

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

#### 1.1.1 QR Code

Perkembangan teknologi yang disruptif telah menyentuh hampir sebagian besar aspek kehidupan. Terutama dalam era revolusi industri keempat (Industri 4.0) ini, lahirnya inovasi – inovasi terbaru berbasis teknologi semakin tak terbendung. Kode QR adalah sebuah kode matriks (atau dua dimensi bar code) yang dibuat oleh perusahaan Jepang Denso-Wave pada tahun 1994. “QR” berasal dari “*Quick Response*”, sebagai pencipta kode yang dimaksudkan agar isinya dapat diuraikan pada kecepatan tinggi. Kode QR (*Quick Response*) atau sering disebut dengan QR Code merupakan bentuk evaluasi dari barcode yang biasanya dilihat pada sebuah produk. QR Code berbentuk jajaran persegi berwarna hitam berbentuk seperti barcode tetapi dengan tampilan lebih ringkas.

QR Code memuat berbagai informasi di dalamnya seperti alamat URL, teks hingga nomor telepon, QR Code biasanya diletakan diberbagai produk untuk menunjukan informasi tambahan dari produk tersebut. Untuk membaca QR Code, dibutuhkan *smartphone* berkamera dan sebuah aplikasi pembaca QR Code.



**Gambar 1. 1 QR Code**

*Sumber* : Microsoft.com

QR Code berfungsi bagaikan hipertaut fisik yang dapat menyimpan alamat dan URL, nomor telepon, teks, dan sms. Dengan kata lain QR Code sebagai penghubung secara cepat dari sebuah konten *online* atau konten *offline*. Kehadiran QR Code ini memungkinkan audiens berinteraksi dengan media yang ditemelinya melalui ponsel secara efektif dan efisien.

### **1.1.2 Jenis QR Code**

Pada prinsipannya ada 2 jenis QR Code :

a. QR Code Statis

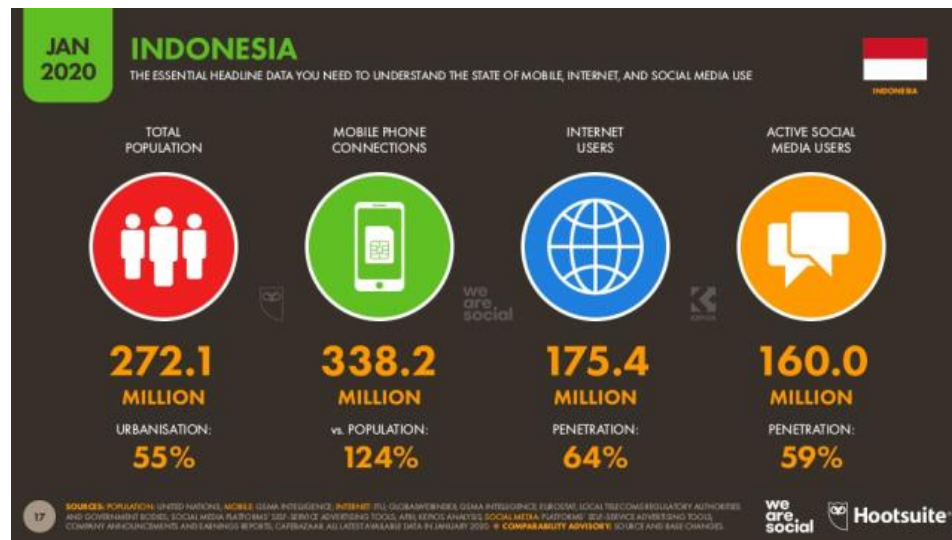
QR Code Statis merupakan QR Code yang mengandung informasi yang sifatnya tetap seperti URL, nama, merchant atau alamat. Salah satu ciri QR Code statis adalah masih adanya data yang perlu dimasukan oleh pengguna Ketika melakukan transaksi.

b. QR Code Dinamis

QR Code Dinamis merupakan sebuah QR Code yang degenerate oleh aplikasi *mobile* untuk kepentingan tertentu dan berisikan informasi sesuai dengan kebutuhan pengguna. Ciri QR Code Dinamis adalah data sudah berada di dalam QR Code sehingga pengguna tidak perlu lagi memasukan nilai yang perlu dibayarkan.

## **1.2 Latar Belakang Penelitian**

Pesatnya perkembangan teknologi telah membawa kita masuk ke dalam era revolusi industri bisnis 4.0. Di era digital saat ini, pengguna teknologi sudah menjadi gaya hidup di kalangan masyarakat. Lahirnya era digital mengakibatkan pertumbuhan industri digital yang sangat mempengaruhi aktivitas bisnis sehari – hari, dimana segala aspek sudah mulai berubah dari yang dulunya masih berupa tradisional saat ini perlahan – lahan mulai berubah kearah digital. Seperti yang disebutkan dalam [daily.oktagon.co.id](http://daily.oktagon.co.id) bahwa perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin pesat telah mempengaruhi pola perilaku manusia dalam mengakses beragam informasi dan berbagai fitur layanan elektronik. Fitur layanan elektronik didukung oleh pertumbuhan internet yang semakin mudah untuk diakses pada saat ini. Perkembangan ini diakibatkan oleh pertumbuhan jumlah pengguna internet Indonesia yang terus meningkat setiap tahunnya.

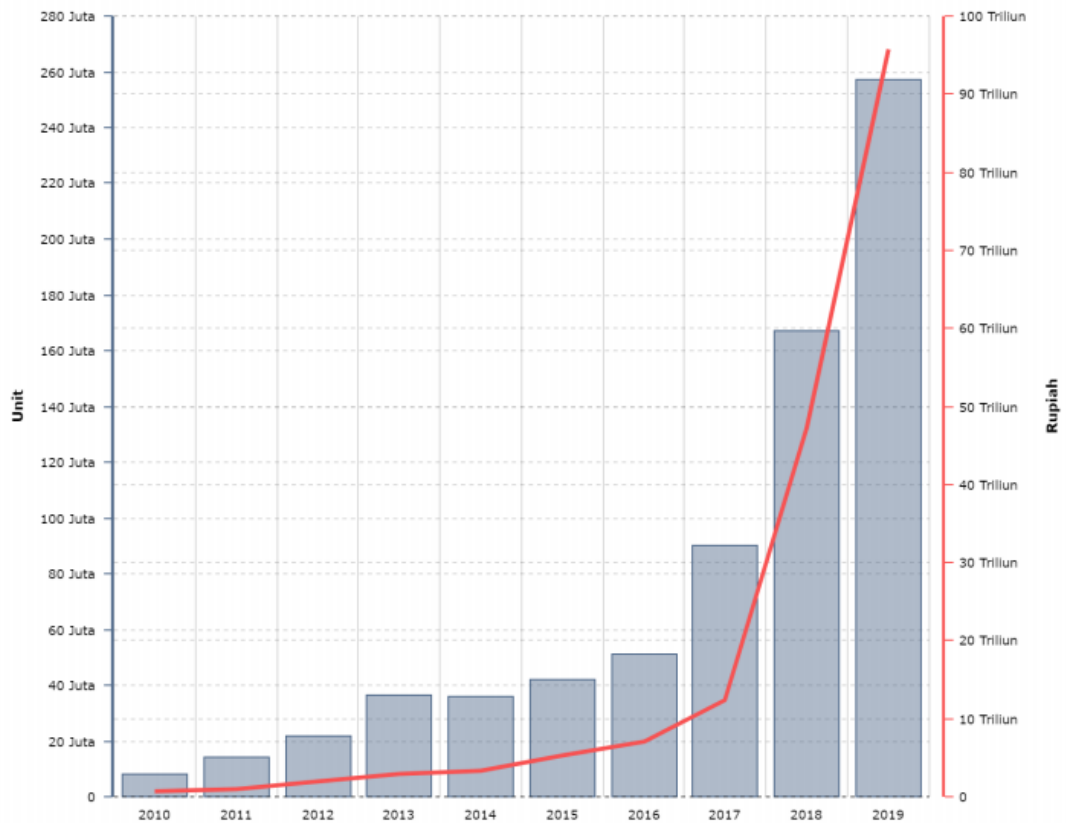


**Gambar 1. 2 Pengguna Internet di Indonesia**  
Sumber : We Are Social (2020)

Berdasarkan hasil riset *We Are Social* bisa dilihat pada gambar 1.2 penetrasi pengguna internet di Indonesia mencapai 64% dari total populasi di Indonesia, yaitu sebanyak 175,4 juta pengguna internet dari total 272,1 juta jiwa. Penetrasi pengguna internet di Indonesia pada Januari 2020 diketahui meningkat sekitar 17% dari tahun sebelumnya atau 25 juta pengguna internet baru di Indonesia. Dengan menggunakan internet banyak hal yang dapat diakses dan dikembangkan. Salah satunya yaitu Teknologi finansial atau *Financial Technology (Fintech)*. Termasuk Indonesia saat ini termasuk negara yang perkembangan *Financial Technology*nya semakin meningkat, di tambah Indonesia memiliki modal besar untuk mendukung perkembangan *fintech* yaitu dengan jumlah generasi milenial berusia 25-35 tahun dan masyarakat kelas menengah yang mencapai 141 juta orang (pikiran-rakyat.com) , serta total pengguna internet yang mencapai 175 juta pada tahun 2020. Pada era digital saat ini *fintech* terus berkembang dimana arus yang semakin kuat.

Menurut Bank Indonesia *Financial Technology (FinTech)* merupakan hasil gabungan antara jasa keuangan dengan teknologi yang akhirnya mengubah model bisnis dari konvensional menjadi modern, dimana yang awalnya dalam membayar harus bertatap muka dan membawa sejumlah uang *cash*, kini dapat melakukan transaksi dengan melakukan pembayaran yang dapat dilakukan dalam hitungan detik saja (bi.go.id, 2020).

Dengan kemunculan *fintech*, budaya pembayaran tunai atau cash dalam proses transaksi sehari – hari telah bergeser menjadi budaya nontunai atau *cashless*. Hal ini terlihat dari terus tumbuhnya transaksi nontunai yang dilakukan masyarakat dan keseriusan dari Bank Indonesia untuk mengembangkan *Financial Technology* di Indonesia terlebih dengan adanya *smartphone* sebagai media pendukung, sehingga hal ini mendukung para pengguna menjadi masyarakat *Cashless Society*.



**Gambar 1. 3 Nilai Transaksi dan Jumlah Uang Elektronik (2010 - September 2019)**

*Sumber* : Bank Indonesia (2019)

Penjelasan gambar 1.3 diatas dapat dilihat bahwa besarnya gelombang transaksi non-tunai di Indonesia. Perkembangan dari adanya *Financial Technology (Fintech)* tersebut sangat meningkat dengan pesat, dibuktikan dengan jumlah transaksi dari pengguna yang menggunakan *Fintech* setiap tahunnya yaitu terus naik. Bahkan sampai akhir bulan September 2019 nilai transaksi non-tunai di Indonesia mencapai Rp.95,75 triliun yang telah melonjak dua kali lipat di banding periode Januari – Desember tahun

2018 yang hanya mencapai Rp.47,2 triliun. Dengan demikian kehadiran pembayaran instan ini dapat mengurangi kebutuhan akan penggunaan pembayaran dengan menggunakan uang tunai. salah satu solusi yang diakomodasikan oleh industri *Fintech*, yaitu layanan *mobile payment* yang menjadi salah satu pembayaran paling berpengaruh karena banyaknya pengguna *smartphone*.

Indonesia mencatat pertumbuhan pengguna sistem pembayaran dengan perangkat *mobile payment* untuk kebutuhan belanja baik *online* maupun belanja di toko ritel dalam survey yang dilakukan PricewaterhouseCoopers (PwC) terkait Global Consumer Insight yang dikutip Majalah Bisnis Indonesia dalam websitenya menggambarkan bahwa 47% responden di Indonesia saat ini menggunakan pembayaran *mobile payment* untuk bertransaksi pada tahun 2019, angka tersebut lebih tinggi dibandingkan tahun 2018 yang tercatat masih sekitar 38%. Saat ini *mobile payment* memanfaatkan tiga platform untuk pembayaran, yaitu QR Code, NFC (*Near – Field Communication*), dan OTP (*One-Time Password*).

Pembayaran menggunakan QR Code merupakan salah satu yang paling utama dalam *mobile payment*. *Quick Response Code* atau lebih sering disebut QR Code, merupakan salah satu jenis kode matriks atau kode batang dua dimensi yang dapat menyimpan data atau informasi lebih banyak dan 10 kali lebih cepat dibandingkan dengan barcode, fungsi QR Code dalam metode pembayaran yaitu menghubungkan pengguna dengan layanan transaksi pembayaran dengan cara memindai QR Code menggunakan *smartphone* yang sudah terhubung dengan akun pengguna, walaupun sudah dikembangkan sejak lama, penggunaan QR Code untuk bertransaksi baru populer beberapa tahun belakangan. (Rina Maryanti, 2020). Dengan kemudahan pembayaran menggunakan metode QR Code, pemerintah Indonesia memprediksi bahwa QR Code ini akan menjadi sistem pembayaran yang akan populer di Indonesia seiring dengan berjalannya waktu dan perkembangan teknologi yang ada (Galvan, 2018).

QR Code yang digunakan untuk sistem pembayaran, telah banyak diterbitkan oleh lembaga perbankan dan lembaga non perbankan. Saat ini sudah ada 26 penyelenggara layanan pembayaran berbasis QR Code, baik bank maupun Lembaga Selain Bank (LSB) dengan model dan spesifikasi yang berbeda (Bisnis.com,2019). Dengan banyaknya

lembaga yang menggunakan QR Code sebagai salah satu metode pembayarannya mendorong transaksi menggunakan *mobile payment* semakin meningkat dilihat dari tahun 2019 volume transaksi di Indonesia mencapai US\$ 16,4 miliar dan di perkirakan pada tahun 2020 dapat mencapai US\$ 30 miliar (marketingcraft.com,2020).

Dengan terus meningkatnya transaksi menggunakan *mobile payment* di Indonesia, mendorong Bank Indonesia untuk membuat standar untuk penggunaan QR Code sebagai teknologi yang digunakan untuk metode pembayaran, dengan tujuan peningkatan efisiensi transaksi. Pada tanggal 1 Januari 2020, Bank Indonesia resmi merilis standar untuk menggunakan QR Code Indonesia atau *Quick Response Code Indonesia Standart (QRIS)*. Menurut Gubernur Bank Indonesia, QRIS bertujuan mengusung semangat UNGGUL (Universal, GampanG, Untung dan Langsung). QRIS berfungsi agar satu QR Code bisa dipakai melalui layanan pembayaran yang berbeda (Mulia, 2019).

Berdasarkan data Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI), pada bulan September 2020 volume transaksi QRIS telah melebihi 10 juta transaksi, volume transaksi QRIS sudah meningkat dibandingkan sepanjang bulan Juni 2020 yang masih di sekitar 8 juta transaksi (keuangan.kontan.co.id 2020), peningkatan jumlah transaksi QRIS ini belum dapat menyaingi metode pembayaran menggunakan kartu yang tercatat pada agustus 2020 mencapai 22,5 juta transaksi (katadata.co.id), hal ini membuktikan bahwa transaksi menggunakan QRIS mulai bermanfaat dan memberikan kemudahan kepada masyarakat.

Namun dari banyaknya kelebihan dari QR Code tetap saja memiliki kelemahan, salah satu kelemahannya ialah terdapat resiko yang melekat terutama dalam aspek pencurian data keuangan maupun non keuangan. Di Indonesia penerapan mobile Payment sudah banyak digunakan. Namun terdapat beberapa permasalahan yang sering terjadi yaitu Beberapa pengguna kesulitan dalam melakukan top up, Aplikasi error, dan yang paling sering adalah Kesulitan menggunakan metode Pay by QR ketika sinyal kurang lancar (Suryanto, 2019). Atas dasar inilah penelitian ini diadakan dengan tujuan untuk menguji penerimaan pengguna yang dilihat dari sisi kemudahan dan resiko pembayaran kode QR.

Penggunaan sistem pembayaran kode QR merupakan sistem yang populer saat ini. Brand-brand ternama sudah mulai menggunakan kode QR. Bahkan UMKM pun kini

menjadi target bagi penyedia layanan mobile Payment. Hal ini terbukti dengan maraknya UMKM yang menyediakan layanan pembayaran online terutama berbasis QR Code. Tak hanya itu saja bahkan pedagang sayur di Pasar Bintaro dan penjual kain di Pasar Mayestik, Jakarta Selatan telah menggunakan QR Code sebagai media pembayaran (Setyowati, 2018).

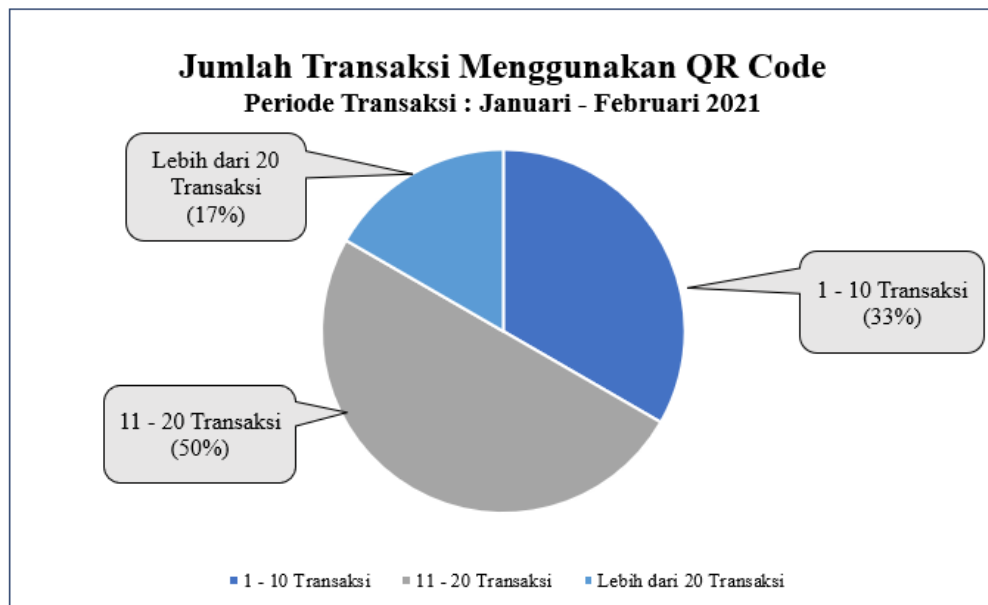
Direktur Departemen Kebijakan Sistem Pembayaran Bank Indonesia (BI) Fitria Irmis Triswati mengatakan nilai transaksi QR Code Indonesian Standard (QRIS) mencapai Rp1,1 triliun sepanjang 2020. Sementara, volume transaksinya mencapai sebanyak 15 juta kali atau naik hampir 50 persen dari tahun sebelumnya. "Volume transaksi QRIS 15 juta transaksi dengan pertumbuhan hampir 50 persen, dan juga dari sisi nominal tumbuh 8 persen jadi Rp1,1 triliun," ujarnya dalam diskusi virtual yang digelar BI, Jumat (26/3). Sementara itu, jumlah merchant yang terdaftar sebagai pengguna QRIS mencapai 6,55 juta, di mana 85 persen merupakan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) per 19 Maret 2021. Rinciannya, usaha besar sebanyak 324 ribu, usaha menengah 614 ribu, usaha kecil 1,5 juta, usaha mikro 4 juta, serta donasi/sosial 15 ribu. (CNN Indonesia, 2021)

Melalui Riset dari *iResearch Consulting Group* peningkatan jumlah dana yang di transaksikan melalui QR Code di Tiongkok dari US\$ 5 triliun pada tahun 2016 menjadi US\$ 5,5 triliun di tahun 2017. Namun menurut laporan yang dikeluarkan The Verge, Terdapat oknum yang telah mengganti kode QR dengan kode QR yang palsu. Kode QR palsu tersebut akan mencuri identitas pengguna salah satunya adalah personal identification number (PIN) (Setyowati, 2018). Pemerintah Tiongkok juga mencatat, pada tahun 2017 total kerugian yang terjadi akibat pencurian kode QR mencapai US\$ 13 juta atau setara Rp 172,9 miliar. Tingginya angka pencurian ini menimbulkan stigma buruk bagi pengguna dalam menggunakan kode QR sebagai media pembayarannya. Hal ini akan menurunkan niat untuk memakai mobile Payment sebagai alat pembayaran karena dirasa teknologi tersebut mempunyai resiko yang besar.

Selain mudah, pengguna juga ingin memastikan bahwa teknologi tersebut aman dan bebas dari resiko. Resiko merupakan faktor penting bagi seseorang dalam mengadopsi suatu teknologi (Muñoz-Leiva et al., 2017). Apalagi jika berkaitan dengan teknologi yang berkaitan dengan keuangan, resiko yang dirasakan pengguna menjadi sangat tinggi

(Chauhan, Yadav, & Choudhary, 2019). Namun menghilangkan resiko dari teknologi tidak lah mudah. Banyak ketidakpastian dan dampak negatif yang ditimbulkan atas suatu produk dan (Littler & Melanthiou, 2006; Omwansa, Lule, & Waema, 2015). Ancaman resiko dalam bertransaksi menggunakan QR Code pun bermunculan. Pengguna khawatir akan keamanan data pribadi pengguna yang berpotensi untuk disalah gunakan (Gerrard et al., 2006).

Berdasarkan data perkembangan QR Code di Indonesia saat ini, penulis melakukan observasi awal terhadap pengguna metode pembayaran QR Code, dengan karakteristik usia 15 – 30 tahun. Dengan menanyakan banyaknya transaksi dengan menggunakan QR Code semenjak bulan Januari – Februari 2021.



**Gambar 1. 4 Observasi Transaksi Pengguna QR Code**

*Sumber* : Data yang diolah penulis (2021)

Berdasarkan hasil observasi awal penulis kepada pengguna *mobile payment* khususnya pengguna QR Code pada bulan Januari dan Februari, yang melibatkan 30 responden pengguna metode pembayaran QR Code. Diketahui bahwa minat pengguna untuk menggunakan QR Code masih cukup kurang, hal ini dapat dilihat di gambar 1.4, survey total transaksi pada pengguna yang menggunakan QR Code diketahui 13 responden dari 30 responden hanya bertransaksi sebanyak kurang dari 10 transaksi pada bulan Januari 2021 sampai Februari 2021. Sementara jika responden disuruh memilih untuk



transaksi kebutuhan sehari – hari, mereka lebih memilih untuk menggunakan uang tunai dibandingkan QR Code. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan prasurvey mengenai metode pembayaran menggunakan QR Code Scanner kepada pengguna QR Code scanner dalam melakukan pembayaran apapun, berikut hasil prasurvey yang telah dilakukan:

Tabel 1.1  
*Effort Expentancy*

No	Pertanyaan	Presentase		Total
		Setuju	Tidak Setuju	
1.	<i>(Effort Expentancy)</i> Metode pembayaran QR Code mudah untuk digunakan dan dipahami	16	14	30

*Sumber* : Data yang diolah penulis (2021)

Minat didefinisikan sebagai suatu perhatian yang kuat dan mendalam disertai dengan perasaan senang terhadap suatu kegiatan sehingga mengarahkan seseorang untuk melakukan kegiatan tersebut dengan kemauan sendiri (Kambuaya, 2010). Dengan adanya minat pada seseorang akan menunjukkan kecenderungan untuk memusatkan pada suatu objek yang menariknya pada dasarnya minat seseorang timbul karena pengaruh dari dalam dan luar dirinya yaitu lingkungan dimana individu berada (Rahman, 2017). Penulis kemudian menanyakan pernyataan responden yang jarang menggunakan QR Code jika dibandingkan dengan metode pembayaran lainnya, berikut adalah pernyataan responden :

Tabel 1.2  
*Performance Expectancy*

No	Pertanyaan	Presentase		Total
		Setuju	Tidak Setuju	
1.	<i>(Performance Expectancy)</i>	14	16	30

	Metode pembayaran QR Code memberikan manfaat dalam penggunaannya			
--	--	--	--	--

Sumber: Hasil olah data penulis (2021)

Dalam variabel *Performance Expectancy* dengan pernyataan “Metode pembayaran QR Code memberikan manfaat dalam penggunaannya” jumlah responden yang tidak setuju lebih besar dibanding dengan yang setuju, yaitu sebesar 16 responden dari 30 responden, hal ini dapat disimpulkan bahwa sebagian responden kurang merasakan manfaat metode pembayaran QR code, hal ini membuat perusahaan yang menerapkan QR code lebih dapat mengkampanyekan penggunaan QR code ke masyarakat dengan cara memberi tahu akan kemudahan, keamanan dalam penggunaan QR code, selain itu dengan penggunaan QR code seringkali mendapatkan *cashback* ataupun *discount*.

Pada variabel *Effort Expentancy*, dengan pernyataan “Metode pembayaran QR Code mudah untuk digunakan dan dipahami” jumlah responden yang setuju sebesar 16 responden sehingga lebih besar dibanding responden yang tidak setuju sebanyak 14 responden, hal ini dapat diartikan bahwa kebanyakan responden merasakan kemudahan akan penggunaan QR code dalam melakukan pembayaran, walaupun sebagian responden sudah mengetahui kemudahan penggunaan QR code, namun tetaplah perusahaan harus tetap melakukan kampanye atau edukasi ke masyarakat akan kemudahan pembayaran menggunakan QR Code karena hamper setengah responden menjawab tidak setuju akan kemudahan menggunakan QR Code.

Tabel 1. 3  
*Social Influence*

1.	( <i>Social Influence</i> ) Orang – orang sekitar mempengaruhi dalam menggunakan metode pembayaran QR Code	(Setuju) 10	(Tidak setuju) 20	(Total) 30
----	---	----------------	----------------------	---------------

Sumber: Hasil olah data penulis (2021)

Dalam variabel *Social Influence*, dengan pernyataan “Orang – orang sekitar mempengaruhi dalam menggunakan metode pembayaran QR Code” jumlah responden yang tidak setuju lebih besar dibanding yang setuju, hal ini dapat diartikan bahwa orang sekitar kebanyakan tidak mempengaruhi dalam penggunaan QR code, hal ini disebabkan karena beberapa hal seperti kurangnya pengetahuan dalam penggunaan QR code dalam pembayaran, tidak mengetahui keuntungan dalam penggunaan QR code ataupun penggunaan QR code yang dianggap rumit dalam penggunaannya.

Tabel 1. 4

*Facilitating Condition*

1.	( <i>Facilitating Condition</i> ) Metode pembayaran QR Code dapat digunakan di banyak kedai atau took	(Setuju) 13	(Tidak setuju) 17	(Total) 30
----	--	----------------	----------------------	---------------

*Sumber:* Hasil olah data penulis (2021)

Dalam variabel *Facilitating Condition*, dengan pernyataan “Metode pembayaran QR Code dapat digunakan di banyak tempat” jumlah responden tidak setuju lebih besar, hal ini dapat disimpulkan bahwa penyebaran QR code belum rata, penggunaan QR code masih dalam lingkup area kota-kota saja, sehingga tidak semua daerah menyediakan pembayaran dengan QR code. Hal ini menjadi tugas perusahaan penyedia QR code untuk memperluan jangkauannya.

Tabel 1. 5

*Behavioral Intention*

1.	( <i>Behavioral Intention</i> ) Berminat menggunakan metode pembayaran QR Code	(Setuju) 14	(Tidak setuju) 16	(Total) 30
----	---	----------------	----------------------	---------------

*Sumber:* Hasil olah data penulis (2021)

Dalam variabel *Behavioral Intention*, dengan pernyataan “Berminat menggunakan metode pembayaran QR Code” jumlah responden yang tidak setuju sedikit lebih besar dibanding yang setuju, sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden tidak

berminat dalam penggunaan QR code. Dalam hal ini perusahaan penyedia lebih dapat menunjukkan kelebihan dan keuntungan jika masyarakat menggunakan QR code sebagai alat pembayaran dengan cara promosi, beriklan dll

Tabel 1. 6  
*Use Behavior*

1.	( <i>Use Behavior</i> )	(Setuju)	(Tidak setuju)	(Total)
	Menggunakan metode pembayaran QR Code 5 kali dalam seminggu	5	25	30

*Sumber:* Hasil olah data penulis (2021)

Dalam variabel *Use Behavior*, dengan pernyataan “Menggunakan metode pembayaran QR Code 5 kali dalam seminggu” jawaban tidak setuju lebih besar dibanding yang setuju, hal ini dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden tidak melakukan transaksi hingga lima kali dalam satu minggu, hanya lima responden saja yang melakukan transaksi sebanyak lima kali dalam satu minggu, sehingga dapat diketahui bahwa responden masih sangat minim dalam penggunaan QR code.

Kemudian dalam wawancara yang telah dilakukan penulis terhadap responden dengan pertanyaan “Kenapa anda lebih memilih pembayaran QR code dibanding menggunakan uang tunai?” berikut jawaban responden: Saya lebih memilih QR code karena pembayarannya sangatlah efektif dan efisien, selain itu saya merasa lebih aman karena tidak membawa uang dalam bentuk tunai, selain itu pembayaran menggunakan QR code seringkali mendapatkan harga promo dan *cashback* jadi lebih menguntungkan saya.

Selain itu penulis juga melakukan wawancara dengan responden yang tidak menggunakan QR code, dengan pertanyaan “Kenapa anda enggan menggunakan QR code? Berikut jawaban responden: Karena saya tidak tahu bagaimana penggunaannya, jika menggunakan QR code saya harus melakukan top up terlebih dahulu di ATM karena saya tidak memiliki M-banking, hal itu menurut saya lebih ribet, lebih susah.

Dari observasi penulis, masih banyak yang enggan menggunakan QR Code dikarenakan pengguna merasakan lebih mudah menggunakan pembayaran tunai

dibandingkan menggunakan QR Code, dan pengguna merasa direpotkan dengan harus melakukan top up untuk mengisi saldo, serta dikenakan biaya tambahan lainnya, dan tidak di semua tempat dapat melakukan pembayaran menggunakan QR Code. Meskipun ada beberapa responden yang mendukung kehadiran QR Code ini karena merasa lebih mudah, cepat dalam bertransaksi, dan banyaknya penawaran promo. Sehingga dari isu – isu tersebut terdapat faktor – faktor adopsi penggunaan kenapa responden tidak menggunakan metode pembayaran QR Code tersebut. Faktor – faktor penggunaannya adalah kemudahan bertransaksi, kesenangan, dan kenyamanan dalam menggunakan QR Code. Namun secara garis besar dapat disimpulkan bahwa manfaat dari adanya teknologi ini belum sepenuhnya dirasakan oleh responden.

Berdasarkan fenomena yang sudah dijelaskan diatas, maka penulis akan melakukan penelitian tentang faktor – faktor apa saja yang mempengaruhi penggunaan dari suatu teknologi ini sehingga bisa mempengaruhi minat dan perilaku mereka dalam menggunakan teknologi tersebut. Salah satu model adopsi penerimaan teknologi yang paling terakhir dan sering digunakan adalah *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* atau disingkat UTAUT yang dikembangkan oleh Vankatesh et al pada tahun 2003, merupakan sebuah model sistesis atau kombinasi dari elemen yang terkandung dalam delapan teori terkemuka mengenai penerimaan teknologi sebelumnya. Model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) sangat luas digunakan oleh peneliti sebagai model dasar yang diterapkan untuk penelitian dalam berbagai bidang penerimaan teknologi informasi baik dalam organisasi. UTAUT juga memiliki daya prediksi yang paling besar menurut Indrawati (2015:46) dengan nilai  $R^2 = 70\%$  dibandingkan dengan delapan teori sebelumnya yang hanya memiliki  $R^2$  antara 17 – 53%, karena itu penelitian ini memilih model UTAUT sebagai model penelitian.

Model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) terdiri dari empat konstruk variabel utama yang mempengaruhi minat berperilaku (*Behavioral Intention*) untuk melakukan penggunaan teknologi (*Use Behavior*) yaitu ekspektasi kinerja (*performance expentancy*), ekspektasi usaha (*effort expentancy*), pengaruh sosial (*social influences*), ekspektasi usaha (*effort expentancy*), dan kondisi fasilitas (*facilitating conditions*) (Mediyanto,2017).

Pengaruh pertemanan, keluarga, dan lingkungan sosial juga di temukan menjadi penyebab beberapa orang jarang menggunakan QR Code. Menurut Haryono (2015) pengaruh sosial menunjukkan sejauh mana persepsi individu atas sesuatu yang dipercaya orang lain atas penggunaan sistem baru, pengaruh sosial terkait engan tekanan eksternal (dari orang – orang penting dalam hidup seseorang, seperti keluarga, teman, dan supervisor di tempat kerja).

Model UTAUT sudah banyak digunakan untuk penelitian adopsi teknologi, salah satunya penelitian terdahulu yang dilakukan Abrahao et al (2016). Dimana dalam penelitian tersebut membahas tentang adopsi teknologi *mobile payment* menggunakan model UTAUT dengan menambahkan variabel risiko dan biaya. Konstruk yang dimiliki penelitian Abrahao et al (2016) ditemukan memiliki kesamaan dengan fenomena dari observasi awal yang sudah dilakukan penulis, sehingga dengan ini maka penulis akan menggunakan konstruk modifikasi UTAUT yang dikembangkan oleh Abrahao et al (2016) dalam penelitian ini dengan menambahkan variabel *Perceived Cost*.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Ayatulloh Michael Musyaffi dan Kayati pada tahun 2019 yang berjudul “Dampak Kemudahan dan Risiko Sistem Pembayaran QR Code: *Technology Acceptance Model (TAM) Extension*” dengan hasil penelitian dalam riset menunjukkan adanya kontribusi terhadap model *Technology Acceptance Model (TAM)* terutama faktor kemudahan yang semakin memperkuat penerimaan penggunaan Pay by QR. Sementara persepsi resiko tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap niat menggunakan sistem Pay by QR.

Berdasarkan fenomena dan latar belakang yang telah dijabarkan diatas, permasalahan ini layak untuk diteliti untuk mengetahui lebih lanjut mengenai penerimaan QR Code. hal tersebut menjadi latar belakang penulis dalam melakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS PENGGUNAAN METODE PEMBAYARAN QR CODE SCANNER DENGAN MENGGUNAKAN MODEL UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY (UTAUT)”**

### 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian latar belakang diatas, maka akan diteliti minat penggunaan QR Code dengan menggunakan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT). Rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

- a) Apakah *Performance Expectancy* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* dalam penggunaan metode pembayaran QR Code?
- b) Apakah *Effort Expectancy* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* dalam penggunaan metode pembayaran QR Code?
- c) Apakah *Social Influence* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* dalam penggunaan metode pembayaran QR Code?
- d) Apakah *Facilitating Condition* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* dalam penggunaan metode pembayaran QR Code?
- e) Apakah *Perceived Cost* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* dalam penggunaan metode pembayaran QR Code?
- f) Apakah *Behavioral Intention* berpengaruh terhadap *Use Behavior* dalam penggunaan metode pembayaran QR Code?

### 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, adapun penelitian yang akan dicapai melalui penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisa :

- a) Untuk mengetahui apakah *Performance Expectancy* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* dalam penggunaan metode pembayaran QR Code?
- b) Untuk mengetahui apakah *Effort Expectancy* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* dalam penggunaan metode pembayaran QR Code?
- c) Untuk mengetahui apakah *Social Influence* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* dalam penggunaan metode pembayaran QR Code?
- d) Untuk mengetahui apakah *Facilitating Condition* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* dalam penggunaan metode pembayaran QR Code?
- e) Untuk mengetahui apakah *Perceived Cost* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* dalam penggunaan metode pembayaran QR Code?

- f) Untuk mengetahui apakah *Behavioral Intention* berpengaruh terhadap *Use Behavior* dalam penggunaan metode pembarayan QR Code?

## **1.5 Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan dari penulisan yang dilakukan ini adalah :

### **1.5.1 Kegunaan Teoritis**

Secara teoritis, penelitian ini di harapkan dapat memperkaya dan melengkapi keilmuan serta bermanfaat dalam mengusulkan model penerimaan UTAUT. Dan penelitian ini diharapkan juga dapat menjadi alternative bagi peneliti selanjutnya untuk berbagai pihak dalam memahami penerimaan dan kepuasan pengguna sistem teknologi. Disamping itu beberapa temuan dalam penelitian ini dapat dijadikan rujukan bagi peneliti berikutnya.

### **1.5.2 Kegunaan Praktis**

Secara praktis, diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan terkait dalam menggunakan QR Code dan kontribusi bagi perusahaan – perusahaan yang memanfaatkan QR Code untuk meningkatkan penggunaan QR Code.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini merupakan penjelasan secara umum tentang isi penelitian meliputi gambaran umum objek penelitian, latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penelitian

### **BAB II TINJUAN PUSTAKA**

Pada bab ini dijelaskan hasil tentang kajian kepustakaan yang terkait dengan topik pembahasan dan variabel untuk dijadikan sebagai dasar dalam pembahasan dan analisis permasalahan dalam penelitian, penyusunan kerangka juga perumusan hipotesis.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan mengenai variabel operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas serta Teknik analisis data.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**



Bab ini berisi kesimpulan akhir dari analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya serta saran – saran yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan berkaitan dengan faktor – faktor yang berpengaruh.