

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Gambaran Umum Penelitian**

#### **1.1.1 Profil Bank Indonesia**

Bank Indonesia merupakan Bank Sentral dari Negara Kesatuan Republik Indonesia. Bank Indonesia melaksanakan tugas dan wewenangnya dimulai ketika ada sebuah undang-undang baru, yaitu Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1999 tentang Bank Indonesia sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 4 Tahun 2023 tentang pengembang dan penguat sektor keuangan. Undang-Undang ini memberikan status kedudukan sebagai suatu lembaga negara yang independen dalam melaksanakan tugas dan wewenangnya, bebas dari campur tangan Pemerintah dan pihak lain, kecuali untuk hal-hal yang secara tegas diatur dalam undang-undang ini.

#### **1.1.2 Sistem Pembayaran Digital**

Menurut Bank Indonesia sistem pembayaran didefinisikan sebagai sistem yang mencakup seperangkat aturan, lembaga, dan mekanisme yang digunakan untuk melakukan pemindahan uang untuk memenuhi suatu kewajiban yang timbul dari suatu kegiatan ekonomi (Rayadi & Maradesa, 2021). Pembayaran digital adalah pembayaran berbasis teknologi. Di dalam pembayaran digital uang disimpan, diproses, dan diterima dalam bentuk informasi digital dan proses pemindahannya diinisialisasi melalui alat pembayaran elektronik (Tarantang dkk, 2019). Mun *et al* (2017) menyebutkan bahwa pembayaran digital (*digital payment*) merupakan wakil dari seluruh pembayaran non-tunai, yang juga diartikan sebagai transaksi pembayaran digital antara pelaku bisnis pembeli dan penjual melalui jaringan internet atau jaringan elektronik. Sementara Bangsa dan Khumaeroh (2023) menyebutkan bahwa pembayaran digital merupakan pembayaran yang berbasis teknologi. Pembayaran digital meliputi penyimpanan uang, pemrosesan uang dan menerima informasi digital melalui pembayaran elektronik.

#### **1.1.3 Quick Response Indonesian Standards (QRIS)**

*Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) atau biasa disingkat QRIS (dibaca KRIS) adalah penyatuan berbagai macam QR dari berbagai Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) menggunakan *QR Code*. QRIS dikembangkan oleh industri sistem

pembayaran bersama dengan Bank Indonesia agar proses transaksi dengan *QR Code* dapat lebih mudah, cepat, dan terjaga keamanannya. Semua Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran yang akan menggunakan *QR Code* Pembayaran wajib menerapkan QRIS. Saat ini, dengan QRIS, seluruh aplikasi pembayaran dari Penyelenggara manapun baik bank dan nonbank yang digunakan masyarakat, dapat digunakan di seluruh toko, pedagang, warung, parkir, tiket wisata, donasi (*merchant*) berlogo QRIS, meskipun penyedia QRIS di *merchant* berbeda dengan penyedia aplikasi yang digunakan masyarakat.

#### **1.1.4 Seven Laundry**

Seven Laundry didirikan tahun 2010 oleh 3 orang yaitu Anggi, Istiqomah dan Rio. Nama Seven diambil dari Alquran yaitu surat Al Fatihah yang berjumlah 7 ayat, agar nantinya usaha ini dapat berjalan dengan sukses. Seven Laundry merupakan jenis penyedia layanan jasa *laundry* kiloan, yang menggunakan satu mesin cuci untuk satu pelanggan dan juga menyediakan layanan antar jemput cucian. Seven Laundry didirikan untuk memenuhi kebutuhan konsumen, khususnya dalam rangka meningkatkan pelayanan kepada konsumen agar konsumen yang tidak mempunyai tempat untuk mencuci dan mengeringkan pakaian menjadi bisa lebih terbantu.

Seven Laundry yang memiliki 3 cabang di Bandung. Cabang pertama berlokasi di Gg. PGA No.55, RT.3/RW.2, Lengkong, Kec. Bojongsoang, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40288. Cabang kedua berlokasi di Jalan Sukapura, Mengger, Bandung Kidul, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kota Bandung, Jawa Barat 40267. Cabang ketiga berlokasi di Jl. Sukabirus No.60, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40257. Berikut ini adalah Visi dan Misi Seven Laundry:

Visi: Menjadi perusahaan percontohan waralaba laundry kiloan terbesar di Indonesia dengan memanfaatkan IT.

Misi:

1. Memberikan pelayanan tercepat.
2. Membuat sistem yang efektif dan efisien.
3. Memanfaatkan teknologi sebagai *support system*.
4. Terus menerus melakukan inovasi.

## 1.2 Latar Belakang Masalah

Perkembangan kemajuan teknologi *smartphone* dan internet telah menyebabkan perubahan besar dalam kebiasaan dan referensi konsumen, yang mulai menggunakan media digital untuk berbagi informasi tentang mereka sendiri dan berkomunikasi dengan perusahaan, berbelanja *online*, dan menggunakan layanan internet baru. Teknologi komunikasi seluler memiliki dampak besar pada kehidupan sehari-hari. Hal ini menciptakan peluang layanan pembayaran digital untuk kemudahan pembayaran diberbagai sektor (Astuti dan Mahmud, 2023). Perkembangan teknologi yang cukup pesat membuat manusia tidak dapat dipisahkan dengan *smartphone* dan internet. Kecanggihan teknologi saat ini dapat memanjakan masyarakat sebagai penggunanya. Dalam hal keuangan, perkembangan teknologi telah menciptakan sebuah inovasi finansial yang lebih dikenal sebagai *fintech*. *Financial technology (fintech)* menyediakan jasa keuangan yang dapat mencakup bisnis keuangan digital dengan memanfaatkan perangkat lunak dan teknologi modern. Menurut OJK ada beberapa jenis *fintech* yaitu *digital payment*, *digital banking*, *nonbank-fintech P2P lending*, dan *fintech securities crowdfunding*. Tujuan dari adanya *fintech* ini adalah mempermudah transaksi keuangan pada masyarakat karena dapat memberikan layanan jasa keuangan yang efisien dan praktis. Kemudahan dalam bertransaksi tersebut membuat masyarakat menggunakan *fintech* dalam kehidupan sehari-hari (Bangsa dan Khumaeroh, 2023).

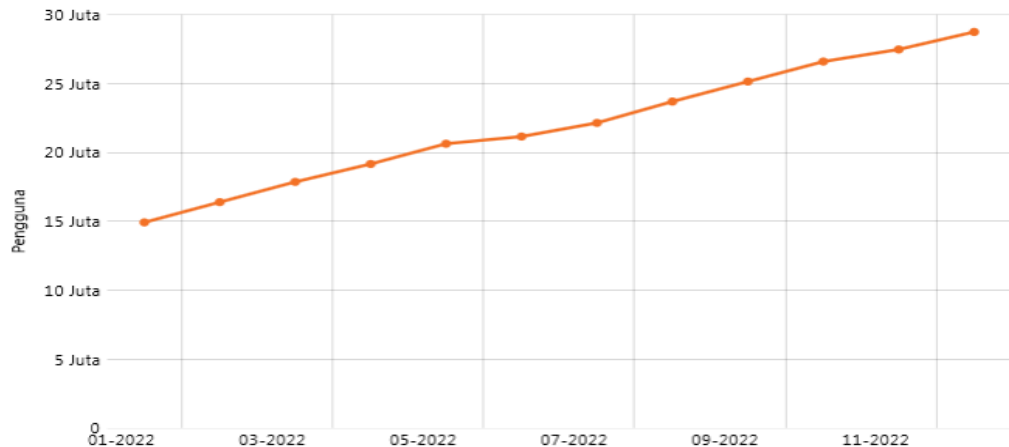
*Fintech* juga merupakan sebuah inovasi aplikasi layanan keuangan seperti salahsatunya sebagai alat pembayaran digital. Pembayaran digital adalah pembayaran berbasis teknologi. Di dalam pembayaran digital uang disimpan, diproses, dan diterima dalam bentuk informasi digital dan proses pemindahannya diinisialisasi melalui alat pembayaran elektronik (Tarantang dkk, 2019). *Fintech* dapat memudahkan masyarakat untuk melakukan transaksi pembayaran dengan mempersingkat waktu bertransaksi, memudahkan mendapatkan dana, dan memudahkan dalam pengelolaan aset (Bangsa dan Khumaeroh, 2023).

Jenis pembayaran digital diantaranya ATM, *e-money*, *internet banking*, kartu kredit, debit, *mobile payment*, *mobile banking* dan *QR code* (Milly *et al.*, 2021). Salah satu jenis pembayaran digital yang sering digunakan oleh masyarakat Indonesia adalah *Quick Response Code Indonesian (QRIS)*. QRIS merupakan standar *QR Code* untuk sistem pembayaran di Indonesia yang dikembangkan oleh Bank Indonesia dengan

Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI). QRIS dirancang menggunakan satu kode yang dapat melayani berbagai jenis pembayaran, hal tersebut bertujuan untuk efisiensi. Dengan satu kode tersebut, maka penjual tidak perlu memiliki berbagai jenis QRIS dari berbagai penerbit (Paramitha & Kusumaningyuas, 2020).

*Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) adalah penyatuan berbagai macam QR dari berbagai Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) menggunakan *QR Code*. QRIS merupakan alat transaksi pembayaran digital dalam bentuk kode berbasis *shared delivery channel* yang memudahkan pengguna dalam melakukan transaksi secara lebih mudah dan cepat. QRIS dikembangkan oleh industri sistem pembayaran bersama dengan Bank Indonesia agar proses transaksi dengan *QR Code* dapat lebih mudah, cepat, dan dan terjaga keamanannya (Akhyar dan Sisilia, 2023). QRIS resmi diluncurkan pada tanggal 1 Januari 2020 oleh Bank Indonesia, QRIS merupakan bentuk dukungan pemerintah dalam perubahan sistem transaksi Indonesia di era digital seperti saat ini (Bangsa dan Khumaeroh, 2023).

Di bawah ini akan disajikan data jumlah pengguna QRIS di Indonesia periode Januari-Desember 2022 yaitu sebagai berikut:

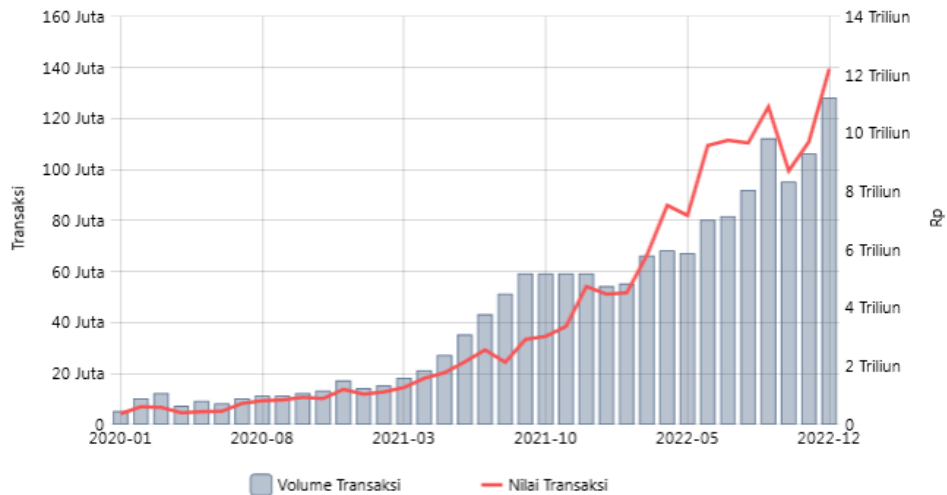


**Gambar 1. 1 Pengguna QRIS di Indonesia**  
Sumber: [www.databoks.katadata.co.id](http://www.databoks.katadata.co.id) (2023)

Dari Grafik 1.1 menunjukkan bahwa berdasarkan data Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) pada Desember 2022 QRIS sudah dimanfaatkan oleh sekitar 28,76 juta pengguna (*user*). Jumlahnya meningkat 4,6% dibanding November 2022 (*month-on-month/mom*), serta tumbuh 92,5% dibanding awal tahun lalu (*year-to-date/ytd*). Pertumbuhan tersebut juga diiringi dengan semakin banyaknya *merchant* QRIS. ASPI mencatat pada Desember 2022 ada sekitar 23,97 juta pedagang

yang melayani transaksi via QRIS, meningkat sekitar 5% secara bulanan (mom), serta tumbuh 58,2% dibanding posisi awal tahun (ytd).

Di bawah ini akan disajikan data volume dan nilai transaksi QRIS di Indonesia periode Januari 2020-Desember 2022 yaitu sebagai berikut:

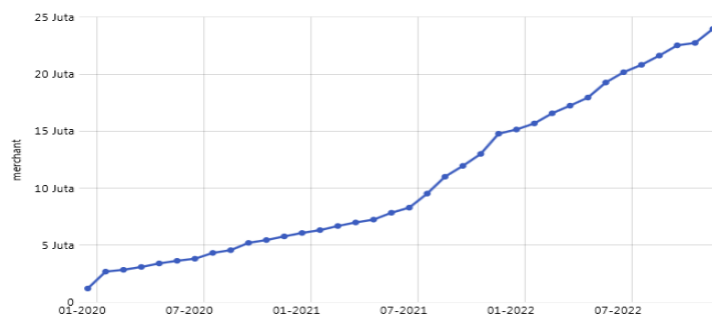


**Gambar 1.2 Jumlah Volume dan Nilai Transaksi QRIS di Indonesia**

Sumber: [www.databoks.katadata.co.id](http://www.databoks.katadata.co.id) (2023)

Dari Grafik 1.2 menunjukkan bahwa berdasarkan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI), pada bulan Desember 2022 ada sekitar 128 juta transaksi menggunakan QRIS di seluruh Indonesia, dengan nilai mencapai Rp12,2 triliun. Angka tersebut merupakan rekor tertinggi baru, baik dari segi volume maupun nominal transaksinya. Jika diakumulasikan, sepanjang tahun 2022 volume transaksi QRIS secara nasional mencapai 1 miliar transaksi, meningkat 117,59% dibanding 2021. Kemudian nilai total transaksi QRIS pada 2022 mencapai Rp99,98 triliun, tumbuh 261,81% dibanding tahun sebelumnya.

Di bawah ini akan disajikan data jumlah *merchant* QRIS di Indonesia periode Januari 2020-Desember 2022 yaitu sebagai berikut :

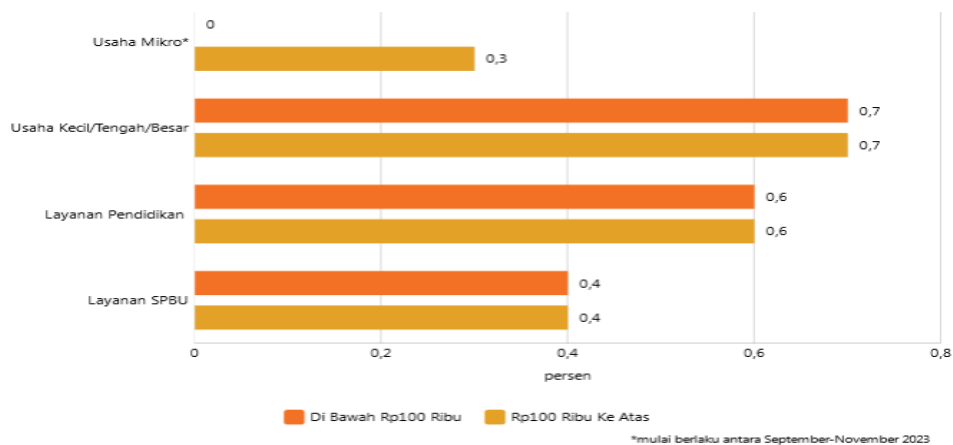


Sumber: [www.databoks.katadata.co.id](http://www.databoks.katadata.co.id) (2023)

**Gambar 1.3 Jumlah Merchant QRIS di Indonesia**

Dari Grafik 1.3 menunjukkan bahwa berdasarkan data Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI), pada Desember 2022 layanan QRIS sudah dimanfaatkan oleh 23,97 juta *merchant*. Jumlah itu meningkat sekitar 5% dibanding November 2022 (*month-on-month/mom*), serta tumbuh 62% dibanding Desember 2021 (*year-on-year/yoy*). Kendati jumlahnya terus bertambah, volume dan nilai transaksi QRIS di setiap *merchant* secara rata-rata masih cenderung rendah. ASPI mencatat sepanjang tahun 2022 rata-rata volume transaksi QRIS adalah 3 sampai 5 kali transaksi per *merchant* per bulan. Sementara rata-rata nilai transaksi QRIS di kisaran Rp295.000 sampai Rp510.000 per *merchant* per bulan. ASPI menyebutkan ini bisa juga dipengaruhi oleh banyaknya *merchant* yang kurang aktif atau tidak menjadikan QRIS sebagai pilihan utama dalam melakukan transaksi. Dibutuhkan upaya dari PJP (penyedia jasa pembayaran) untuk mendorong lebih banyak transaksi di setiap *merchant* QRIS yang sudah terdaftar dan melakukan identifikasi atas *merchant-merchant dormant* (tidak aktif), sehingga rata-rata volume transaksi maupun nominal transaksi QRIS per *merchant* bisa meningkat.

Di bawah ini akan disajikan data tarif layanan QRIS berdasarkan nilai transaksi dan segmen usaha di Indonesia yaitu sebagai berikut :



**Gambar 1. 4 Tarif Layanan QRIS Berdasarkan Nilai Transaksi dan Segmen Usaha di Indonesia**

Sumber: [www.databoks.katadata.co.id](http://www.databoks.katadata.co.id) (2023)

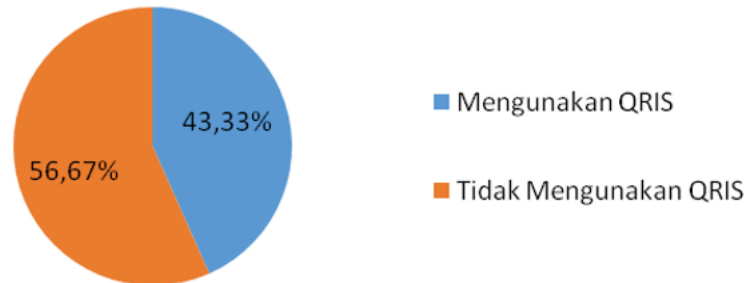
Dari Grafik 1.4 menunjukkan bahwa berdasarkan per 1 Juli 2023, Bank Indonesia (BI) memberlakukan *Merchant Discount Rate* (MDR). Direktur Eksekutif Departemen Komunikasi BI Erwin Haryono mengatakan, MDR adalah biaya layanan yang dikenakan kepada pedagang oleh Penyedia Jasa Pembayaran (PJP). Biaya layanan QRIS untuk pedagang skala usaha mikro (UMi) yang melayani transaksi

QRIS senilai Rp100 ribu ke atas akan tetap dikenakan tarif 0,3%. Adapun pedagang skala usaha kecil, menengah, dan besar tetap dikenakan biaya layanan QRIS dengan tarif 0,7% dari nilai transaksi, berapapun nominal transaksinya. Khusus layanan pendidikan dikenakan tarif 0,6%, sedangkan layanan SPBU dikenakan tarif 0,4%. Erwin Haryono juga menyebutkan bahwa MDR adalah biaya layanan yang dikenakan kepada pedagang oleh Penyedia Jasa Pembayaran (PJP). Namun, pedagang tidak boleh membebankan biaya tersebut ke konsumen. Erwin menyatakan pengenaan biaya tersebut bertujuan untuk meningkatkan kualitas dan keberlanjutan layanan QRIS, bukan untuk keuntungan BI.

Adanya QRIS yang menjadi salahsatu alternatif metode pembayaran digital membuat konsumen dalam melakukan transaksi pembayaran menjadi lebih mudah dan cepat. Oleh karena itu diharapkan dengan adanya QRIS sebagai salahsatu alternatif metode pembayaran digital dapat menarik minat konsumen untuk menggunakan QRIS dalam melakukan berbagai transaksi digital. Pada dasarnya keputusan penggunaan sebagai suatu proses integrasi yang digunakan untuk mengombinasikan pengetahuan dan mengevaluasi dua atau lebih alternatif dan memilih satu diantaranya (Peter dan Olson, 2018:16). Salahsatu teori yang mendasari keputusan penggunaan QRIS yaitu teori *Technology Acceptance Model (TAM)*. *Technology Acceptance Model (TAM)* adalah salahsatu teori populer yang digunakan secara luas untuk menjelaskan penerimaan suatu teknologi, teori ini dikembangkan dengan tujuan untuk menjelaskan dan memprediksi perilaku penerimaan individu terhadap inovasi teknologi baru (Mali, 2020:7). Tujuan dari *Technology Acceptance Model (TAM)* adalah untuk menjelaskan mengenai faktor apa yang mempengaruhi penentuan penerimaan teknologi perilaku penggunanya. Pada model ini mengkonsepkan tentang bagaimana pengguna dapat menerima serta menggunakan teknologi (Isfiyana, 2022:8).

Salah satu *merchant* yang menerapkan QRIS sebagai salah satu alternatif metode pembayaran digital yaitu Seven Laundry Bandung. Salah satu alasan Seven Laundry Bandung menerapkan QRIS yaitu untuk menarik minat konsumen dan memudahkan konsumen dalam melakukan transaksi pembayaran. Di bawah ini akan disajikan hasil prasurey yang dikalukan kepada 30 reponden terkait keputusan penggunaan QRIS di Seven Laundry Bandung yaitu sebagai berikut:

## Keputusan Penggunaan QRIS



**Gambar 1. 5 Data Keputusan Penggunaan QRIS di Seven Laundry Bandung (2024)**

Dari Grafik 1.5 menunjukkan bahwa dari hasil prasurvei kepada 30 responden terlihat sebanyak 13 responden (43,33%) menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran, sedangkan 17 responden (56,67%) tidak menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran atau cenderung melakukan transaksi pembayaran secara tunai. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat keputusan penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran di Seven Laundry Bandung cenderung masih rendah. Di bawah ini juga akan disajikan hasil prasurvei kuesioner kepada 30 responden terkait keputusan penggunaan QRIS di Seven Laundry Bandung yaitu sebagai berikut:

**Tabel 1. 1 Hasil Survey Keputusan Penggunaan QRIS di Seven Laundry Bandung**

No	Pernyataan		Jawaban Responden	
			Ya	Tidak
1.	Konsumen mengetahui adanya sistem pembayaran menggunakan QRIS yang disediakan Seven Laundry	F	24	6
		%	80,00%	20,00%
2.	Konsumen mencari informasi tambahan terkait fitur-fitur yang disediakan di dalam QRIS	F	12	18
		%	40,00%	60,00%
3.	Sistem pembayaran menggunakan QRIS lebih mudah dibandingkan pembayaran secara tunai	F	13	17
		%	43,33%	56,67%
4.	Konsumen Seven Laundry cenderung lebih memilih metode pembayaran menggunakan	F	13	17
		%	43,33%	56,67%



No	Pernyataan	Jawaban Responden		
		Ya	Tidak	
	QRIS dibandingkan pembayaran secara tunai			
5.	Konsumen Seven Laundry merasa puas dengan tersedianya metode pembayaran menggunakan QRIS	F	11	19
		%	36,67%	63,33%

Sumber: Data Diolah (Hasil Prasurvey) (2024)

Berdasarkan Tabel 1.1 diatas dari hasil prasurvey yang dilakukan mengenai keputusan penggunaan QRIS di Seven Laundry Bandung menunjukkan bahwa tingginya nilai persentase responden yang menjawab tidak yaitu di atas 50,00%. Artinya, tingkat keputusan penggunaan QRIS di Seven Laundry Bandung masih cenderung rendah. Hal tersebut berkaitan dengan rendahnya keingintahuan responden untuk mencari tahu informasi lebih jauh tentang QRIS, responden merasa lebih mudah melakukan transaksi pembayaran secara tunai mungkin dikarenakan konsumen memegang uang tunai atau penggunaan QRIS membutuhkan *smartphone* dan internet yang stabil, mayoritas responden menggunakan lebih memilih pembayaran secara tunai, serta mayoritas responden kurang merasa puas atas penggunaan QRIS dikarenakan pernahnya konsumen gagal dalam melakukan pembayaran menggunakan QRIS namun saldo tetap terpotong dan faktor biaya tambahan yang dikenakan kepada konsumen sebesar Rp500 jika menggunakan QRIS.

Pada teori *Technology Acceptance Model* (TAM), menjelaskan faktor-faktor utama perilaku pengguna teknologi informasi terhadap penerimaan pengguna teknologi informasi itu sendiri. Model ini pengguna sistem informasi akan dipengaruhi oleh variabel manfaat (*usefulness*) dan variabel kemudahan pemakaian (*ease of use*), dimana keduanya memiliki determinan yang tinggi dan validitas yang telah teruji secara empiris (Akhyar dan Sisilia, 2023). Dari teori tersebut, salahsatu faktor yang menyebabkan masih rendahnya tingkat keputusan penggunaan QRIS dapat disebabkan karena faktor rendahnya persepi manfaat konsumen terhadap penggunaan QRIS. Persepsi merupakan suatu proses yang membuat seseorang untuk memilih, mengorganisasikan dan menginterpretasikan rangsangan-rangsangan yang diterima menjadi suatu gambaran yang berarti dan lengkap tentang dunianya (Priansa, 2018:148). Sementara persepsi kebermanfaatan merupakan sebuah pandangan

subjektif pengguna terhadap seberapa besar kemungkinan penggunaan sebuah sistem dapat meningkatkan kinerjanya (Davis *et al*, 2019:4).

Di bawah ini juga akan disajikan hasil prasurvey kuesioner kepada kepada 30 responden terkait persepsi manfaat penggunaan QRIS di Seven Laundry Bandung yaitu sebagai berikut:

**Tabel 1. 2**  
**Hasil Persepsi Manfaat Penggunaan QRIS di Seven Laundry Bandung**

No	Pernyataan	Jawaban Responden		
		Ya	Tidak	
1.	Penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran sangat mengemat waktu konsumen dalam melakukan transaksi pembayaran	F	12	18
		%	40,00%	60,00%
2.	Proses pembayaran menggunakan QRIS dapat dilakukan dengan cepat dan tidak membutuhkan waktu yang lama	F	12	18
		%	40,00%	60,00%
3.	Penggunaan QRIS sebagai alternatif metode pembayaran membuat konsumen menjadi lebih mudah saat melakukan transaksi pembayaran	F	19	11
		%	63,33%	36,67%
4.	Adanya QRIS sangat menguntungkan karena dapat mempermudah transaksi pembayaran	F	9	21
		%	30,00%	70,00%

Sumber: Data Diolah (Hasil Prasurvey) (2024)

Berdasarkan Tabel 1.2 diatas dari hasil prasurvey yang dilakukan mengenai persepsi manfaat penggunaan QRIS di Seven Laundry Bandung menunjukkan bahwa tingginya nilai persentase responden yang menjawab tidak yaitu di atas 50,00%. Artinya, tingkat persepsi konsumen atas manfaat penggunaan QRIS di Seven Laundry Bandung masih cenderung rendah. Hal tersebut berkaitan dengan mayoritas konsumen beranggapan bahwa waktu yang dibutuhkan konsumen untuk menggunakan QRIS sama saja dengan melakukan pembayaran secara tunai, serta mayoritas beranggapan bahwapembayaran menggunakan QRIS dianggap kurang menguntungkan karena dikenakan biaya tambahan sebesar Rp500 sementara untuk pembayaran tunai tidak dikenakan biaya tambahan.

Persepsi manfaat adalah sejauh mana seseorang mempercayai penggunaan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Seseorang akan menggunakan sebuah teknologi jika dirasa memiliki manfaat bagi dirinya, sebaliknya

jika seseorang merasa sebuah teknologi tidak memiliki manfaat, maka tidak akan menggunakan teknologi tersebut (Bangsa dan Khumaeroh, 2023). Persepsi manfaat memiliki pengaruh positif terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan alat pembayaran digital. Semakin tinggi manfaat yang dirasakan oleh pengguna maka akan semakin tinggi keputusan penggunaan alat pembayaran digital (Kirana dkk, 2023). Manfaat itu muncul ketika seseorang melihat atau mendengar tentang sesuatu hal yang baru dan menarik, persepsi mereka tentang hal tersebut akan berubah. Mereka akan melihat sejauh mana sebuah alternatif pilihan baru memiliki reputasi yang baik dan manfaat bagi penggunanya. Semakin tinggi manfaat yang dapat dirasakan oleh pengguna, maka akan semakin tinggi keputusan konsumen dalam menggunakan sebuah produk/jasa (Astuti dan Mahmud, 2023).

Selain persepsi manfaat, faktor lainnya yang dapat mempengaruhi keputusan penggunaan QRIS yaitu kemudahan penggunaan. Kemudahan penggunaan merupakan tingkat ekspektasi pengguna terhadap usaha yang harus dikeluarkan untuk menggunakan sebuah sistem. Hal tersebut dapat diartikan bahwa kemudahan penggunaan merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa dalam menggunakan teknologi akan bebas dari usaha (Davis *et al*, 2019:4). Faktor-faktor yang mempengaruhi kemudahan penggunaan diantaranya berfokus pada teknologi itu sendiri, misalnya pengalaman pengguna dalam menggunakan teknologi sejenis. Reputasi teknologi yang diperoleh pengguna, adanya reputasi yang baik akan mendorong kepercayaan pengguna terhadap kemudahan teknologi tersebut, begitupula sebaliknya. Tersedianya mekanisme *support* yang handal, kepercayaan pengguna terhadap kemudahan teknologi dipengaruhi oleh mekanisme *support* yang handal (Jogiyanto, 2019:934).

Di bawah ini juga akan disajikan hasil prasurvey kuesioner kepada kepada 30 responden terkait kemudahan penggunaan QRIS di Seven Laundry Bandung yaitu sebagai berikut:

**Tabel 1. 3**  
**Hasil Survey Kemudahan Penggunaan QRIS di Seven Laundry Bandung**

No	Pernyataan	Jawaban Responden		
		Ya	Tidak	
1.	Konsumen dapat dengan mudah mempelajari cara menggunakan QRIS	F	14	16
		%	46,67%	53,33%

No	Pernyataan	Jawaban Responden		
		Ya	Tidak	
2.	Berbagai fitur yang ada pada QRIS sangat mudah digunakan	F	11	19
		%	36,67%	63,33%
3.	Sistem pembayaran menggunakan QRIS dapat dengan mudah dipahami konsumen	F	14	16
		%	46,67%	53,33%
4.	Penggunaan QRIS juga dapat dilakukan di tempat manapun untuk <i>merchant</i> manapun	F	10	20
		%	33,33%	66,67%
5.	QRIS didesain untuk setiap konsumen agar mudah dalam menggunakannya	F	13	17
		%	43,33%	56,67%
6.	Sistem pembayaran QRIS sangat mudah digunakan oleh semua kalangan konsumen	F	14	16
		%	46,67%	53,33%

Sumber: Data Diolah (Hasil Prasurvey) (2024)

Berdasarkan Tabel 1.3 di atas dari hasil prasurvey yang dilakukan mengenai kemudahan penggunaan QRIS di Seven Laundry Bandung menunjukkan bahwa tingginya nilai persentase responden yang menjawab tidak yaitu di atas 50,00%. Artinya, tingkat persepsi konsumen atas kemudahan penggunaan QRIS di Seven Laundry Bandung masih cenderung rendah. Hal tersebut berkaitan dengan mayoritas konsumen beranggapan bahwa tidak semua konsumen dapat dengan mudah mempelajari cara menggunakan QRIS karena kurangnya pemahaman tentang teknologi dan tidak semua konsumen memiliki *smartphone* dan *internet*, tidak semua konsumen mengetahui fitur-fitur yang ada di dalam aplikasi QRIS, tidak semua konsumen dapat memahami cara pembayaran menggunakan QRIS, tidak semua *merchant* menyediakan sistem pembayaran menggunakan QRIS, serta tidak semua kalangan konsumen dapat menggunakan QRIS karena banyak juga konsumen Seven Laundry Bandung yang kurang memiliki pemahaman tentang teknologi.

Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha, artinya dimana seseorang yakin dengan menggunakan sistem tersebut tidak diperlukan usaha apapun atau teknologi tersebut dengan mudah digunakan oleh pengguna. Dalam hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya kemudahan penggunaan sebuah aplikasi pembayaran digital akan mendorong konsumen untuk menggunakan aplikasi

pembayaran digital tersebut. Konsumen cenderung memperhatikan aspek kemudahan penggunaan pada saat menggunakan sebuah teknologi baru. Kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan aplikasi pembayaran digital (Aulia dkk, 2023). Kemudahan penggunaan sistem QRIS berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan QRIS. Hal ini menunjukkan bahwa QRIS dinilai memberikan banyak kelebihan, karena seluruh komponen alat pembayaran digital diaplikasikan ke dalam satu sistem yang dapat mendorong efisiensi serta menyederhanakan transaksi pembayaran digital, memperlancar sistem pembayaran, dan mempercepat akses terhadap layanan keuangan digital (Akhyar dan Sislila, 2023).

Faktor lainnya yang dapat menyebabkan rendahnya keputusan penggunaan QRIS di Seven Laundry Bandung yaitu harga. Harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan untuk sebuah produk atau jasa, atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat atau kepemilikan atau penggunaan atas sebuah produk atau jasa (Kotler dan Armstrong, 2018:324). Tujuan penetapan harga diantaranya yaitu tujuan berorientasi pada laba, tujuan berorientasi pada volume, tujuan berorientasi pada citra, tujuan stabilisasi harga, dan tujuan-tujuan lainnya (Tjiptono, 2019:152). Di bawah ini akan disajikan data perbandingan harga di Seven Laundry Bandung dengan beberapa kompetitornya yaitu sebagai berikut:

**Tabel 1. 4**  
**Data Perbandingan Harga di Seven Laundry Bandung dan Kompetitornya**

<b>Nama</b>	<b>Harga Laundry (/Kg)</b>	<b>Biaya QRIS</b>	<b>Total Harga</b>
Seven Laundry	6.500	Rp500	7.000
Mekar Laundry	6.000	Tidak Ada	6.000
Aroma Laundry	6.000	Tidak Ada	6.000

Sumber: Data Diolah (Hasil Prasurevey) (2024)

Dari Tabel 1.4 di atas menunjukkan bahwa harga *laundry* per kg di Seven Laundry Bandung cenderung lebih tinggi jika dibandingkan dengan harga yang ditetapkan oleh kompetitornya. Selain itu pada Seven Laundry Bandung menerapkan biaya tambahan sebesar Rp500 jika pembayaran dilakukan menggunakan QRIS, sehingga harga total *laundry* per kg di Seven Laundry Bandung menjadi lebih tinggi dibandingkan dengan kompetitornya. Hal ini yang membuat sebagian konsumen

cenderung memutuskan melakukan pembayaran secara tunai dibandingkan dengan menggunakan QRIS.

Di bawah ini juga akan disajikan hasil prasurvey kuesioner kepada kepada 30 reponden terkait harga di Seven Laundry Bandung yaitu sebagai berikut:

**Tabel 1. 5**  
**Hasil Prasurvey Harga di Seven Laundry Bandung**

No	Pernyataan	Jawaban Responden		
		Ya	Tidak	
1.	Harga <i>laundry</i> di Seven Laundry sangat terjangkau	F	12	18
		%	40,00%	60,00%
2.	Harga <i>laundry</i> di Seven Laundry sudah sesuai dengan kualitas produk yang dihasilkan pakaian menjadi rapih dan wangi	F	16	14
		%	53,33%	46,67%
3.	Harga <i>laundry</i> di Seven Laundry sudah sesuai dengan manfaat yang dirasakan konsumen	F	16	14
		%	53,33%	46,67%
4.	Harga <i>laundry</i> di Seven Laundry cenderung lebih murah dibandingkan kompetitor lainnya	F	22	8
		%	73,33%	26,67%

Sumber: Data Diolah (Hasil Prasurvey) (2024)

Berdasarkan Tabel 1.5 di atas dari hasil prasurvey yang dilakukan mengenai harga di Seven Laundry Bandung menunjukkan bahwa tingginya nilai persentase responden yang menjawab tidak yaitu di atas 50,00%. Artinya, harga laundry yang ditetapkan Seven Laundry Bandung masih cenderung tinggi dibandingkan kompetitornya. Hal tersebut berkaitan dengan mayoritas konsumen beranggapan bahwa harga *laundry* di Seven Laundry kurang terjangkau, serta cenderung lebih mahal dibandingkan harga yang ditetapkan kompetitornya. Salahsatu faktor yang membuat ahrganya menjadi lebih tinggi yaitu adanya biaya tambahan sebesar Rp500 atas penggunaan QRIS dalam melakuakn transkasi pembayaran, sementara kompetitornya tidak menerapkan biaya tambahan. Penerapan biaya tamabahan juga tidak sesuai dengan ketentuan Bank Indonesia yang menyebutkan bahwa *merchant* dikenakan biaya atas setiap transaksi menggunakan QRIS, namun *merchant* tidak boleh membebankan biaya QRIS kepada konsumen.

Jika harga terlalu tinggi maka produk yang ditawarkan tidak terjangkau oleh konsumen, dan sebaliknya jika harga terlampau murah maka sebagian konsumen akan mempersepsikan kualitas dari produk tersebut buruk. Konsumen semakin selektif

sebelum mengambil keputusan pembelian, oleh karena itu membuat perusahaan harus memberikan yang terbaik agar dapat bersaing (Adrianto, 2021). Harga yang ditawarkan oleh sebuah toko juga sangat mempengaruhi konsumen dalam menentukan apakah mereka tertarik atau tidak, karena harga merupakan hal yang paling sensitif bagi konsumen. Sehingga mahal atau tidaknya harga di sebuah toko tersebut bisa di nilai sendiri oleh para konsumen karena kebutuhan dari konsumen itu berbeda-beda, akan tetapi konsumen cenderung lebih tertarik kepada harga yang relatif murah dari toko lain (Susanto, 2023).

Penelitian yang dilakukan oleh Aulia (2023) terkait dengan pengaruh kepercayaan, kemudahan penggunaan dan harga terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce shopee* di Bandar Lampung, hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan, kemudahan penggunaan dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Penelitian yang dilakukan oleh Bangsa dan Khumaeroh (2023) terkait dengan Pengaruh persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan penggunaan QRIS Shopeepay, hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan QRIS. Penelitian yang dilakukan oleh Akhyar dan Sisilia (2023) terkait dengan Pengaruh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan terhadap keputusan penggunaan pembayaran QRIS, hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat dan persepsi kemudahan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan.

Berdasarkan uraian fenomena pada latar belakang di atas dan hasil penelitian sebelumnya membuat peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut dengan judul penelitian “Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Harga Terhadap Keputusan Penggunaan QRIS Sebagai Metode Pembayaran Oleh Konsumen Seven Laundry Bandung”.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran oleh konsumen Seven Laundry Bandung?
2. Bagaimana pengaruh kemudahan penggunaan terhadap keputusan penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran oleh konsumen Seven Laundry?

3. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran oleh konsumen Seven Laundry Bandung?
4. Bagaimana pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan harga terhadap keputusan penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran oleh konsumen Seven Laundry Bandung?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun yang menjadi tujuan dilaksanakannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran oleh konsumen Seven Laundry Bandung.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kemudahan penggunaan terhadap keputusan penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran oleh konsumen Seven Laundry Bandung.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran oleh konsumen Seven Laundry Bandung.
4. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan harga terhadap keputusan penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran oleh konsumen Seven Laundry Bandung.

#### **1.5 Kegunaan Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian tersebut diatas, penulis berharap bahwa penelitian ini akan memberikan kegunaan bagi semua pihak berkepentingan. Adapun kegunaan dari penelitian diantaranya:

##### **1. Kegunaan Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi perkembangan ilmu pengetahuan pada umumnya dalam bidang komunikasi dan bisnis, serta dapat dijadikan sebagai referensi bagi pengembangan dan pengkajian konsep tentang pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan harga terhadap keputusan penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran oleh konsumen. Penelitian ini juga diharapkan bermanfaat untuk penelitian selanjutnya yang terkait dengan topik-topik dalam penelitian ini baik yang bersifat lanjutan, melengkapi, maupun menyempurnakan.



## **2. Kegunaan Praktis**

### **a. Bagi peneliti**

Menambah wawasan dan pengetahuan bagi peneliti dalam memahami bagaimana cara menganalisis dan memecahkan masalah melalui teori yang didapatkan dalam bangku kuliah dengan fakta dilapangan terkait dengan pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan harga terhadap keputusan penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran oleh konsumen. Selain itu penelitian dibuat untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh ujian tugas akhir (Skripsi) Fakultas Komunikasi dan Binsis, Universitas Telkom Bandung.

### **b. Bagi Perusahaan**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran dan masukan yang dapat dijadikan sebagai dasar pertimbangan bagi manajemen perusahaan dalam rangka meningkatkan keputusan penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran oleh konsumen dengan memperhatikan faktor persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan penetapan harga.

### **c. Bagi Pihak Lain**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan referensi dalam penelitian selanjutnya khususnya mengenai pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan harga terhadap keputusan penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran oleh konsumen.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Pembahasan dalam proposal ini akan dibagi dalam lima bab yang terdiri dari beberapa sub bab. Sistematika penulisan proposal ini secara garis besar adalah sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini memberikan penjelasan umum tentang isi penelitian ini yang terdiri dari gambaran umum penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penelitian.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini menguraikan tentang kajian kepustakaan terkait topik pembahasan dan variabel untuk dijadikan sebagai dasar dalam pembahasan dan analisis permasalahan dalam penelitian, penyusunan kerangka juga perumusan hipotesis.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini menguraikan mengenai variabel operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reabilitas, serta teknik analisis data.

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

Bab ini berisikan tentang hasil penelitian secara sistematis kemudian dianalisis dengan metodologi penelitian yang telah ditetapkan untuk selanjutnya dijadikan pembahasan.

### **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisikan kesimpulan hasil penelitian, serta saran hasil penelitian analisa yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya.