

## **Determinasi Minat UMKM dalam Penggunaan QRIS di Jabodetabek**

<sup>1</sup>Sarah Fadillah\*, <sup>2</sup>Muhammad Anwar Fathoni

<sup>1,2</sup>Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

\*<sup>1</sup>[2010116049@mahasiswa.upnvj.ac.id](mailto:2010116049@mahasiswa.upnvj.ac.id), <sup>2</sup>[mfathoni@upnvj.ac.id](mailto:mfathoni@upnvj.ac.id)

\*Penulis Korespondensi

---

Received: 8 March 2024

Revised: 20 May 2024

Published: 30 May 2024

### **Abstract**

*The development of information technology that is growing very fast has brought the lives of the world community into the era of digital transformation. One of them is the QRIS which was launched as a standardization of non-cash payments where one of the users is the QR Code-based MSME sector as a unifier for QR Code-based non-cash payments in Indonesia. So that the purpose of this study is to find out the factors that influence MSME interest in using QRIS services in their business by adopting several variables contained in the UTAUT 3 theory and also modified by the addition of Islamic financial literacy variables. The method used in this research is quantitative method using primary data sources and secondary data analyzed using SEM-PLS. The results of this study indicate that performance expectations, business expectations, social factors, facilitating conditions, and Islamic financial literacy have no effect on MSME interest in using QRIS, but are influenced by hedonic motivation, price value, and habits.*

**Keywords:** digital payment; msme; QRIS; Technology development; UTAUT

### **Abstrak**

Perkembangan teknologi informasi yang berkembang sangat cepat membawa kehidupan masyarakat dunia memasuki era transformasi digital. Salah satunya dengan adanya QRIS yang diluncurkan sebagai standarisasi pembayaran non tunai dimana salah satu penggunaannya adalah sektor UMKM yang berbasis QR Code sebagai pemersatu pembayaran non tunai berbasis QR Code di Indonesia. Sehingga tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mencari tahu faktor yang mempengaruhi minat UMKM dalam menggunakan layanan QRIS pada usahanya dengan mengadopsi beberapa variabel yang terdapat pada teori UTAUT 3 dan juga dimodifikasi dengan penambahan variabel literasi keuangan syariah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif dengan menggunakan sumber data primer dan data sekunder yang dianalisis menggunakan SEM-PLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, faktor sosial, kondisi yang memfasilitasi, dan literasi keuangan syariah tidak berpengaruh terhadap minat UMKM dalam menggunakan QRIS, namun dipengaruhi oleh motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan.

**Kata kunci:** pembayaran digital; perkembangan teknologi; QRIS; UMKM; UTAUT

## **PENDAHULUAN**

Aktivitas manusia dengan teknologi sudah hampir tidak terpisahkan sejalan oleh perkembangan teknologi yang sudah sangat maju saat ini. Dimana perkembangan teknologi tersebut sangat mempengaruhi kehidupan manusia karena dapat membantu dan mempermudah segala bentuk aktivitas yang dilakukan manusia. Apalagi di era digital saat ini, pertumbuhan ekonomi digital seperti dalam proses percepatan inklusi keuangan digital suatu negara dapat dibantu dengan perkembangan teknologi dan informasi yang sudah maju. Seperti contohnya sistem pembayaran yang sekarang bisa dilakukan secara digital merupakan salah satu hal yang dipengaruhi oleh kemajuan teknologi.

Salah satu contoh sistem pembayaran elektronik yaitu penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS). Merupakan bentuk persatuan bermacam – macam QR yang bersumber dari berbagai Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) yang sudah menerapkan QR Code, seperti DANA, OVO, Gopay, LinkAja, dan lain sebagainya. QRIS adalah QR Code dalam kegiatan transaksi melalui implementasi uang yang berbasis mobile banking, elektronik *server based*, dompet elektronik, dimana mulai aktif secara resmi pada tanggal 01 Januari 2020.

Menurut data ASPI (Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia), di bulan Desember 2022 hanya sekitar 23,97 juta pedagang yang sudah melayani transaksi melalui QRIS, padahal total UMKM yang berada di Indonesia di tahun 2022 sudah sangat banyak sekitar 65,46 juta pelaku UMKM (sumber: indonesia.go.id). Rata-rata nilai dan volume transaksi QRIS di setiap pedagang juga masih terbilang rendah. Hal ini disebabkan oleh kurangnya keterlibatan atau kurangnya minat pedagang dalam memilih QRIS sebagai opsi utama dalam melaksanakan transaksi hingga akhir tahun 2022 (sumber: katadata.co.id).

Terdapat beberapa penelitian yang telah mencoba meneliti mengenai penggunaan layanan sistem pembayaran non tunai pada UMKM agar terbentuknya perdagangan & sistem pembayaran yang lebih efisien, dimana pada akhirnya dapat berakibat juga ke tercapainya system perekonomian yang lebih efektif juga. Seperti pada penelitian oleh (Fahrudin & Putri, 2023) yang menyebutkan kalau penggunaan QRIS melalui penyelenggara jasa sistem pembayaran Aplikasi DANA oleh UMKM berpengaruh positif terhadap pendapatan usahanya. Lalu ada juga penelitian yang menyatakan bahwa kegunaan, kemudahan, dan resiko dari aplikasi QRIS mempunyai efek terhadap minat UMKM di dalam menggunakan layanan QRIS sebagai salah satu metode pembayaran di tokonya (Edwin Zusrony et al., 2023).

Tetapi, terdapat beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya menemukan adanya faktor – faktor penjas kenapa penggunaan QRIS belum sepenuhnya optimal, salah satunya *merchant* yang menjadi responden/berpartisipasi dalam penelitian (Karniawati et al., 2021; Setiawan & Mahyuni, 2020) dimana masih memiliki keluhan tentang adanya batas transaksi, permasalahan internet saat melakukan transaksi melalui layanan QRIS, rasa ragu saat menggunakan QRIS dikarenakan tingkat kepercayaan yang kurang tentang keamanan saat bertransaksi, dan adanya biaya penggunaan (biaya administrasi).

Keuntungan dan kerugian oleh suatu aktivitas usaha salah satunya akan terpengaruh oleh faktor biaya. Biaya administrasi oleh perusahaan atau produsen atau *merchant* sebagai

konsumen atau pemakai layanan QRIS merupakan salah satu hal yang penting karena besar kecilnya biaya administrasi yang musti dikeluarkan oleh konsumen layanan tersebut akan berimbang secara tidak langsung pada minat individu untuk memakai fintech product dari perusahaan tersebut. Dengan diberlakukannya biaya admin atau *settlement* ditambah lagi sekarang berlaku juga *Merchant Discount Rate* (MDR) QRIS pada UMKM tidak menutup kemungkinan bisa berpengaruh terhadap minat pemakaian QRIS sebagai salah satu layanan metode pembayaran pada UMKM.

Berdasarkan fenomena yang terjadi juga latar belakang yang ada, peneliti memilih QRIS sebagai objek penelitian dikarenakan QRIS adalah salah satu layanan pembayaran yang sepatutnya tidak menyebabkan kesulitan penggunaannya jika dilihat dari segi kegunaannya. *Novelty* dalam penelitian ini yaitu berdasarkan variabel yang diadopsi dari teori UTAUT 3 dan tambahan variabel literasi keuangan syariah dimana belum terdapat penelitian yang secara spesifik membahas mengenai pengaruh variabel tersebut terhadap minat penggunaan QRIS pada UMKM. Dengan begitu, mengingat kembali permasalahan nya peneliti ingin mengkaji lebih lanjut tentang fenomena ini karena dirasa cukup penting mengenai “Determinasi Minat UMKM dalam Menggunakan QRIS di Jabodetabek”

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Minat**

Pengertian minat menurut Stephen P. Robbins yaitu keberminatan terhadap sesuatu, barang, harapan ataupun keinginan. Minat juga dapat diartikan secara sederhana yaitu minat artinya kesukaan terhadap suatu aktivitas atau kegiatan dimana tidak adanya unsur paksaan (M. Batubara et al., 2023). Minat juga dapat diibaratkan sebagai keinginan yang berkembang dari dalam diri seseorang pada suatu produk tertentu yang selanjutnya diiringi dengan keinginan untuk penggunaan teknologi supaya mendapatkan rasa senang dan kepuasan. Minat juga mempunyai kaitan dengan motivasi dalam diri seseorang mengenai apa yang perlu dipelajarinya, bukan berdasarkan bawaan tapi bisa berubah sesuai dengan pengalaman ataupun kebutuhan (Iriani, 2018).

Minat seseorang dalam menggunakan teknologi bisa diukur melalui teori yang bisa mendefinisikan tingkat penggunaan dan penerimaan terhadap suatu teknologi. Penerimaan masyarakat pada sistem informasi digital memiliki kualitas yang dapat dinilai melalui salah satu pendekatan teori, dimana teori tersebut menerangkan tentang penerimaan dan penggunaan teknologi. *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) merupakan teori yang menerangkan mengenai perilaku pengguna kepada suatu teknologi informasi, teori UTAUT dikembangkan oleh (Venkatesh et al., 2003). Teori UTAUT mengandung berbagai macam sifat yang berhasil dari 8 macam teori penerimaan suatu teknologi terkenal jadi sebuah teori, ke-8 teori itu diantaranya yaitu TAM (*technology acceptance model*), MM (*motivational model*), TRA (*theory of reasoned action*), *theory of planned behavior* (TPB), *combine TAM and TPB* (C-TAM TPB), IDT (*innovation diffusion theory*), *model of PC utilization* (MPTU), dan *social cognitive theory* (SCT).

Oleh karena itu bisa disimpulkan kalau minat dapat ditentukan oleh beberapa indikator, dimana indikator minat menurut Davis (1989) dalam (Syukriyyah & Karyaningsih, 2022) diantaranya adalah :

1. Tertarik menggunakan, artinya saat konsumen mempunyai perasaan terdorong untuk mencoba produk.
2. Keinginan untuk menggunakan, adalah ketika konsumen sudah memiliki rencana untuk mencoba produk.
3. Penggunaan berlanjut di masa depan, artinya saat konsumen sudah memutuskan untuk tetap menggunakan produk.

### **Penerimaan Teknologi Informasi**

Saat ini peranan teknologi informasi mempunyai peran yang cukup penting di dalam kehidupan. Dengan adanya perkembangan dalam bidang teknologi informasi membuat segala aktivitas manusia menjadi lebih mudah. Teknologi informasi yang mengalami perkembangan pesat dalam penggunaannya sangat mempengaruhi segala pekerjaan dan kegiatan yang ada dalam suatu organisasi, dimana organisasi dihadapkan pada keperluan untuk meningkatkan kemampuannya dalam menganalisis berbagai macam masalah yang sedang dihadapi ataupun akan dihadapi oleh organisasi (Samsuryaningrum, 2022).

Penerimaan pengguna teknologi informasi selalu berhubungan dengan implementasinya. Kemunculan teknologi baru bisa menghadirkan suatu reaksi pada diri pengguna teknologi tersebut, reaksi tersebut bisa berupa penolakan maupun penerimaan. Oleh sebab itu dengan tidak tertahannya suatu teknologi yang ikut berperan ke dalam proses jalannya bisnis pada suatu organisasi, maka dibutuhkan untuk mengetahui seperti apa bentuk penerimaan teknologi tersebut oleh para pengguna teknologi (Tubalawony, 2010). Hal penting supaya bisa diketahui tingkat keberhasilan dari implementasi suatu teknologi dapat dilihat berdasarkan sejauh mana para pengguna bisa memahami dan juga menerima teknologi tersebut. *User acceptance*, bisa diartikan dengan penerimaan pengguna merupakan suatu faktor penting yang mampu memberikan pengaruh keberhasilan penerapan dari suatu teknologi (Nasir, 2013).

### **UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*)**

UTAUT adalah satu dari banyaknya teori mengenai pengembangan dalam bidang model penerimaan teknologi, merupakan hasil dari integrasi model penerimaan teknologi yang sudah ada sebelum ini. Model ini dianggap memiliki kemampuan untuk lebih baik mengidentifikasi perilaku pengguna kepada teknologi informasi (Aprianto, 2022).

#### *a. Performance Expectancy*

*Performance expectancy* (ekspektasi kinerja) merupakan suatu tingkat kepercayaan bagi individu dalam menggunakan suatu teknologi/sistem dimana perihal tersebut bisa memberikan membantu meningkatkan kinerja dan memberikan manfaat dalam bekerja (Venkatesh et al. 2003).

#### *b. Effort Expectancy*

*Effort expectancy* (ekspektasi usaha) mengarah kepada tingkat kepercayaan kalau penggunaan sistem itu bebas dari usaha yang artinya mudah untuk digunakan (Davis, 1989). Ekspektasi usaha juga menjadi tingkat kemudahan orang di dalam menggunakan suatu teknologi (Venkatesh et al., 2003).

c. *Social Influence*

*Social influence* (pengaruh sosial) Dalam interpretasinya, hal ini mengacu pada sejauh mana seseorang merasa bahwa keluarga atau teman – temannya mengajaknya untuk mengadopsi sistem baru. *Social influence* menggmbarkan opini dari seorang kerabat pengguna teknologi, teman, ataupun atasan supaya memakai teknologi tersebut (Venkatesh et al., 2003).

d. *Facilitating Conditions*

*Facilitating conditions* (kondisi pendukung) merupakan tingkat kepercayaan seseorang kalau sebuah organisasi & dinfrastruktur membantu dalam menggunakan sistem (Venkatesh et al., 2003).

e. *Hedonic Motivation*

*Hedonic motivation* (motivasi hedonis) diartikan menjadi sebuah rasa kenikmatan ataupun kesenangan yang diakibatkan oleh penggunaan suatu teknologi. Konsep *perceived enjoyment* diluaskan menjadi motivasi hedonis dimana memperlihatkan pengaruh dalam penerimaan teknologi (Venkatesh et al., 2012).

f. *Price Value*

*Price value* (nilai harga) adalah suatu pengorbanan yang dilakukan individu, dimana pengorbanan yang dimaksud adalah pengorbanan dari manfaat yang diterima oleh penggunaan teknologi juga biaya yang harus dikeluarkan di saat penggunaan teknologi tersebut. Keadaan ini mewajibkan konsumen yang mengadopsi teknologi informasi tersebut musti peka, apakah teknologi tersebut memberi manfaat & untung yang lebih banyak dibandingkan dengan biaya yang telah dihabiskan (Venkatesh et al., 2012).

g. *Habit*

*Habit* (kebiasaan) artinya sejauh mana seorang individu mengarah pada melakukan kegiatan atau aktivitas dengan otomatis yang diakibatkan oleh pembelajaran (Limayem et al., 2007). *Habit* juga diartikan sebagai sejauh mana individu secara tidak sadar/otomatis berperilaku yang dikarenakan oleh pengalaman sebelumnya (Venkatesh et al., 2012).

### **Literasi Keuangan Syariah**

Literasi keuangan yaitu pemahaman, pengetahuan, keterampilan maupun rasa mampu, juga rasa yakin seseorang di dalam pemenuhan kebutuhan keuangan. Hal tersebut dijadikan dasar preferensi seseorang dalam pemakaian layanan jasa keuangan dengan tujuan memenuhi kebutuhannya (Batubara et al., 2020). Secara spesifik, literasi keuangan ini mencakup rangkaian keterampilan juga wawasan yang memungkinkan seorang individu menetapkan keputusan investasi yang efektif guna meningkatkan sumber daya keuangan pribadinya. (Hamzah, 2019).

Maksud dari adanya literasi keuangan juga untuk mengedukasi seseorang yang sudah kurang mahir dalam literasi (*less literate*) untuk menjadi mahir (*well-literate*), peningkatan total pengguna jasa dan produk keuangan, dan tujuan inilah yang kemudian diterapkan untuk

pembangunan tingkat literasi keuangan Syariah. Dimana literasi keuangan syariah mencerminkan rasa paham, wawasan/pengetahuan, juga kemampuan kognitif individu dalam mengambil keputusan, mengidentifikasi, dan menjalankan konsep – konsep yang sejalan dalam konteks keuangan dan finansial (Nasution & Fatira, 2019). Literasi keuangan ini dibutuhkan dengan tujuan peningkatan bisnis sehingga berakibat baik bagi perkembangan bisnis.

### **UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Menengah)**

Menurut UU No. 20 Th. 2008 mengenai UMKM Bab 1 pasal 1: Usaha mikro merujuk pada kegiatan produksi aktif yang dimiliki oleh perseorangan atau badan usaha persorangan yang terpenuhi persyaratan dan kriteria yang berlaku untuk usaha mikro. Sedangkan, usaha kecil merupakan kegiatan produktif yang didirikan sendiri, dijalankan individu atau badan usaha (cabang dari perusahaan), yang dipunyai atau dikuasai, dan dapat jadi anggota dari usaha menengah maupun besar, baik secara langsung/tidak langsung, dimana usaha tersebut sesuai kriteria dan syarat - syarat usaha kecil.

Usaha menengah adalah usaha yang berdiri secara mandiri, usaha ekonomi produktif, dimana usaha tersebut dijalankan seorangan atau badan usaha (bukan cabang dari perusahaan) yang dipunyai atau dikuasai, juga menjadi anggota dari usaha kecil atau juga usaha besar mau dengan langsung/tidak langsung, dimana usaha tersebut merupakan usaha yang menghasilkan penjualan tahunan atau jumlah pendapatan bersih.

### **QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard)**

*Quick Response Code Indonesian Standard* atau dengan akronim QRIS (dibaca KRIS) yaitu suatu sistem pembayaran digital dimana terbentuk dari penyatuan macam – macam QR, berasal dari PJSP (Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran) dengan memakai QR Code. QRIS, sebagai standar QR Code untuk payment system di Indonesia, dipersembahkan oleh Bank Indonesia (BI) & ASPI (Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia). QRIS resmi diluncurkan oleh BI saat tanggal 17 Agustus 2019 dimana hari itu bertepatan juga pada peringatan HUT Kemerdekaan RI yang ke-74 (Bank Indonesia, 2019).

MUI (Majelis Ulama Indonesia) sudah menetapkan Fatwa No:117/DSN-MUI/II/2018 tentang Layanan Pembiayaan Berbasis Teknologi Informasi Berdasarkan Prinsip Syariah dimana fatwa tersebut berhubungan kepada produk & aktivitas Lembaga Keuangan Syariah atau LKS & Lembaga Bisnis Syariah (LBS). Pada fatwa tersebut diatur mengenai ketetapan umum prinsip syariah saat aktivitas *fintech* dan berbagai macam produk yang bisa dioperasikan, seperti, Penyelenggaraan Layanan Pembiayaan berbasis TI dilarang berlawanan dengan ketentuan Islam, seperti terhindar dari MAGHRIB (*Maysir, Gharar, Riba*), *zhulm, tadlis, gharar, dan haram*. QRIS juga tidak mengandung unsur MAGHRIB (*maysir, gharar, riba*).

QRIS tidak mengandung *maysir* sebab transaksi dari QRIS hanya berupa uang yang dititipkan dalam deposit dan juga dicairkan dalam jumlah yang sama. Kedua, tidak mengandung *gharar* karena QRIS sebagai uang elektronik akadnya sudah jelas yaitu *wadi'ah*

atau titipan dan akad dapat berubah menjadi *qardh* atau pinjaman ketika adanya pemanfaatan dana tersebut oleh Bank. Akad tersebut dalam uang elektronik diperbolehkan dan halal hukumnya. Ketiga, tidak mengandung riba karena dalam metode pembayaran QRIS sudah jelas hanya menawarkan masalah bagi penggunanya, tidak terdapat penambahan atau pengurangan biaya ataupun unsur bunga yang ditawarkan (Juna Pulungan et al., 2022).

**METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan datanya dengan menggunakan pengukuran skala likert. Populasinya adalah seluruh pelaku UMKM yang sudah ataupun belum menggunakan layanan QRIS sebagai salah satu metode pembayaran di usahanya. Pengambilan sampel menggunakan teknik *simple random sampling*. Jumlah sampel yang dibutuhkan sebanyak 130 sampel, yang diolah menggunakan *software* SmartPLS3.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Validitas Konvergen**

**Tabel 1. Hasil Outer Loading Factor**

	Ekspeta si Kinerja	Ekspeta si Usaha	Pengaruh Sosial	Kondisi Yang Memfas ilitasi	Motifasi Hedonis	Nilai Harga	Kebiasa an	Literasi Keuang an Syariah	Minat
EK1	0.909								
EK2	0.826								
EK3	0.889								
EK4	0.912								
EU1		0.755							
EU2		0.779							
EU3		0.853							
PS1			0.883						
PS2			0.885						
KYM1				0.782					
KYM2				0.876					
KYM3				0.839					
MH1					0.847				
MH2					0.854				
MH3					0.846				
NH1						0.833			
NH2						0.852			
NH3						0.840			
K1							0.849		
K2							0.815		

K3		0.857	
LKS1			0.718
LKS2			0.704
LKS3			0.761
LKS4			0.799
LKS5			0.744
LKS6			0.755
M1			0.853
M2			0.793
M3			0.877

Sumber: Data diolah, 2023 (SmartPLS 3)

Pada uji validitas, hasil uji dilihat berdasarkan nilai koefisien variabel laten dengan menggunakan indikator refleksif. Dalam pengukuran nilai yang dipakai adalah *loading factor* sebagai parameter yang menggunakan syarat nilai koefisien harus >0,7. Lalu seperti yang terlihat di Tabel 1, seluruh pernyataan yang diuji pada penelitian ini mempunyai nilai *outer loading* diatas 0,7 maka dapat disimpulkan bahwa setiap indikator yang terdapat pada variabel dinyatakan valid juga memenuhi kriteria uji validitas konvergen.

**Validitas Diskriminan**

**Tabel 2. Hasil Cross-Loading**

	Ekspeta si Kinerja	Ekspeta si Usaha	Pengaruh Sosial	Kondisi Yang Memfas ilitasi	Motifa si Hedon is	Nilai Harga	Kebiasa an	Literasi Keuang an Syariah	Minat
EK1	0.909	0.553	0.584	0.624	0.587	0.597	0.591	0.390	0.520
EK2	0.826	0.547	0.545	0.547	0.502	0.540	0.538	0.362	0.480
EK3	0.889	0.626	0.476	0.611	0.602	0.539	0.620	0.427	0.547
EK4	0.912	0.659	0.567	0.636	0.651	0.630	0.640	0.374	0.591
EU1	0.456	0.755	0.183	0.404	0.416	0.296	0.348	0.294	0.398
EU2	0.400	0.779	0.278	0.347	0.296	0.336	0.277	0.317	0.336
EU3	0.691	0.853	0.559	0.639	0.625	0.576	0.625	0.252	0.571
PS1	0.560	0.442	0.883	0.556	0.490	0.567	0.514	0.256	0.499
PS2	0.523	0.375	0.885	0.583	0.530	0.616	0.526	0.242	0.502
KYM1	0.479	0.414	0.449	0.782	0.572	0.561	0.555	0.321	0.575
KYM2	0.602	0.505	0.579	0.876	0.644	0.653	0.691	0.363	0.598
KYM3	0.622	0.599	0.575	0.839	0.727	0.568	0.690	0.342	0.657
MH1	0.613	0.589	0.519	0.706	0.847	0.572	0.631	0.314	0.655
MH2	0.496	0.455	0.473	0.609	0.854	0.454	0.599	0.440	0.626
MH3	0.584	0.461	0.478	0.673	0.846	0.565	0.688	0.297	0.619
NH1	0.512	0.463	0.512	0.537	0.475	0.833	0.551	0.378	0.564
NH2	0.577	0.423	0.621	0.619	0.558	0.852	0.544	0.379	0.594
NH3	0.558	0.462	0.555	0.640	0.544	0.840	0.572	0.250	0.589
K1	0.628	0.507	0.508	0.721	0.595	0.565	0.849	0.367	0.652
K2	0.496	0.455	0.527	0.566	0.597	0.525	0.815	0.363	0.629
K3	0.582	0.453	0.453	0.671	0.702	0.572	0.857	0.406	0.685
LKS1	0.307	0.276	0.179	0.351	0.326	0.241	0.330	0.718	0.352



LKS2	0.265	0.324	0.237	0.280	0.304	0.273	0.320	0.704	0.324
LKS3	0.349	0.339	0.191	0.236	0.275	0.339	0.352	0.761	0.366
LKS4	0.376	0.225	0.249	0.376	0.383	0.390	0.417	0.799	0.436
LKS5	0.409	0.243	0.262	0.309	0.272	0.275	0.304	0.744	0.281
LKS6	0.249	0.155	0.139	0.271	0.261	0.228	0.262	0.755	0.280
M1	0.520	0.471	0.498	0.689	0.654	0.587	0.655	0.447	0.853
M2	0.443	0.425	0.492	0.551	0.500	0.585	0.591	0.386	0.793
M3	0.562	0.535	0.445	0.609	0.714	0.579	0.717	0.343	0.877

Sumber: Data diolah, 2023 (SmartPLS 3)

Berdasarkan Tabel 2, nilai *cross-loading* tiap indikator dari tiap – tiap variabel yang dituju mempunyai nilai yang lebih besar dibandingkan dengan variabel lainnya. Pada variabel ekspektasi kinerja tiap indikatornya memiliki nilai > 0,7 kemudian dibandingkan dengan variabel lainnya secara horizontal, tiap indikator ekspektasi kinerja dalam variabel lainnya tidak ada yang melebihi 0,7 sehingga data tersebut sudah memenuhi syarat uji *cross-loading*. Begitu pula dengan variabel lainnya sehingga secara keseluruhan data diatas menunjukkan bahwa setiap indikator sudah mencukupi uji *cross-loading*.

### Average Variance Extracted (AVE)

Tabel 3. Hasil *Average Variance Extracted (AVE)*

	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	Hasil
<b>Ekspetasi Kinerja</b>	0.783	Valid
<b>Ekspetasi Usaha</b>	0.635	Valid
<b>Pengaruh Sosial</b>	0.781	Valid
<b>Kondisi Yang Memfasilitasi</b>	0.695	Valid
<b>Motifasi Hedonis</b>	0.721	Valid
<b>Nilai Harga</b>	0.709	Valid
<b>Kebiasaan</b>	0.707	Valid
<b>Literasi Keuangan Syariah</b>	0.559	Valid
<b>Minat</b>	0.708	Valid

Sumber: Data diolah, 2023 (SmartPLS 3)

Pengujian ini dapat dikatakan memiliki nilai validitas yang kurang baik apabila menghasilkan nilai yang kurang dari 0,5. Pada Tabel 3 melihatkan kalau tiap variabel mempunyai nilai AVE lebih dari 0,5 yang memiliki arti bahwa data dari tiap – tiap variabel yang dipakai dalam penelitian ini dinyatakan valid.

### Composite Reability

Tabel 4. Hasil *Composite Reability*

	<i>Composite Reability</i>	Hasil
<b>Ekspetasi Kinerja</b>	0.935	Reliabel
<b>Ekspetasi Usaha</b>	0.839	Reliabel
<b>Pengaruh Sosial</b>	0.877	Reliabel
<b>Kondisi Yang Memfasilitasi</b>	0.872	Reliabel
<b>Motifasi Hedonis</b>	0.886	Reliabel

<b>Nilai Harga</b>	0.879	Reliabel
<b>Kebiasaan</b>	0.878	Reliabel
<b>Literasi Keuangan Syariah</b>	0.884	Reliabel
<b>Minat</b>	0.879	Reliabel

Sumber: Data diolah, 2023 (SmartPLS 3)

Nilai reliabilitas komposit atau *composite reability* adalah ukuran reliabilitas suatu indikator. Apabila suatu konstruk yang dibangun dalam kuesioner memberikan hasil pengukuran yang konsisten atau stabil maka dapat dinyatakan reliabel/diandalkan. Nilai reliabilitas komposit diharapkan setidaknya 0,7. Pada Tabel 4. diatas menunjukkan bahwa nilai reliabilitas komposit setiap variabel dalam penelitian ini sudah melebihi 0,7 bahkan lebih tinggi dari 0,8. Sehingga dapat disimpulkan bahwa keseluruhan variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel dan memenuhi uji nilai *composite reability*.

**Cronbach Alpha**

**Tabel 5. Hasil Cronbach Alpha**

	<i>Cronbach Alpha</i>	Hasil
<b>Ekspetasi Kinerja</b>	0.907	Reliabel
<b>Ekspetasi Usaha</b>	0.722	Reliabel
<b>Pengaruh Sosial</b>	0.720	Reliabel
<b>Kondisi Yang Memfasilitasi</b>	0.779	Reliabel
<b>Motifasi Hedonis</b>	0.807	Reliabel
<b>Nilai Harga</b>	0.794	Reliabel
<b>Kebiasaan</b>	0.792	Reliabel
<b>Literasi Keuangan Syariah</b>	0.843	Reliabel
<b>Minat</b>	0.794	Reliabel

Sumber: Data diolah, 2023 (SmartPLS 3)

Nilai *Cronbach Alpha* mengukur konsistensi internal suatu indikator, dengan nilai minimal pada tes ini yaitu 0,6 untuk semua konstruk dalam penelitian. Berdasarkan Tabel 5 setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini telah mencapai nilai minimal *Cronbach Alpha* yaitu 0,6 sehingga secara keseluruhan data pada penelitian ini bisa diungkapkan sebagai reliable karena sudah pemenuhan syarat uji *Cronbach Alpha*. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel yang dimanfaatkan dalam penelitian ini memiliki tingkat keandalan yang baik dan telah memenuhi syarat yang dibutuhkan.

**R Square**

**Tabel 6. Hasil Nilai R Square**

	R Square	Tergolong
<b>Minat</b>	0.712	Kuat

Sumber: Data diolah, 2023 (SmartPLS 3)

Berdasarkan Tabel 6 variabel minat penggunaan memiliki nilai R Square sebesar 0,712 yang tergolong kuat hal tersebut menjelaskan bahwa pengaruh dari variabel ekspektasi kinerja (X1), ekspektasi usaha (X2), faktor sosial (X3), kondisi yang memfasilitasi (X4), motivasi

hedonis (X5), nilai harga (X6), kebiasaan (X7) dan literasi keuangan syariah (X8) terhadap minat (Y) sebesar 71,2% sedangkan sisanya 28,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

**Goodness of Fit (GoF)**

$$GoF = \sqrt{Com \times R^2} \tag{1}$$

$$GoF = \sqrt{\left(\frac{0,783+0,635+0,781+0,695+0,721+0,709+0,707+0,559+0,708}{9}\right) \times (0,712)}$$

$$GoF = \sqrt{0,699 \times 0,712}$$

$$GoF = 0,705$$

Berdasarkan perhitungan di atas didapat nilai GoF sejumlah 0,705. Nilai tersebut > 0,36 sehingga termasuk kategori besar. Maka kesimpulannya yaitu model penelitian dalam penelitian ini yang menghubungkan variabel ekspektasi kinerja (X1), ekspektasi usaha (X2), faktor sosial (X3), kondisi yang memfasilitasi (X4), motivasi hedonis (X5), nilai harga (X6), kebiasaan (X7) dan literasi keuangan syariah (X8), minat penggunaan (Y) telah fit.

**Q Square**

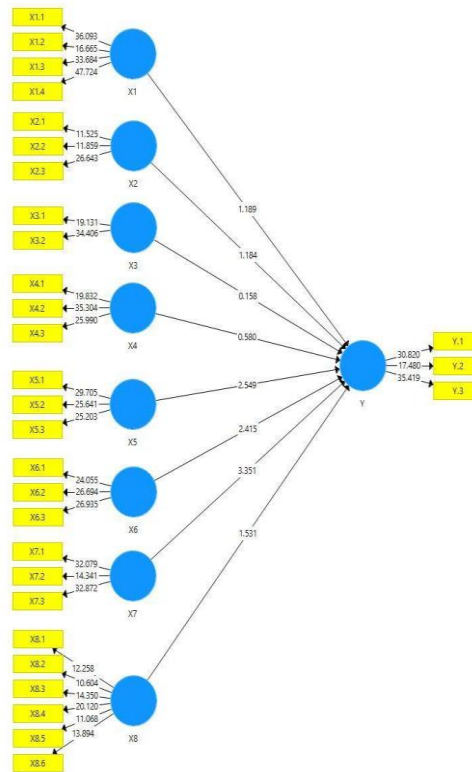
**Tabel 7. Hasil Nilai Q Square**

	<b>Q Square</b>	<b>Tergolong</b>
<b>Minat</b>	0.454	Besar

Sumber: Data diolah, 2023 (SmartPLS 3)

Berdasarkan Tabel 7 diperoleh hasil *Q Square* minat penggunaan sebesar 0,454 dimana lebih besar dari 0, oleh karenanya bisa disimpul kalau ekspektasi kinerja (X1), ekspektasi usaha (X2), faktor sosial (X3), kondisi yang memfasilitasi (X4), motivasi hedonis (X5), nilai harga (X6), kebiasaan (X7) dan literasi keuangan syariah (X8) mampu memprediksi minat (Y). Selain itu diketahui bahwa 0,454 > 0,35 maka relevansi prediksi termasuk kategori besar

Koefisien Jalur



Gambar 1. Hasil Path Model

Sumber: SmartPLS 3

Gambar 1 diatas memperlihatkan model hasil pengujian dengan bantuan SmartPLS 3. Suatu konstruk bisa dinyatakan berpengaruh jika besaran *p value* dibawah 0,05 dimana pada penelitian ini taraf signifikansi berada pada tingkat 5%. Hasil pengujian koefisien jalur dalam penelitian ini adalah :

Tabel 8. Hasil Nilai Koefisien Jalur

	Original Sampel (O)	P Values	Hasil
<b>Ekspektasi Kinerja -&gt; Minat</b>	-0.110	0.235	Tidak signifikan dan negatif
<b>Ekspektasi Usaha -&gt; Minat</b>	0.091	0.237	Tidak signifikan dan positif
<b>Pengaruh Sosial -&gt; Minat</b>	0.011	0.875	Tidak signifikan dan positif
<b>Kondisi Yang Memfasilitasi -&gt; Minat</b>	0.067	0.562	Tidak signifikan dan positif
<b>Motifasi Hedonis -&gt; Minat</b>	0.255	0.011	Signifikan dan positif
<b>Nilai Harga -&gt; Minat</b>	0.225	0.016	Signifikan dan positif
<b>Kebiasaan -&gt; Minat</b>	0.364	0.001	Signifikan dan positif
<b>Literasi Keuangan Syariah -&gt; Minat</b>	0.092	0.126	Tidak signifikan dan positif

Sumber: Data diolah, 2023 (SmartPLS 3)

**H1 : Variabel ekspektasi kinerja berpengaruh terhadap minat penggunaan QRIS pada UMKM**

Hasil analisis koefisien jalur menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja terhadap minat penggunaan memiliki nilai *original sample* (O) yang negatif yaitu sebesar -0,110 serta nilai *P Values* sebesar 0,235 yang berarti lebih besar dari 0,05. Maka H1 ditolak, hal tersebut menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja tidak berpengaruh terhadap minat UMKM dalam penggunaan QRIS. Ekspektasi kinerja menunjukkan hubungan ke arah yang negatif dengan minat penggunaan dimana artinya jika para pelaku UMKM merasakan peningkatan produktivitas dalam penerapan layanan QRIS di usahanya, maka semakin rendah minat penggunaannya. Ekspektasi kinerja dalam penelitian ini merupakan besaran kepercayaan pelaku UMKM bahwa penerapan QRIS pada usahanya dapat memperoleh keuntungan dalam peningkatan kinerjanya

**H2 : Variabel ekspektasi usaha berpengaruh terhadap minat penggunaan QRIS pada UMKM**

Hasil analisis koefisien jalur menunjukkan bahwa ekspektasi usaha terhadap minat penggunaan memiliki nilai *original sample* (O) yang positif yaitu sebesar 0,091 serta nilai *P Values* sebesar 0,237 yang berarti lebih besar dari 0,05. Maka H2 ditolak, yang menunjukkan bahwa ekspektasi usaha tidak berpengaruh terhadap minat pelaku UMKM dalam menggunakan QRIS sebagai salah satu metode pembayaran pada usahanya. Namun ekspektasi usaha menunjukkan hubungan ke arah yang positif yang berarti apabila pelaku UMKM meyakini bahwa penggunaan QRIS tidak perlu mengeluarkan effort yang besar, maka akan semakin tinggi minat penggunaannya.

**H3 : Variabel pengaruh sosial berpengaruh terhadap minat penggunaan QRIS pada UMKM**

Hasil analisis koefisien jalur menunjukkan bahwa pengaruh sosial terhadap minat penggunaan memiliki nilai *original sample* (O) yang positif yaitu sebesar 0,011 serta nilai *P Values* sebesar 0,875 yang berarti lebih besar dari 0,05. Maka H3 ditolak, yang menunjukkan bahwa faktor sosial tidak berpengaruh terhadap minat pelaku UMKM dalam penggunaan layanan QRIS sebagai salah satu metode pembayaran pada usahanya. Namun faktor sosial menunjukkan hubungan ke arah yang positif yang berarti semakin tinggi pengaruh sosial, maka akan semakin tinggi minat pelaku UMKM dalam menggunakan layanan QRIS sebagai salah satu metode pembayaran pada usahanya.

**H4 : Variabel kondisi yang memfasilitasi berpengaruh terhadap minat penggunaan QRIS pada UMKM**

Hasil analisis koefisien jalur menunjukkan bahwa pengaruh sosial terhadap minat penggunaan memiliki nilai *original sample* (O) yang positif yaitu sebesar 0,067 serta nilai *P Values* sebesar 0,562 yang berarti lebih besar dari 0,05. Maka H4 ditolak, yang memperlihatkan kalau kondisi yang memfasilitasi tidak memberi pengaruh kepada minat UMKM dalam menggunakan QRIS sebagai salah satu metode pembayaran pada usahanya.

Kemudian kondisi yang memfasilitasi juga menunjukkan hubungan ke arah yang positif yang berarti semakin QRIS memberikan fasilitas kondisi yang baik kepada pengguna (merchant/UMKM), maka semakin baik minat penggunaannya.

#### **H5 : Variabel motivasi hedonis berpengaruh terhadap minat penggunaan QRIS pada UMKM**

Hasil analisis koefisien jalur menunjukkan bahwa motivasi hedonis terhadap perilaku penggunaan memiliki nilai *original sample* (O) yang positif yaitu sebesar 0,255 dengan nilai P *Values* sebesar 0,011 yang berarti lebih kecil dari 0,005. Maka H5 diterima, yang menunjukkan kalau motivasi hedonis berpengaruh terhadap minat pelaku UMKM dalam menggunakan QRIS sebagai salah satu metode pembayaran pada usahanya. Kemudian motivasi hedonis juga memperlihatkan hubungan ke arah yang positif artinya apabila UMKM memiliki kesenangan yang tinggi dalam penggunaan QRIS, maka akan semakin tinggi minat penggunaannya.

#### **H6 : Variabel nilai harga berpengaruh terhadap minat penggunaan QRIS pada UMKM**

Hasil analisis koefisien jalur menunjukkan bahwa nilai harga terhadap perilaku penggunaan memiliki nilai *original sample* (O) yang positif yaitu sebesar 0,255 dengan nilai P *Values* sebesar 0,016 yang berarti lebih kecil dari 0,005. Maka H6 diterima, yang menunjukkan bahwa nilai harga berpengaruh terhadap minat UMKM dalam menggunakan QRIS sebagai salah satu metode pembayaran pada usahanya. Kemudian nilai harga juga menunjukkan hubungan ke arah yang positif yang berarti apabila manfaat yang dirasakan lebih tinggi atau sepadan dengan harga yang ditawarkan, maka semakin tinggi pula minat penggunaannya.

#### **H7 : Variabel kebiasaan berpengaruh terhadap minat penggunaan QRIS pada UMKM**

Hasil analisis koefisien jalur menunjukkan bahwa kondisi yang memfasilitasi terhadap perilaku penggunaan memiliki nilai *original sample* (O) yang positif yaitu sebesar 0,364 dengan nilai P *Values* sebesar 0,001 yang berarti lebih kecil dari 0,005. Maka H7 diterima, yang menunjukkan bahwa kebiasaan berpengaruh terhadap minat UMKM dalam menggunakan QRIS sebagai salah satu metode pembayaran pada usahanya. Kemudian kebiasaan juga menunjukkan hubungan ke arah yang positif yang berarti semakin tinggi kebiasaan UMKM dalam menggunakan QRIS, maka semakin tinggi minat penggunaannya.

#### **H8 : Variabel literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap minat penggunaan QRIS pada UMKM**

Hasil analisis koefisien jalur menunjukkan bahwa pengaruh sosial terhadap minat penggunaan memiliki nilai *original sample* (O) yang positif yaitu sebesar 0,092 serta nilai P *Values* sebesar 0,126 yang berarti lebih besar dari 0,05. Maka H8 ditolak, yang memperlihatkan kalau literasi keuangan Syariah tidak berpengaruh terhadap minat UMKM dalam menggunakan QRIS sebagai salah satu metode pembayaran pada usahanya. Kemudian literasi keuangan syariah juga menunjukkan hubungan ke arah yang positif yang berarti

apabila pelaku UMKM memiliki tingkat literasi keuangan syariah yang besar, maka akan semakin tinggi juga tingkat kesadarannya dalam membentuk minat penggunaan QRIS.

## **SIMPULAN**

Simpulan dari penelitian yang telah dilakukan adalah terdapat 5 variabel yang tidak berpengaruh signifikan terhadap minat UMKM dalam menggunakan QRIS sebagai salah satu metode pembayarannya yaitu variabel ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, faktor social, kondisi yang memfasilitasi, dan literasi keuangan Syariah. Sementara itu terdapat 3 variabel yang berpengaruh signifikan yaitu variabel motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan. Pada penelitian ini tentu saja terdapat beberapa keterbatasan, diantaranya yaitu jumlah responden pada penelitian ini masih terbilang sedikit dibandingkan dengan jumlah keseluruhan UMKM yang terdapat di wilayah Jabodetabek. Selain itu penelitian ini juga hanya dibatasi oleh UMKM di wilayah Jabodetabek. Penelitian ini juga dibatasi oleh jumlah variabel, dimana masih terdapat variabel lain yang bisa menjadi variabel bebas yang digunakan pada penelitian ini, tetapi peneliti hanya menggunakan delapan variabel bebas.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Aprianto, I. G. L. A. (2022). Tinjauan Literatur : Penerimaan Teknologi Model UTAUT. *KONSTELASI: Konvergensi Teknologi Dan Sistem Informasi Vol., 2(1)*, 138–144.
- Batubara, M., Jannah, N., & Ritonga, A. L. (2023). The Effect of Perceived Usefulness, Ease of Use and Security on Interest of Using BSI Mobile Services With Trust as Intervening Variable (Case Study on UINSU Medan Students). *International Journal of Economics, Bussiness and Accounting Research, 2023(1)*, 1–9.
- Batubara, S. S., Pulungan, D. R., & Yenty, M. (2020). Analisis Determinan Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Lembaga Keuangan Syariah. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis, 20(1)*, 23–37. <https://doi.org/10.30596/jrab.v20i1.4757>
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *Management Information Systems Research Center, University of Minnesota Is Collaborating with JSTOR to Digitize, Preserve and Extend Access to MIS Quarterly., 13(3)*, 319–340.
- Duryadi, MS. 2021. “Metode Penelitian Empiris Model Path Analysis Dan Analisis Menggunakan SmartPLS.”
- Hamzah, A. (2019). Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan Syariah Di Kalangan Tenaga Pendidik Kabupaten Kuningan. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Islam, 7(2)*, 175–187. <https://journal.sebi.ac.id/index.php/jaki/article/view/76>
- Iriani, A. F. (2018). Minat Nasabah dalam Penggunaan Mobile Banking Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Palopo. *DINAMIS- Journal of Islamic Management and Bussines, 2(2)*, 100.
- Juna Pulungan, F. R., Wathan, H., Zuhirsyan, M., & Marpaung, M. (2022). Impementasi Maqashid Syariah Terhadap Penggunaan QRIS Dalam Transaksi Elektronik. *Jurnal Bilal Bisnis Ekonomi Halal, 3(2)*, 130–139. <http://ojs.polmed.ac.id/index.php/Bilal/index>

- Kadek, Ni et al. 2023. "Analisis Behavioral Intention Dan Use Behavior Quick Response Code Indonesian Standard ( QRIS ) Pada UMKM Dengan Metode UTAUT 2 Di Kota Denpasar." *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Asia* 17(1): 67–82.
- Kadim, A, and Nardi Sunardi. 2022. "Financial Management System ( QRIS ) Based on UTAUT Model Approach in Jabodetabek." *International Journal of Artificial Intelegence Research* 6(1).
- Limayem, M., Hirt, S. G., Cheung, C. M. K., & Hirt, S. G. (2007). How Habit Limits the Predictive Power of Intention: The Case of Information Systems Continuance. *MIS Quarterly*, 31(4), 705–737.
- Mahyuni, Luh Putu, and I Wayan Arta Setiawan. 2021. "Bagaimana QRIS Menarik Minat UMKM? Sebuah Model Untuk Memahami Intensi UMKM Menggunakan QRIS." *Forum Ekonomi* 23(4): 735–47.
- Mayanti, Rina. 2020. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan User Terhadap Penerapan Quick Response Indonesia Standard Sebagai Teknologi Pembayaran Pada Dompot Digital." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis* 25(2): 123–35.
- Nasir, M. (2013). Evaluasi Penerimaan Teknologi Informasi Mahasiswa di Palembang Menggunakan Model UTAUT. *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi (SNATI)*, 12, 36–40.
- Perdana, I Kadek Dwi, and Ni Kadek Sinarwati. 2022. "Penerapan Transaksi Payment Gateway Berbasis QRIS Pada UMKM (Study Empiris Pada Pedangang Di Pantai Penimbangan)." *Bisma: Jurnal Manajemen* 8(2): 331–37. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/BISMA-JM/article/view/40283>.
- Samsuryaningrum, I. P. J. (2022). ANALISIS ADOPSI PENERIMAAN TEKNOLOGI INFORMASIOLEH USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAHDI KECAMATAN PANTI KABUPATEN JEMBER. *Bisma: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 16(1), 43–55.
- Tubalawony, J. (2010). *MODEL PENERIMAAN TEKNOLOGI INFORMASI PADA PERUSAHAAN JASA PERENCANA KONSTRUKSI DI MALUKU* Jacob Tubalawony. 2(2), 29–40.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). USER ACCEPTANCE OF INFORMATION TECHNOLOGY: TOWARD A UNIFIED VIEW. *Management Information Systems Research Center, University of Minnesota Is Collaborating with JSTOR to Digitize, Preserve and Extend Access to MIS Quarterly*, 27(3), 425–478.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). *Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*. 36(1), 157–178.
- Zusrony, Edwin et al. 2023. "Analisis Perceived Usefulness , Perceived Ease of Use Dan Perceived Risk Terhadap Minat Penggunaan Pembayaran Digital Quick Response Indonesia Standard ( QRIS ) Pada Pelaku UMKM." *JURNAL ILMIAH EKONOMI DAN BISNIS* 16(1): 200–206.