



Preferensi konsumen dalam menggunakan *quick response code indonesia standard* (qris) sebagai alat pembayaran digital

Oktoviana Banda Saputri

Program Studi Kajian Timur Tengah dan Islam, Universitas Indonesia, Jakarta

Email: oktoviana.banda@ui.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui preferensi atau minat masyarakat terhadap pemberlakuan *Quick Response Code Indonesia Standard* (QRIS) oleh Bank Indonesia pada tanggal 1 Januari 2020 sebagai alat transaksi pembayaran digital. Pengukuran preferensi tersebut menggunakan beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi individu dalam pengambilan keputusan, yaitu persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan, persepsi kemanfaatan dan persepsi risiko. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah kuesioner dengan skala Likert dan pengolahan data menggunakan regresi logistik biner (regresi logit). Berdasarkan pengumpulan data yang dilakukan diperoleh total responden sebanyak empat puluh enam orang yang mewakili beberapa kalangan masyarakat. Dari hasil pengolahan data diperoleh bahwa secara simultan seluruh faktor persepsi memiliki pengaruh terhadap preferensi konsumen menggunakan QRIS sebagai alat transaksi pembayaran digital, sedangkan berdasarkan hasil pengujian individual, faktor persepsi kemanfaatan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat penggunaan QRIS, sedangkan faktor persepsi lainnya diperoleh hasil berpengaruh tidak signifikan terhadap minat konsumen dalam menggunakan QRIS. Hal ini sesuai dengan hasil *odd ratio* bahwa kecenderungan atau peluang persepsi kemanfaatan mempengaruhi minat konsumen dalam menggunakan QRIS sebesar 99,549 kali.

Kata Kunci: Preferensi; QRIS; persepsi; digital

Consumer preference in using the Indonesian standard quick response code (qris) as a digital payment instrument

Abstract

This study focused on determining the preferences or interests of the public towards the implementation of the Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) by Bank Indonesia on January 1, 2020 as a means of digital payment transactions. Measurement of these preferences uses several factors that affect directly in perceptions in decision making, namely perceptions of ease, perceptions of trust, perceptions of benefits and perceptions of risk. The method used in data collection is a questionnaire with a Likert scale and data processing using binary logistic regression (logit regression). Based on data collection, a total of forty-six respondents were represented representing several members of the community. From the results of data processing, it is obtained that simultaneously all perception factors have an influence on consumer preferences using QRIS as a digital payment transaction tool, whereas based on individual test results, the perception of benefits has a significant effect on the interest in using QRIS, while other perception factors have no significant effect of consumer interest in using QRIS. This is consistent with the results of the odd ratio that the tendency or chance of perceived usefulness influences consumer interest in using QRIS by 99.549 times.

Keywords: Preference; QRIS; perception; digital

PENDAHULUAN

Meningkatnya kemajuan di bidang industri teknologi memaksa masyarakat untuk semakin terbiasa dengan kegiatan transaksi keuangan secara digital (*Financial Technology/Fintech*), salah satunya dalam melakukan transaksi pembayaran (*payment gateway*). Sebelum berkembangnya industri di bidang teknologi finansial sebagaimana kondisi saat ini, dunia perdagangan secara elektronik (*e-commerce*) telah lahir dan berkembang lebih dahulu. Kebutuhan akan mekanisme pembayaran yang cepat dan aman menjadi sebuah gagasan lahirnya layanan transaksi keuangan digital.

Seiring dengan peningkatan akses teknologi dalam pembayaran digital, saat ini telah berkembang layanan baru berupa dompet digital (*digital wallet/e-wallet*) sebagai penerus uang elektronik (*electronic money/e-money*). Dompet digital ini memungkinkan pengguna untuk menyimpan sejumlah dana pada jumlah nominal tertentu di dalam aplikasi yang dapat diakses melalui gawai (*gadget*) misalnya saja telepon genggam (*handphone*). Di Indonesia, terdapat beberapa aplikasi dompet digital yang populer di kalangan masyarakat, misalnya OVO, GoPay, Dana, Doku dan LinkAja. Kelebihan dari pembayaran menggunakan dompet digital ini terletak pada kepraktisan, kenyamanan serta keamanannya. Mekanisme pembayaran hanya dilakukan dengan beberapa tahapan sederhana hingga akhirnya transaksi dinyatakan berhasil, dan bukti transaksinya pun secara otomatis terkirim ke dalam riwayat transaksi konsumen.

Cara pembayaran digital tersebut, pihak penjual/*merchant* cukup menyediakan *Quick Response (QR) Code* atau kode QR dan konsumen hanya perlu melakukan *scan*/pengunduhan kode QR. Perlu beberapa saat saja sampai dengan transaksi pembayaran pun akan berhasil dengan segera, dengan kondisi dana yang tersedia di dalam aplikasi dompet digital konsumen mencukupi dan koneksi jaringan internet pun harus memadai.

Dengan adanya beberapa macam aplikasi dompet digital, menyebabkan penjual perlu menyediakan beberapa layanan kode QR sebanyak jumlah aplikasi dompet digital yang tersedia untuk dapat dipindai oleh masing-masing aplikasi tersebut. Sedangkan, dengan adanya berbagai macam kode QR yang disediakan oleh penjual menyebabkan konsumen memiliki kerepotan sendiri untuk melakukan pemindaian kode QR, karena syarat dan ketentuan masing-masing kode QR yang berbeda-beda.

Fenomena tersebut dipetakan oleh Bank Indonesia sebagai pemegang regulasi Gerbang Pembayaran Nasional (GPN), sehingga diperlukan suatu sistem yang dapat mengintegrasikan berbagai instrumen dan kanal pembayaran secara nasional. Untuk mendukung tercapainya sistem yang terintegrasi tersebut, Bank Indonesia menetapkan standar kode QR pembayaran dalam memfasilitasi transaksi pembayaran digital di Indonesia yang disebut QRIS (*Quick Response Indonesia Standard*). QRIS merupakan kode QR yang dikembangkan oleh regulator bersama Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI), yang bertujuan memperlancar sistem pembayaran digital secara aman, mendorong efisiensi pemerintah, dan mempercepat inklusi keuangan digital. QRIS merupakan satu kode QR yang disediakan untuk semua jenis transaksi pembayaran digital.

QRIS diluncurkan secara perdana di Kantor Pusat Bank Indonesia dan serentak dilakukan di kantor perwakilan Bank Indonesia di daerah pada tanggal 17 Agustus 2019 bertepatan dengan HUT RI yang ke-74. Implementasi QRIS sebagaimana tercantum di dalam ketentuan, wajib digunakan sejak tanggal 1 Januari 2020 dalam setiap transaksi pembayaran digital di Indonesia yang difasilitasi dengan kode QR.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui preferensi atau minat masyarakat terutama kepada konsumen pembayaran digital terhadap alat pembayaran berupa kode QR (QRIS). Untuk mengetahui konsumen memiliki minat atau tidak berminat terhadap penggunaan kode QR sebagai alat pembayaran digital, dan apabila konsumen memiliki minat terhadap penggunaan kode QR, faktor apa saja yang mendominasi alasan minat konsumen tersebut, apakah persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan, persepsi kemanfaatan atau persepsi terhadap risiko.

Kode *QR* dalam ketentuan Bank Indonesia No.21/18/PADG/2019 adalah kode dua dimensi yang terdiri atas penanda tiga pola persegi pada sudut kiri bawah, sudut kiri atas, dan sudut kanan atas, memiliki modul hitam berupa persegi titik atau piksel, dan memiliki kemampuan menyimpan data alfanumerik, karakter dan simbol, yang digunakan untuk memfasilitasi transaksi pembayaran nirsentuh

melalui pemindaian. Ketentuan ini menyempurnakan ketentuan mengenai uang elektronik yang telah diterbitkan sebelumnya. Bank Indonesia sebagai regulator di bidang sistem pembayaran, mendorong penerapan dan penggunaan uang elektronik utamanya untuk mengurangi jumlah uang beredar di masyarakat, sebagai dampak untuk mengurangi biaya percetakan uang tunai yang merupakan biaya terbesar kedua dalam laporan keuangan bank sentral setelah biaya operasional kebijakan moneter.

Disisi lain, regulator juga ingin menerapkan aspek keamanan dan perlindungan konsumen dalam rangka menjaga masyarakat pada praktek-praktek kejahatan di dunia digital (*cybercrime*) selama melakukan transaksi pembayaran secara digital. Dengan menggunakan QRIS, regulator berharap aspek perlindungan konsumen menjadi hal yang mudah untuk diterapkan karena penyelenggara jasa sistem pembayaran hanya menyediakan satu layanan kode QR untuk berbagai jenis aplikasi pembayaran digital.

Kode QR (Yasinta, 2017) adalah *image* berupa matriks dua dimensi yang memiliki kemampuan dalam melakukan penyimpanan data didalamnya. Kode QR adalah evolusi dari *barcode* atau kode dua batang yang merupakan sebuah simbol yang berisi informasi dengan bentuk sebuah pola berwarna hitam putih agar mudah dipindai. Hal ini menyebabkan kode QR dapat menyimpan banyak informasi dalam satu matriks.

Minat atau preferensi dapat diartikan sebagai kecenderungan subjek yang menetap, untuk tertarik pada sesuatu dan merasa senang karena telah memilihnya (Sulistyo, Berlianingsih, 2017). Minat dalam hal ini dikonotasikan keinginan konsumen dalam menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran digital, dengan berbagai alasan seperti persepsi akan kemudahan penggunaan, kepercayaan bahwa transaksi menggunakan QRIS aman, menggunakan QRIS memberikan banyak manfaat atau tingkat risiko dalam penggunaan QRIS sebagai alat pembayaran relatif rendah menjadi objek penelitian ini.

Selanjutnya persepsi adalah proses menangkap informasi objek-objek sosial dan kejadian-kejadian yang dialami manusia dalam lingkungannya (Chairil, Sutiadi 2019). Ada tiga faktor yang dapat mempengaruhi persepsi masyarakat (Chairil, Sutiadi 2019), yaitu: (1) pelaku persepsi, penafsiran yang dilakukan oleh individu yang dipengaruhi oleh kepribadian individu; (2) target dan objek, kecenderungan individu untuk mengelompokkan benda atau objek yang berdekatan; (3) situasi, unsur-unsur lingkungan sekitar individu. Ketiga faktor tersebut yang akan membentuk persepsi individu dalam melakukan sebuah tindakan keputusan.

Penelitian ini merupakan kelanjutan dari penelitian-penelitian yang telah ada sebelumnya terkait dengan penggunaan uang elektronik (*electronic money/e-money*), sedangkan penelitian terkait dengan kode QR masih sangat jarang ditemukan karena implementasi QRIS baru saja diterapkan pada tanggal 1 Januari 2020.

Penelitian terdahulu

Tabel 1. *Review* peneliti sebelumnya

Peneliti	Judul jurnal	Variabel penelitian	Hasil yang diperoleh
Sulistyo Seti Utami dan Berlianingsih Kusumawati (2017)	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan <i>E-Money</i>	<u>Variabel Independen:</u> Kegunaan, Kemudahan, Keamanan <u>Variabel Dependen:</u> Minat menggunakan <i>E-Money</i>	<u>Secara simultan:</u> Kegunaan, kemudahan dan keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan <i>E-Money</i> <u>Secara Parsial :</u> Kemudahan dan keamanan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat penggunaan <i>E-Money</i>
Ratna Dzulhaida, Refi Rifaldi Windya Giri (2017)	Analisis Minat Masyarakat terhadap Penggunaan Layanan <i>E-Money</i> di Indonesia dengan Menggunakan	<u>Variabel Independen:</u> <i>Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Behavioral Intension, Perceived Risk, Perceived Trust</i> <u>Variabel Dependen:</u>	<u>Secara simultan:</u> Secara keseluruhan seluruh faktor memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan <i>E-Money</i> <u>Secara Parsial :</u> <i>Perceived Trust</i> memiliki pengaruh signifikan terhadap minat konsumen dalam menggunakan layanan <i>E-Money</i>

	Model Modifikasi UTAUT 2	Minat menggunakan Layanan <i>E-Money</i>	
Kirana Widyastuti, Putu Wuri Handayani, Iik Wilarso (2017)	Tantangan dan Hambatan Implementasi Produk Uang Elektronik di Indonesia : Studi Kasus PT XYZ	<u>Variabel Independen:</u> Penerimaan penggunaan, Keamanan, Ketersediaan Jaringan, Faktor Sosial Budaya, Kenyamanan. Penggunaan <u>Variabel Dependen:</u> Preferensi Penggunaan <i>E-Money</i> PT XYZ.	<u>Secara simultan:</u> Secara keseluruhan seluruh faktor memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan <i>E-Money</i> . <u>Secara Parsial :</u> Seluruh variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap minat konsumen menggunakan <i>E-Money</i> PT XYZ.

Dengan latar belakang dan berdasarkan penelitian sebelumnya, hipotesis yang ingin dibangun adalah sebagai berikut:

- H1** : Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Kemanfaatan dan Risiko secara simultan berpengaruh terhadap preferensi konsumen menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran.
- H2** : Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Kemanfaatan dan Risiko secara parsial berpengaruh terhadap preferensi konsumen menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran.
- H3** : Variabel independen manakah yang paling tinggi mempengaruhi terhadap preferensi konsumen menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran (kecenderungan/pejuang paling tinggi).

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menekankan pada hubungan yang bersifat sebab akibat (kausalitas). Pengumpulan data menggunakan kuesioner (data primer) yang terdiri dari beberapa pernyataan yang mewakili variabel independen dan variabel dependen sebagaimana objek penelitian dengan skala penilaian 1 s.d. 5. Pengambilan informasi melalui kuesioner dilakukan dari tanggal 26 Maret s.d. 2 April 2020. Item pernyataan pada variabel independen yaitu persepsi kemudahan, kepercayaan, manfaat dan risiko masing-masing terdiri dari empat pernyataan sedangkan variabel dependen yaitu berupa minat konsumen untuk menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran, terdiri dari lima pernyataan.

Responden dalam penelitian ini sebanyak 46 orang, responden diberikan kebebasan untuk menanggapi setiap pernyataan, dengan interval bagi variabel dependen adalah nilai 1 untuk definisi "Sangat Tidak Berminat" sampai dengan nilai 5 untuk definisi "Sangat Berminat". Tabel 2 merupakan tabel definisi operasional variabel, yaitu:

Tabel 2. Definisi operasional variabel

Definisi variabel	Parameter	Responden	
Variabel Independen: Persepsi kemudahan:	Persepsi kemudahan adalah asumsi dimana konsumen percaya bahwa teknologi/sistem dapat digunakan mudah dan bebas dari masalah.	1 = Sangat Tidak Mudah 2 = Tidak Mudah 3 = Kurang Mudah 4 = Mudah 5 = Sangat Mudah	1 6 2 21 16
Persepsi kepercayaan;	Persepsi keyakinan adalah asumsi bahwa pihak yang dipercaya d/i adalah penyedia layanan/jasa QRIS akan memenuhi komitmennya.	1 = Sangat Tidak Percaya 2 = Tidak Percaya 3 = Kurang Percaya 4 = Percaya 5 = Sangat Percaya	0 6 10 20 10
Persepsi kemanfaatan;	Persepsi kemanfaatan adalah asumsi dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan sistem informasi akan meningkatkan kinerjanya (Sulistyo Seti dan Berlianingsih Kusumawati, 2017).	1 = Sangat Tidak Bermanfaat 2 = Tidak Bermanfaat 3 = Kurang Bermanfaat 4 = Bermanfaat 5 = Sangat Bermanfaat	0 4 4 18 20
Persepsi risiko.			

Definisi variabel	Parameter	Responden
Persepsi risiko adalah asumsi dimana konsumen dapat memitigasi kemungkinan terjadinya penipuan di dalam sebuah sistem/teknologi.	1 = Risiko Sangat Tinggi	0
	2 = Risiko Tinggi	1
	3 = Cukup Berisiko	9
	4 = Risiko Rendah	24
	5 = Risiko Sangat Rendah	12
Variabel dependen: minat konsumen menggunakan	1 = Sangat Tidak Berminat	0
	2 = Tidak Berminat	3
	3 = Kurang Berminat	4
	4 = Berminat	23
	5 = Sangat Berminat	16

Metode analisis yang digunakan adalah Regresi Logistik Biner (Regresi Logit), yaitu teknis analisis yang ditujukan untuk menjelaskan hubungan antara satu atau beberapa variabel independen yang bersifat kategori, kontinu atau gabungan keduanya dengan variabel dependen yang juga bersifat kategori (Saiful et al, 2018). Data kualitatif dalam regresi harus ditransformasikan ke dalam bentuk variabel *dummy* yang diberikan kode biner, yaitu “1” dan “0”. Tabel 3 menjelaskan transformasi data interval skala Likert menjadi biner, dengan nilai median yang digunakan penelitian adalah 3, yaitu skala 1 s.d 3 ditransformasikan menjadi “0” sedangkan untuk skala 4 dan 5 ditransformasi menjadi “1”, dengan penjelasan sebagai berikut:

Tabel 3. Penjelasan variabel *dummy* penelitian

Kode Biner	Variabel independen			Risiko	Variabel dependen
	Kemudahan	Kepercayaan	Kemanfaatan		Minat konsumen
1	Mudah	Percaya	Manfaat	Risiko Rendah	Tinggi
0	Sulit	Tidak Percaya	Tidak Bermanfaat	Risiko Tinggi	Rendah

Model Regresi Logit yang akan dibangun adalah sebagai berikut:

$$\ln\left(\frac{p}{1-p}\right) = \beta_0 + \beta_{\text{kemudahan}} + \beta_{\text{kepercayaan}} + \beta_{\text{kemanfaatan}} + \beta_{\text{risiko}}$$

Persamaan regresi tersebut memiliki pengertian, rasio peluang terjadinya kecenderungan konsumen berminat menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran, dengan kemungkinan terbesar nilai peluang adalah 1.

Untuk mengetahui hasil prediksi model telah mampu menjelaskan data dari variabel dependen yang sesungguhnya menggunakan uji kecocokan model, sebagai berikut:

Uji *Hosmer Lemeshow* yaitu membandingkan nilai observasi dan nilai prediksi. Sebuah model dikatakan cocok jika tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara observasi dan hasil prediksi dari model; *Classification Table* merupakan tabel kontingensi 2 x 2 yang menunjukkan klasifikasi silang kategorisasi variabel terikat dan hasil prediksi dari modelnya. Tabel ini menunjukkan seberapa akurat model dalam memprediksi data aktual;

Omnibus Test merupakan pengujian yang ditujukan untuk memeriksa apakah model dengan semua variabel bebas (*full model*) lebih baik dibandingkan dengan model tanpa variabel bebas (*baseline model*). Pengujian dilakukan dengan uji *Chi-Square* dengan melakukan perbedaan antara *-2 Log Likelihood Full Model (L1)* dan *-2 Log Likelihood Baseline Model (L0)*; dan

Koefisien determinasi merupakan kemampuan variabel bebas dapat menjelaskan variasi variabel terikat yang dapat dilihat melalui koefisien determinasi (R^2). Dalam model regresi logit, setidaknya ada dua ukuran koefisien determinasi yaitu R^2 Cox & Snell dan R^2 Nagelkerke.

Pengujian parameter koefisien

Uji parameter dilakukan bersamaan/simultan (*overall test*)

Pengujian dilakukan dengan menggunakan nilai *likelihood ratio*, yang merupakan perbandingan antara model tanpa variabel bebas dengan model yang terdiri dari seluruh variabel bebas.

Uji parameter secara individu (*partial test*)

Uji individu dilakukan jika hasil uji parameter simultan memutuskan untuk tolak H_0 , yang berarti terdapat minimal satu variabel yang memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat, menggunakan uji *Wald*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kuesioner penelitian telah direspon oleh 46 responden, dengan sebaran demografinya sebagaimana pada tabel 4:

Tabel 4. Demografi responden penelitian

Parameter	Atribut	Responden
Jenis kelamin	Laki-Laki	54,3%
	Perempuan	45,7%
Pendidikan terakhir	≤ D3	15,2%
	S1	71,7%
	≥ S2	13,1%
Penghasilan per Bulan	< Rp5 juta	30,4%
	Rp5 juta s.d. Rp10 juta	43,5%
	> Rp10 juta	26,1%
Kepemilikan dompet digital	Tidak memiliki	10,9%
	Memiliki 1 s.d. 3 aplikasi	63,0%
	Memiliki > 3 aplikasi	26,1%
Penggunaan QRIS dalam satu bulan terakhir	0 kali (tidak pernah)	21,7%
	1 s.d. 3 kali	37,0%
	> 3 kali	41,3%

Berdasarkan pengolahan data responden yang masuk menggunakan SPSS, diperoleh hasil pengolahan data (output) sebagaimana rincian pada Lampiran 4. Selanjutnya pada Tabel 5. *Variables in The Equation* diperoleh masing-masing nilai B dari variabel independen dan dependen, sehingga dapat membentuk persamaan model regresi logit.

Tabel 5. *Variables in the equation*

Variabel independen	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Kemudahan	-0,830	1,643	0,255	1	0,614	0,436
Kepercayaan	1,141	2,198	0,269	1	0,604	3,129
Kemanfaatan	4,601	1,534	9,000	1	0,003	99,549
Risiko	1,906	2,192	0,756	1	0,385	6,724
Konstanta	-3,008	1,433	4,404	1	0,036	0,049

Berdasarkan tabel di atas, maka persamaan Regresi Logit yang diperoleh sebagai berikut:

$$\ln\left(\frac{p}{1-p}\right) = -3,008 - 0,830_{\text{kemudahan}} + 1,141_{\text{kepercayaan}} + 4,601_{\text{kemanfaatan}} + 1,906_{\text{risiko}}$$

Uji kecocokan model

Menguji kecocokan model menggunakan uji *Hosmer-Lemeshow*, diperoleh uji statistik seperti pada tabel 6.

Tabel 6. *Hosmer and lemeshow test*

Chi-square	df	Sig.
1,820	3	0,611

H_0 = model sesuai atau tidak ada perbedaan antara observasi dan prediksi

H_1 = model tidak sesuai atau ada perbedaan antara observasi dan prediksi

Uji kecocokan model dilakukan dengan membandingkan nilai *Chi-Square* yang diperoleh dengan *Chi-Square* pada tabel dengan $df = g - 2$. Jika $X^2_{HL} \geq X^2_{(g-2)}$ maka H_0 ditolak atau diterima. Nilai $X^2_{HL} = 1,820$. Nilai *Chi-square* pada tabel $df = 3$ adalah 3,84. Karena $X^2_{HL} < X^2_{(g-2)}$, maka H_0 diterima. Keputusannya, pada taraf signifikansi 5% dapat disimpulkan bahwa model sesuai atau tidak ada perbedaan antara observasi dan prediksi.

Menguji kecocokan model menggunakan *Classification Table*, diperoleh uji statistik pada tabel 7.

Tabel 7. Classification table

	Observed	Predicted		Percentage correct	
		minat	0,00		1,00
Step 1	Minat	0,00	9	3	75,0
		1,00	1	33	97,1
Overall Percentage					91,3

Klasifikasi prediksi secara menyeluruh 91,3% telah tepat. Hal ini terdiri dari untuk Minat menggunakan QRIS = 1 ketepatan klasifikasinya 97,1% sedangkan Minat menggunakan QRIS = 0, ketepatan klasifikasinya sebesar 75,0%. Hasil ini sudah dapat dikatakan bahwa model telah cocok dalam menjelaskan variasi variabel independen.

Menguji kecocokan model selanjutnya menggunakan *Omnibus Test*, dengan hasil uji statistik pada tabel 8.

Tabel 8 Omnibus test of model coefficients

	Chi -square	df	Sig.
Step	31,408	4	0,000
Step 1 Block	31,408	4	0,000
Model	31,408	4	0,000

Tabel 8 menunjukkan bahwa nilai Sig. lebih kecil dari tingkat signifikansi 5%, sehingga H_0 di tolak. Dapat disimpulkan bahwa dengan dimasukkannya variabel independen mengakibatkan meningkatkan kemampuan model dalam menjelaskan variasi dari variabel dependen yaitu minat konsumen dalam menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran digital.

Menguji kecocokan model terakhir menggunakan Cox & Snell R^2 , dan Nagelkelker R^2 , dengan hasil uji statistik pada tabel 9.

Tabel 9. Model summary

Step	-2 Log likelihood	Cox & snell r square	Nagelkelker r square
1	21,397 ^a	0,495	0,725

Nilai Cox & Snell R^2 adalah 0,495 dapat diinterpretasikan bahwa semua variabel independen mempunyai kontribusi sebesar 49,50% dalam menjelaskan variasi variabel dependen, dan sisanya sebesar 50,50% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diperhitungkan dalam model. Interpretasi serupa juga diberikan pada nilai Nagelkelker R^2 yaitu sebesar 0,725 yang artinya variabel independen (persepsi kemudahan, kepercayaan, kemanfaatan dan risiko) mempunyai kontribusi 72,50% dalam menjelaskan variasi variabel dependen, dan sisanya sebesar 27,50% dijelaskan variabel lain yang tidak diperhitungkan dalam model.

Uji hipotesis parameter

Setelah pengujian kecocokan model telah dilakukan dan hasilnya bahwa seluruh variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen dengan baik, serta pengujian dengan dengan menambahkan variabel independen menyebabkan meningkatkan kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Selanjutnya dilakukan uji signifikansi model (uji hipotesis parameter), baik secara simultan maupun secara individual.

Uji hipotesis simultan

Uji yang pertama kali dilakukan adalah pengujian peranan parameter (variabel independen) di dalam model secara simultan (bersama-sama), dengan:

$$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = 0$$

$$H_1 : \text{minimal ada satu } \beta_j \neq 0; j = 1, 2, 3, 4$$

Terima H_0 jika $G < X^2(\alpha, p)$ atau $p\text{-value} < \text{tingkat signifikansi } \alpha = 5\%$

Tolak H_0 jika $G > X^2(\alpha, p)$ atau $p\text{-value} > \text{tingkat signifikansi } \alpha = 5\%$

Tabel 10. *Iteration history*

<i>Iteration</i>		<i>-2 Log likelihood</i>	<i>Coefficient constant</i>
<i>Step 0</i>	1	52,870	0,957
	2	52,805	1,040
	3	52,805	1,041
	4	52,805	1,041

Tabel 11. *Iteration history*

<i>Iteration</i>		<i>-2 Log Likelihood</i>	<i>Coefficient</i>				
			<i>Constant</i>	kemudahan	kepercayaan	kemanfaatan	risiko
<i>Step 1</i>	1	26,369	-1,784	-0,150	0,329	2,783	0,740
	2	22,241	-2,529	-0,389	0,690	3,764	1,340
	3	21,467	-2,890	-0,665	0,993	4,342	1,732
	4	21,398	-2,997	-0,808	1,123	4,570	1,885
	5	21,397	-3,008	-0,829	1,140	4,600	1,905
	6	21,397	-3,008	-0,830	1,141	4,601	1,906

Dalam perhitungan pada tabel 10, diketahui bahwa dalam *Model Baseline* nilai *-2 Log likelihood* (L_0) = 52,805, sedangkan pada *Full Model* *-2 Log Likelihood* (L_1) = 21,397 yang tercantum pada tabel 11.

Berdasarkan angka tersebut, diperoleh nilai:

$$G = 52,805 - 21,397 = 31,408$$

$$X^2_{(\alpha,p)} = X^2_{(0,05,4)} = 9,49$$

Kesimpulan $G > X^2_{(0,05,4)}$, maka H_0 ditolak, minimal terdapat satu variabel independen yang memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Uji hipotesis individual

Selanjutnya dilakukan uji hipotesis terhadap koefisien regresi secara individual dengan menggunakan *Wald Test* dan diperoleh nilai statistik W^2 pada tabel 12.

Tabel 10. Nilai statistik uji wald

<i>Variabel Independen</i>	<i>B</i>	<i>S.E.</i>	<i>Wald</i>	<i>df</i>	<i>Sig.</i>	<i>Keterangan</i>
Kemudahan	-0,830	1,643	0,255	1	0,614	Tidak signifikan
Kepercayaan	1,141	2,198	0,269	1	0,604	Tidak signifikan
Kemanfaatan	4,601	1,534	9,000	1	0,003	Signifikan
Risiko	1,906	2,192	0,756	1	0,385	Tidak signifikan
Konstanta	-3,008	1,433	4,404	1	0,036	-

Dengan hipotesis :

$$H_0 : \beta_1 = 0, \beta_2 = 0, \beta_3 = 0, \beta_4 = 0$$

$$H_1 : \beta_1 \neq 0, \beta_2 \neq 0, \beta_3 \neq 0, \beta_4 \neq 0$$

Terima H_0 , jika Nilai Sig. > tingkat signifikansi 5%

Tolak H_0 , jika Nilai Sig. < tingkat signifikansi 5%

Maka, dapat disimpulkan bahwa:

Variabel persepsi kemudahan memiliki nilai Sig. = 0,614, variabel persepsi kepercayaan memiliki nilai Sig. = 0,604 dan variabel persepsi risiko memiliki nilai Sig. = 0,385 atau lebih besar dibandingkan tingkat signifikansi 5%, maka diputuskan untuk menerima H_0 . Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa:

Konsumen yang memiliki persepsi menggunakan QRIS mudah mempunyai perbedaan kecenderungan yang tidak signifikan untuk memiliki minat yang tinggi dalam menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran digital dibandingkan dengan konsumen yang memiliki persepsi menggunakan QRIS sulit; Konsumen yang memiliki persepsi tingkat kepercayaan yang tinggi dalam menggunakan QRIS mempunyai perbedaan kecenderungan yang tidak signifikan untuk memiliki minat yang tinggi dalam menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran digital dibandingkan dengan konsumen yang memiliki persepsi tingkat kepercayaan yang rendah dalam menggunakan QRIS; dan

Konsumen yang memiliki persepsi tingkat risiko QRIS rendah mempunyai perbedaan kecenderungan yang tidak signifikan untuk memiliki minat yang tinggi dalam menggunakan QRIS sebagai alat

pembayaran digital dibandingkan dengan konsumen yang memiliki persepsi tingkat risiko menggunakan QRIS tinggi.

Variabel persepsi kemanfaatan memiliki nilai Sig. = 0,003, atau lebih kecil dibandingkan tingkat signifikansi 5%, maka diputuskan untuk menolak H_0 . Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa persepsi kemanfaatan yang tinggi memiliki perbedaan kecenderungan yang signifikan untuk memiliki minat yang tinggi untuk menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran digital dibandingkan konsumen yang memiliki persepsi kemanfaatan menggunakan QRIS rendah.

Interpretasi koefisien regresi

Berdasarkan pengolahan data menggunakan Regresi Logit, diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$\ln\left(\frac{P}{1-P}\right) = -3,008 - 0,830_{\text{kemudahan}} + 1,141_{\text{kepercayaan}} + 4,601_{\text{kemanfaatan}} + 1,906_{\text{risiko}}$$

Persamaan tersebut memiliki makna:

Koefisien konstanta atau intersep (β_0)

Dengan memberi nilai nol pada semua variabel independen, sehingga model hanya mengandung koefisien konstanta (intersep). Hal ini menjadikan persepsi Kemudahan = 0; persepsi Kepercayaan = 0; persepsi Kemanfaatan = 0; dan persepsi Risiko = 0, kode ini dapat dimaknai bahwa untuk kelompok responden yang memiliki persepsi penggunaan QRIS sulit, tingkat kepercayaan rendah, menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran tidak bermanfaat dan konsumen memiliki persepsi tingkat risiko QRIS tinggi. Secara matematis, persamaan yang didapat adalah:

$$\begin{aligned} \ln\left(\frac{P}{1-P}\right) &= \beta_0 \\ \left(\frac{P}{1-P}\right) &= \text{Exp}(\beta_0) \end{aligned}$$

Berdasarkan tabel 5. *Variables in The Equation*, diperoleh nilai $\text{Exp}(\beta_0)$:

$$\begin{aligned} \left(\frac{P}{1-P}\right) &= \text{Exp}(\beta_0) \\ \left(\frac{P}{1-P}\right) &= 0,049 \\ P &= 0,049 (1 - P) &= 0,049 - 0,049P \\ P + 0,049P &= 0,049 \\ 1,049P &= 0,049 \\ P &= 0,047 \end{aligned}$$

Artinya: peluang seseorang yang memiliki persepsi bahwa QRIS sulit digunakan, persepsi tingkat kepercayaan terhadap keamanan QRIS rendah dan persepsi penggunaan QRIS tidak bermanfaat serta memiliki persepsi tingkat risiko tinggi dalam menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran digital adalah sebesar 0,047 (peluangnya sangat rendah).

Interpretasi variabel independen

Selanjutnya untuk menginterpretasikan nilai-nilai *odd ratio* dari masing-masing variabel independen dapat dilihat dari nilai $\text{Exp}(\beta)$ dari masing-masing variabel independen, sebagai berikut:

Variabel Kemudahan dengan $\text{Exp}(\beta_1) = 0,436$ artinya konsumen yang memiliki persepsi tingkat kemudahan QRIS tinggi, memiliki kecenderungan lebih kecil untuk mempunyai minat yang tinggi dalam menggunakan QRIS sebesar 0,436 kali dibandingkan dengan konsumen yang memiliki persepsi tingkat kemudahan penggunaan QRIS rendah, atau dapat disimpulkan bahwa konsumen yang memiliki persepsi tingkat kemudahan QRIS rendah (sulit) memiliki kecenderungan lebih besar untuk memiliki minat yang tinggi dalam menggunakan QRIS sebesar 2,294 kali;

Variabel Kepercayaan dengan $\text{Exp}(\beta_2) = 3,129$ artinya konsumen yang memiliki persepsi tingkat kepercayaan terhadap keamanan QRIS tinggi, memiliki kecenderungan untuk mempunyai minat yang tinggi untuk menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran digital sebesar 3,129 kali dibandingkan dengan konsumen yang memiliki persepsi tingkat kepercayaan terhadap keamanan QRIS rendah;

Variabel Kemanfaatan dengan $\text{Exp}(\beta_3) = 99,549$ artinya konsumen yang memiliki persepsi bahwa menggunakan QRIS memiliki manfaat yang tinggi, memiliki kecenderungan untuk mempunyai minat yang tinggi penggunaan QRIS sebesar 99,549 kali dibandingkan dengan konsumen yang memiliki persepsi tingkat kemanfaatan penggunaan QRIS rendah; dan

Variabel Risiko dengan $\text{Exp}(\beta_4) = 6,724$ artinya konsumen yang memiliki persepsi tingkat risiko dalam menggunakan QRIS rendah, memiliki kecenderungan untuk mempunyai minat yang tinggi penggunaan QRIS sebagai alat pembayaran digital sebesar 6,724 kali dibandingkan dengan konsumen yang memiliki persepsi tingkat risiko penggunaan QRIS tinggi.

Secara umum, hasil regresi logit ini sejalan dengan penelitian-penelitian sebelumnya terutama dalam pengujian secara simultan bahwa minimal terdapat satu faktor yang memiliki pengaruh terhadap minat/preferensi konsumen dalam menggunakan QRIS sebagai alat transaksi dalam pembayaran digital, meskipun faktor yang mempengaruhi secara signifikan hasilnya berbeda-beda.

SIMPULAN

Terdapat empat variabel independen yang diprediksi mempengaruhi keputusan konsumen dalam memiliki preferensi atau minat dalam menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran digital, yaitu faktor persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Kemanfaatan dan Tingkat Risiko. Dengan menggunakan analisis regresi logistik diperoleh bahwa berdasarkan pengujian hipotesis secara simultan, disimpulkan bahwa minimal terdapat satu variabel independen yang berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen dalam menggunakan QRIS sebagai alat transaksi pembayaran digital, sedangkan berdasarkan pengujian individu (parsial) diperoleh bahwa faktor persepsi Kemanfaatan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat penggunaan QRIS, sedangkan faktor persepsi lainnya diperoleh hasil berpengaruh tidak signifikan terhadap minat konsumen dalam menggunakan QRIS. Hal ini sesuai dengan hasil *odd ratio* bahwa kecenderungan atau peluang persepsi Kemanfaatan mempengaruhi minat konsumen dalam menggunakan QRIS sebesar 99,549 kali.

Berdasarkan penelitian ini diperoleh ilustrasi bahwa animo yang tinggi dari masyarakat Indonesia yang mayoritas terdiri dari generasi milenial untuk dapat bertransaksi dalam pembayaran digital secara mudah, cepat dan aman. Implementasi QRIS sebagai alat transaksi berbasis kode QR yang berlaku sejak awal tahun 2020 sesuai ketentuan, menjadi suatu solusi dalam melakukan perlindungan konsumen serta upaya menciptakan masyarakat minimal uang tunai (*less cash society*) sebagai perwujudan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) yang saat ini sedang diusung oleh Pemerintah bersama Bank Indonesia.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, diantaranya (1) jumlah responden yang kurang banyak, (2) jumlah variabel independen yang terbatas, dan (3) masa pemberlakuan implementasi QRIS yang masih baru (baru tiga bulan sejak diwajibkannya pada tanggal 1 Januari 2020). Diharapkan ke depan, terdapat penelitian-penelitian lanjutan dengan cakupan jumlah responden yang lebih besar dan jumlah variabel independen yang lebih beragam, serta implementasi QRIS telah cukup lama diberlakukan sehingga diperoleh hasil yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Dzulhaida, Ratna, dan Refi Rifaldi Windya Giri. (2017). Analisis Minat Masyarakat Terhadap Penggunaan Layanan *E-Money* di Indonesia Dengan Menggunakan Model Modifikasi *Unified Theory Of Acceptance And Use Technology 2* (UTAUT 2). *Majalah UNIKOM*, 15 (2).
- Ghozi, Saiful, Ramli, dan Asri Setiarini. (2018). Analisis Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jenis Bank: Penerapan Model Regresi Logistik Biner (Studi Kasus Pada Bank BRI Cabang Balikpapan). *Media Statistika*, 11 (1), 17 – 26.
- Nur Siregar, Chairil, Sutiadi Rahmansyah. (2019). Persepsi Dan Partisipasi Masyarakat Terhadap Implementasi Program Jabar Digital Dalam Akun Instagram Ridwan Kamil Sebuah Kajian Sosio-Digital. *Jurnal Siosioteknologi*, 15 (3).
- Peraturan Anggota Dewan Gubernur No.21/18/PADG/2019 tanggal 21 Agustus 2018 tentang Implementasi Standar Nasional *Quick Response Code* untuk Pembayaran.
- Rahmatika, Ula, Muhammad Andryzal Fajar. (2019). Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan *Electronic Money: Integrasi Model Tam – Tpb Dengan Perceived Risk*. *Jurnal Nominal*, 8 (2).

-
-
- Seti, Sulisty, Utami, Berlianingsih Kusumawati. (2017). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Penggunaan *E-Money*. *Jurnal Balance*, 14 (2).
- Setowati, Yashinta, Ayu Nadia Ramadhani, Muhammad Bayu Alvian, Debby Ratna Daniel, dan A.A Gde Satia Utama. (2017). *E-Money* Banyuwangi Tourism : *Qr Code* Sebagai Alat Transaksi Di Wisata Pulau Merah. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Airlangga*, 2 (2), 290-306.
- Tazkiyyaturrohmah, Rifqy. (2018). Eksistensi Uang Elektronik Sebagai Alat Transaksi Keuangan Modern. *Muslim Heritage*, 3 (1).
- Widyastuti, Kirana, Putu Wuri Handayani, dan Iik Wilarso. 2017. Tantangan Dan Hambatan Implementasi Produk Uang Elektronik Di Indonesia: Studi Kasus PT XYZ. *Jurnal Sistem Informasi*, 1 (13), 38 – 48.