keputusan penggunaan metode

pembayaran QRIS oleh konsumen UMKM di Pekalongan. Penelitian ini menggunakan metode *purposive random sampling*, di mana responden dipilih secara acak dengan kriteria tertentu, yaitu konsumen yang pernah atau sedang menggunakan QRIS dalam transaksi di UMKM Pekalongan. Total populasi dari warga Pekalongan berjumlah 96.000 merchant yang memanfaatkan QRIS sebagai alat pembayaran yang aman dan cepat yang kemudian diambil sampel sebanyak 100 responden dengan menggunakan rumus Slovin yang dianggap cukup representatif untuk memperoleh data yang valid dan reliabel.[15]

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner yang didistribusikan menggunakan bantuan platform tSurvey dari Telkomsel. Kuesioner dirancang untuk mengukur variabel-variabel utama dalam penelitian, yaitu persepsi manfaat, persepsi risiko, dan keputusan penggunaan QRIS. Setiap item pertanyaan dalam kuesioner menggunakan skala *Likert 7*, mulai dari Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Agak Tidak Setuju (ATS), Netral (N), Agak Setuju (AS), Setuju (S), hingga Sangat Setuju (SS). Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan metode *Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. PLS-SEM dipilih karena kemampuannya dalam menguji hubungan antar variabel laten dan variabel manifest, serta cocok untuk penelitian dengan jumlah sampel yang relatif kecil. Proses analisis meliputi pengujian validitas dan reliabilitas instrumen, pengukuran model struktural, serta pengujian hipotesis. PLS-SEM terdiri atas dua submodel utama, yaitu model pengukuran dan model struktural. Model pengukuran mengevaluasi beban indikator eksternal, dengan nilai ambang batas minimum 0,6 serta menguji validitas berdasarkan nilai *Average Variance Extracted (AVE)*, yang dianggap valid jika nilainya  $> 0,5$ . Reliabilitas diukur menggunakan *composite reliability*, dengan nilai  $> 0,7$  agar data dianggap andal. Model pengukuran bertujuan untuk menguji validitas dan reliabilitas konstruk reflektif, sementara model struktural mengevaluasi nilai  $R^2$  dan koefisien jalur dalam model. Hipotesis dapat dinyatakan diterima jika hasil pengolahan data menunjukkan T-Statistic value  $> 1,96$  dan P-Value  $< 0,05$ . [15]

Masing-masing variabel telah ditentukan indikator sebagai bahan pengukuran, di antaranya adalah indikator persepsi kemudahan yang terdiri atas mudah dipelajari (*easy to learn*), dapat dikendalikan (*controllable*), jelas dan dapat dipahami (*clear and understandable*), fleksibel (*flexible*), mudah untuk menjadi terampil/mahir (*easy to become skillful*) dan mudah digunakan (*easy to use*). [16] Indikator keputusan penggunaan di antaranya adalah kemantapan pada sebuah produk, kebiasaan dalam menggunakan, memberikan rekomendasi kepada orang lain, dan bersedia melakukan penggunaan ulang [17] Sedangkan untuk mengukur variabel persepsi risiko, indikator yang digunakan di antaranya adalah adanya risiko tertentu, mengalami kerugian, pemikiran akan menimbulkan risiko [18] Melalui metode ini, penelitian diharapkan dapat menghasilkan temuan yang

akurat dan dapat diandalkan dalam menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan QRIS pada UMKM di Pekalongan.



Gambar 2. Kerangka Pemikiran

Penggunaan sistem pembayaran digital tentu menimbulkan banyak persepsi di antara konsumen. Persepsi kemudahan menjadi salah satu upaya yang dapat menimbulkan keputusan penggunaan setelah berbagai macam pertimbangan. Hal tersebut dapat menjadi alasan konsumen untuk menggunakan metode pembayaran yang telah disediakan oleh penjual. Seperti yang dinyatakan oleh beberapa penelitian sebelumnya [19] bahwa jika konsumen memiliki persepsi kemudahan atas metode pembayaran digital dengan segala atributnya, maka mereka cenderung bersedia untuk menggunakannya untuk bertransaksi. Penelitian lain juga menyebutkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan.[20] Konsumen cenderung bersedia menggunakan layanan pembayaran digital jika mereka memiliki anggapan bahwa hal tersebut akan memberikan kemudahan bagi mereka.[21] Berdasarkan uraian tersebut, dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

*H1. Persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan*

Setiap aktivitas digital terutama dalam hal transaksi maupun pembayaran seringkali konsumen dikhawatirkan dengan berbagai risiko yang timbul di kemudian hari. Konsumen seringkali merasa takut jika tidak adanya jaminan keamanan yang diberikan. Namun, seiring perkembangan teknologi pembayaran digital, jaminan keamanan telah diberikan oleh penyedia layanan sehingga calon konsumen tidak lagi mempersepsikan negatif terhadap hal tersebut. Seperti yang dijelaskan oleh penelitian sebelumnya bahwa konsumen tidak lagi merasa khawatir jika harus menggunakan layanan digital untuk melakukan transaksi [22] sehingga akan bersedia dan terbiasa melakukan pembayaran atas produk yang mereka beli dengan menggunakan layanan pembayaran digital. Penelitian lain juga menjelaskan bahwa persepsi risiko yang diminimalisir dengan adanya jaminan keamanan akan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan layanan pembayaran digital.[23] Selain itu, adanya persepsi manfaat yang lebih besar menjadikan konsumen tetap bersedia menggunakan layanan pembayaran digital meski ada

kemungkinan risiko yang muncul.[24] Berdasarkan hal tersebut, dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

*H2. Persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan*

## HASIL

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan, persepsi risiko terhadap keputusan penggunaan. Adapun deskripsi responden ini merupakan informasi-informasi yang dibutuhkan sesuai dengan karakteristik dari responden yang mengisi jawaban. Deskripsi responden dalam penelitian ini sebagai berikut:

### Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Persentase
Laki-laki	55%
Perempuan	45%
Jumlah	100%

Sumber: Data primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel 1 dapat dilihat bahwa responden sebagian besar berjenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 55 orang (55%) dan laki-laki sebanyak 45 orang (45%).

### Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Persentase
18-25tahun	20%
26-35tahun	35%
36-45tahun	25%
>45 tahun	20%
Jumlah	100%

Sumber: Data primer diolah,2024

Berdasarkan tabel 2 diketahui responden sebagian besar berusia antara 18-25 tahun yaitu sebanyak 20 orang (20%), berusia antara 26-35 tahun sebanyak 35 orang (35%), kemudian berusia antara 36-45 tahun sebanyak 25 orang (25%), dan berusia diatas 45 tahun sebanyak 20 orang (20%).

## Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Tabel 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

<b>Pendapatan</b>	<b>Persentase</b>
< Rp2.000.000	50%
Rp2.000.001 -Rp5.000.000	28%
Rp5.000.001 -Rp8.000.000	12%
>Rp8.000.000	10%
Jumlah	100%

Sumber: Data primer diolah,2024

Berdasarkan tabel 3 diketahui responden sebagian besar memiliki pendapatan kurang dari Rp. 2.000.000 sebanyak 50 orang (50%), pendapatan Rp. 2.000.001 s/d Rp. 5.000.000 sebanyak 28 orang (28%), kemudian yang berpendapatan Rp. 5.000.001 s/d Rp. 8.000.000 sebanyak 12 orang (12%), dan yang berpendapatan diatas Rp. 8.000.000 sebanyak 10 orang (10%).

## Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan QRIS (bulan)

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan QRIS (bulan)

<b>Frekuensi Penggunaan QRIS (bulan)</b>	<b>Persentase</b>
1-3 kali	40%
4-6 kali	35%
> 6 kali	25%
Jumlah	100%

Sumber: Data primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4 diketahui responden sebagian besar memiliki frekuensi penggunaan QRIS (bulan) 1-3 kali 40 orang (40%), kemudian 4-6 kali 35 orang (35%), dan diatas 6 kali 25 orang (25%).

## Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

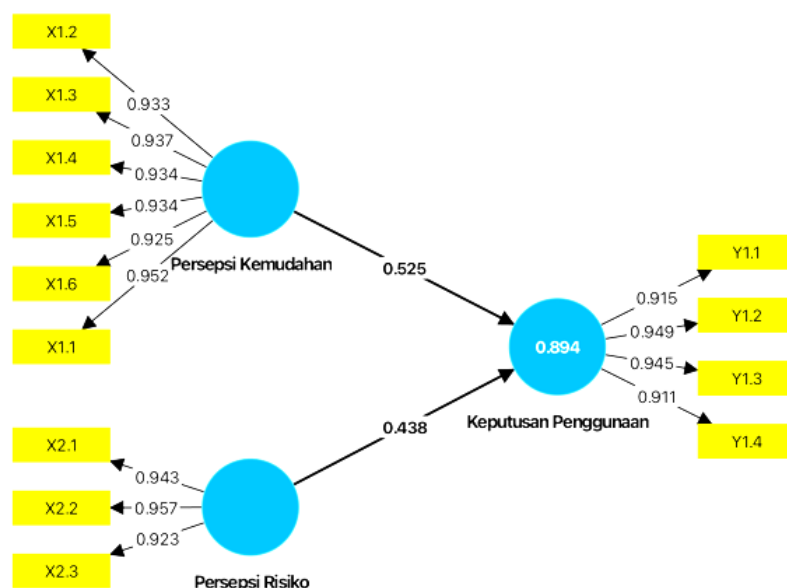
Tabel 5. karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

<b>Pekerjaan</b>	<b>Persentase</b>
Pelajar/mahasiswa	20%
Pegawai/Swasta	40%
Wirausaha	25%
Lainnya	15%
Jumlah	100%

Sumber: Data primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel 5 diketahui responden sebagian besar memiliki pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa sebanyak 20 orang (20%), kemudian sebagai pegawai/swasta sebanyak 40 orang (40%), wirausaha sebanyak 25 orang (25%), dan lainnya sebanyak 15 orang (15%).

Setelah dilakukannya penelitian dengan mengumpulkan data hasil pengisian kuesioner sejumlah 100 responden, data kemudian diolah melalui tahap evaluasi model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*).



Gambar 3. Nilai Outer Loading dan R-Square

Berdasarkan gambar 3, dapat diketahui bahwa semua indikator di setiap variabel memiliki nilai  $> 0,7$  sehingga dapat dinyatakan memenuhi unsur validitas. Sedangkan nilai R-Square 0,894 yang artinya 89,4% variabel Keputusan Penggunaan dapat dijelaskan oleh variabel Persepsi Kemudahan dan variabel Persepsi Risiko.

Tabel 1. Nilai Cronbach's Alpha, Composite Reliability, dan Average Variance Extracted

	Cronbach's Alpha (CA)	Composite Reliability (rho_a)	Average Variance Extracted (AVE)
Keputusan Penggunaan	0,948	0,949	0,865
Persepsi Kemudahan	0,972	0,972	0,876
Persepsi Risiko	0,935	0,936	0,886

Sumber: Data primer (diolah)

Berdasarkan data pada tabel 1 dapat diketahui bahwa semua nilai CA, CR, dan AVE memiliki nilai  $> 0,7$  sehingga dapat dinyatakan memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas serta memenuhi syarat untuk pengolahan data berikutnya.

Tabel 2. Path Coefficients

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standar Deviation (STDEV)	T-Statistics (IO/STDEVI)	P-Value
PK -> KP	0,525	0,530	0,096	5,449	0,000
PR -> KP	0,438	0,433	0,093	4,702	0,000

Sumber: Data primer (diolah)

Berdasarkan data pada tabel 3 dapat diketahui bahwa hubungan Persepsi Kemudahan (PK) terhadap Keputusan Penggunaan (KP) memiliki T-Statistik value 5,449 dan P-Value 0,000. Sedangkan hubungan Persepsi Risiko (PR) terhadap Keputusan Penggunaan (KP) memiliki T-Statistik value 4,702 dan P-Value 0,000. Sehingga kedua hubungan antar variabel tersebut dapat dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan.

### **Persepsi Kemudahan terhadap Keputusan Penggunaan**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan metode pembayaran QRIS oleh konsumen UMKM di Pekalongan. Artinya, semakin tinggi persepsi kemudahan yang dirasakan konsumen, maka semakin besar kemungkinan konsumen akan memutuskan untuk menggunakan QRIS dalam transaksi pembayarannya. Persepsi manfaat yang dirasakan oleh konsumen UMKM di Pekalongan dengan berbagai alasan di antaranya kemudahan penggunaan, kecepatan transaksi, serta fleksibilitas pembayaran tanpa uang tunai. Temuan ini konsisten dengan *Technology Acceptance Model (TAM)* yang menyatakan bahwa kemudahan yang dirasakan merupakan salah satu faktor kunci dalam mendorong adopsi teknologi baru, termasuk sistem pembayaran digital.[16] Selain itu, penelitian ini juga sejalan dengan temuan hasil penelitian sebelumnya yang menjelaskan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan [19] [20] [21]

Temuan pada penelitian ini juga mengungkapkan bahwa persepsi kemudahan QRIS tidak hanya mendorong keputusan penggunaan secara individu, tetapi juga menciptakan dampak positif pada ekosistem transaksi UMKM secara keseluruhan. Konsumen merasa lebih nyaman saat melakukan pembayaran tanpa perlu membawa uang tunai, sehingga dapat meningkatkan frekuensi kunjungan ke UMKM yang menyediakan metode pembayaran QRIS.

### **Persepsi Risiko terhadap Keputusan Penggunaan**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi risiko memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan metode pembayaran QRIS oleh konsumen UMKM di Pekalongan. Artinya, semakin tinggi persepsi risiko yang dirasakan konsumen, maka semakin besar kemungkinan

konsumen akan memutuskan untuk menggunakan QRIS dalam transaksi pembayarannya. Persepsi risiko yang dimaksud meliputi kekhawatiran terkait keamanan data, kerentanan sistem, dan kemungkinan terjadinya kesalahan transaksi. Temuan ini konsisten dengan *Technology Acceptance Model (TAM)* yang menyatakan bahwa persepsi risiko dapat mendorong adopsi teknologi baru apabila konsumen merasa bahwa risiko tersebut dapat diminimalkan melalui jaminan keamanan dan keandalan sistem.[16] Selain itu, penelitian ini juga sejalan dengan temuan hasil penelitian sebelumnya yang menjelaskan bahwa persepsi risiko berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan [22] dengan berbagai pertimbangan risiko yang timbul dapat diminimalisir di antaranya dengan upaya jaminan keamanan dan keandalan sistem [23] [24]

Temuan penelitian ini juga mengungkapkan bahwa persepsi risiko QRIS tidak hanya mendorong keputusan penggunaan secara individu, tetapi juga menciptakan dampak positif pada ekosistem transaksi UMKM secara keseluruhan. Konsumen cenderung lebih berhati-hati dalam memilih metode pembayaran yang dianggap aman dan andal, sehingga meningkatkan kepercayaan dan loyalitas terhadap UMKM yang menyediakan metode pembayaran QRIS. Hal ini memberikan implikasi strategis bagi pelaku UMKM di Pekalongan untuk memperkuat aspek keamanan dan transparansi dalam penggunaan QRIS sebagai salah satu alternatif pembayaran utama. Semakin meningkatnya kesadaran konsumen tentang langkah-langkah mitigasi risiko pembayaran digital, diharapkan terjadi peningkatan partisipasi konsumen dalam penggunaan metode pembayaran ini.

## **SIMPULAN**

Berdasarkan pada hasil dan pembahasan penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi kemudahan dan persepsi risiko keduanya memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan metode pembayaran QRIS oleh konsumen UMKM di Pekalongan. Persepsi kemudahan yang dirasakan konsumen, seperti kemudahan pembayaran, kecepatan, dan fleksibilitas pembayaran, terbukti mendorong keputusan konsumen untuk menggunakan QRIS. Selain itu, persepsi risiko yang meliputi keamanan data, kerentanan sistem, dan potensi kesalahan transaksi, juga memainkan peran penting dalam memengaruhi keputusan penggunaan. Konsumen yang merasa bahwa risiko tersebut dapat diminimalkan melalui jaminan keamanan dan keandalan sistem cenderung lebih bersedia menggunakan QRIS. Temuan ini menguatkan *Technology Acceptance Model (TAM)*, di mana kemudahan dan risiko menjadi faktor penting yang memengaruhi adopsi teknologi baru sehingga baik aspek kemudahan maupun risiko harus diperhatikan secara seimbang dalam upaya meningkatkan adopsi QRIS oleh konsumen UMKM.

Implikasi dari hasil penelitian ini memberikan panduan strategis bagi berbagai pihak yang terlibat. Bagi pelaku UMKM di Pekalongan, penting untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman konsumen tentang kemudahan dan keamanan QRIS. Upaya edukasi dapat dilakukan melalui kampanye promosi yang menonjolkan keunggulan QRIS, seperti kecepatan transaksi dan fleksibilitas pembayaran tanpa uang tunai. Selain itu, perlu diupayakan peningkatan keandalan dan keamanan sistem guna mengurangi persepsi risiko konsumen sehingga dengan memperkuat aspek keamanan, konsumen akan merasa lebih percaya dan bersedia dalam menggunakan QRIS. Regulator dan lembaga keuangan juga perlu terlibat dalam pengawasan dan sosialisasi penggunaan QRIS agar tercipta ekosistem keuangan digital yang inklusif dan berkelanjutan. Implikasi ini tidak hanya bermanfaat bagi pertumbuhan UMKM di Pekalongan, tetapi juga berkontribusi pada percepatan digitalisasi ekonomi nasional secara keseluruhan.

### **Keterbatasan**

Responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 orang yang pernah atau sedang menggunakan QRIS dalam transaksi di UMKM Pekalongan. Hal ini membuat hasil penelitian kurang mampu mewakili persepsi masyarakat umum atau pelaku usaha dari berbagai skala di wilayah yang lebih luas.

Penelitian ini hanya terpusat pada penggunaan QRIS di sektor UMKM. Sektor lainnya, seperti jasa profesional atau industri besar, belum diteliti sehingga hasilnya tidak mencakup secara menyeluruh.

Penelitian ini hanya menganalisis beberapa variabel tertentu, yaitu persepsi kemudahan, persepsi risiko, dan keputusan penggunaan. Variabel lain, seperti persepsi keamanan, persepsi harga, persepsi kepercayaan, dan preferensi konsumen terhadap metode pembayaran digital lainnya, yang belum menjadi bagian dari penelitian ini.

Penelitian ini dilakukan di satu wilayah saja, sehingga belum mencerminkan kondisi dan adopsi QRIS di daerah dengan karakteristik berbeda. Hasil dari penelitian diharapkan dapat dipakai peneliti selanjutnya untuk mempertimbangkan variabel-variabel lainnya yang tidak masuk dalam penelitian ini.

### **Future Research**

Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumen UMKM di Pekalongan dalam menggunakan QRIS. Namun, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan untuk penelitian di masa depan.

Pertama, desain penelitian ini bersifat cross sectional, sehingga tidak memungkinkan untuk mengidentifikasi hubungan sebab-akibat secara langsung. Penelitian longitudinal diperlukan untuk mengeksplorasi bagaimana faktor-faktor

seperti persepsi kemudahan, persepsi risiko, mempengaruhi keputusan penggunaan QRIS oleh konsumen dalam jangka panjang.

Kedua, skala yang digunakan dalam penelitian ini terbatas pada pengukuran persepsi konsumen terhadap QRIS. Pengembangan instrument yang lebih spesifik, seperti pengukuran pengalaman penggunaan atau dampak jangka panjang penggunaan QRIS terhadap efisiensi transaksi, dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam.

Penelitian di masa depan juga dapat memperluas cakupan sampel dengan melibatkan UMKM dari berbagai sektor usaha di wilayah lain untuk meningkatkan generalisasi temuan. Selain itu, penting untuk meneliti pengaruh program edukasi dan insentif pemerintah terhadap peningkatan adopsi QRIS di kalangan UMKM dan konsumen. Dengan memperhatikan aspek ini, penelitian selanjutnya diharapkan dapat memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap literatur terkait digitalisasi sistem pembayaran di Indonesia, khususnya dalam konteks UMKM.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Wilantara, R. F. (2016). *Strategi dan Kebijakan Pembangunan UMKM*. Bandung: Refika Aditama.
- [2] Moeuf, A., Lamouri, S., Pellerin, R., Eburdy, R., & Tamayo, S. (2017, October). Industry 4.0 and the SME: a technology-focused review of the empirical literature. In *7th International Conference on Industrial Engineering and Systems Management IESM*.
- [3] Astuti, E. S., Sanawiri, B., & Iqbal, M. (2020). Attributes of innovation, digital technology and their impact on SME performance in Indonesia. *International Journal of Entrepreneurship*, 24(1), 1-14.
- [4] Citradika, D. P. (2018). *Transaksi non tunai pada UMKM batik Pekalongan: Sebuah tinjauan empiris* (Doctoral dissertation).
- [5] Amar, M. A., Berliani, D. N., Marta, D. D., Rahmadani, S. D. N., & Rahma, W. A. (2023). Penggunaan QRIS di Kalangan UMKM (Studi Persepsi dan Intensi UMKM di Kota Pekalongan). *Journal Economic Excellence Ibnu Sina*, 1(3), 233-239.
- [6] Manurung, E. A. P., & Lestari, E. A. P. (2020). Kajian Perlindungan EPayment Berbasis Qr-Code Dalam E-Commerce. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Humaniora*, 4(1), 28–36.
- [7] Thathsarani, U. S., & Jianguo, W. (2022). Do digital finance and the technology acceptance model strengthen financial inclusion and SME performance?. *Information*, 13(8), 390.
- [8] Juliana, J. P. E., & Nyoman, Y. N. (2019). Factors influencing competitiveness of small and medium industry of Bali: Porter's five forces

- analysis. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 89(5), 45-54.
- [9] Siagian, H., Tarigan, Z. J. H., Basana, S. R., & Basuki, R. (2022). *The effect of perceived security, perceived ease of use, and perceived usefulness on consumer behavioral intention through trust in digital payment platform* (Doctoral dissertation, Petra Christian University).
- [10] Prastiawan, D. I., Aisjah, S., & Rofiaty, R. (2021). The effect of perceived usefulness, perceived ease of use, and social influence on the use of mobile banking through the mediation of attitude toward use. *APMBA (Asia Pacific Management and Business Application)*, 9(3), 243-260.
- [11] Cho, Y. C., & Sagynov, E. (2015). Exploring factors that affect usefulness, ease of use, trust, and purchase intention in the online environment. *International journal of management & information systems*, 19(1), 21-36.
- [12] Hong, I. B. (2015). Understanding the consumer's online merchant selection process: The roles of product involvement, perceived risk, and trust expectation. *International journal of information management*, 35(3), 322-336.
- [13] Yang, Q., Pang, C., Liu, L., Yen, D. C., & Tarn, J. M. (2015). Exploring consumer perceived risk and trust for online payments: An empirical study in China's younger generation. *Computers in human behavior*, 50, 9-24.
- [14] Nguyen, T. D., & Huynh, P. A. (2018). The roles of perceived risk and trust on e-payment adoption. In *Econometrics for financial applications* (pp. 926-940). Springer International Publishing.
- [15] Hair, J. F., et. al. 2009. *Multivariate Data Analysis 7th ed.* Prentice-Hall, New Jersey
- [16] Davis, FD (1989). "Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology". *MIS-Quarterly*, Vol.13 No.3, pp.319
- [17] Kotler, Philip (2001). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat
- [18] Pavlou, P. A. (2003). Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with The Technology Acceptance Model. *International Journal of Electronic Commerce*. Vol. 7, No. 3. Hlm. 69-103.
- [19] Putra, I. H., Astuti, E. D., Nurdiani, T. W., & Sari, D. F. (2024). Analysis of the Influence of Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use on Use Intention of Digital Payment Ovo. *Jurnal Sistim Informasi dan Teknologi*, 87-90.
- [20] Didied, N. M., Yunitasari, F., & Puspita, O. D. (2022). Effect of promotion, perceived usefulness, and perceived ease of use on interest in adopting e-wallet (Ovo And Dana). *International Journal of Research in Business and Social Science (2147-4478)*, 11(8), 191-201.

- 
- [21] Ramdhani, A., Syafitri, S., Amalia, D. R., Lanfadilan, K., & Ahmad, A. P. (2024). The influence of perceived ease of use and perceived usefulness on the decision to use of QRIS as a digital payment in generation z in the city of bandung. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 2(3), 371-389.
- [22] Lu, H. P., Hsu, C. L., & Hsu, H. Y. (2005). An empirical study of the effect of perceived risk upon intention to use online applications. *Information management & computer security*, 13(2), 106-120.
- [23] Marafon, D. L., Basso, K., Espartel, L. B., de Barcellos, M. D., & Rech, E. (2018). Perceived risk and intention to use internet banking: The effects of self-confidence and risk acceptance. *International Journal of Bank Marketing*, 36(2), 277-289.
- [24] Permani, E. C. (2023). *Pengaruh Pengetahuan, Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Dompot Digital (QRIS) Pada Mahasiswa* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).