

# **TESIS**

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN DIGITAL, *PERCEIVED ENJOYMENT*, EFIKASI DIRI DAN PENGARUH SOSIAL TERHADAP *INTENTION TO USE QRIS PAYMENT***

***THE INFLUENCE OF DIGITAL FINANCIAL LITERACY, PERCEIVED ENJOYMENT, SELF-EFFICACY AND SOCIAL INFLUENCE ON INTENTION TO USE QRIS PAYMENTS***

**ALVYONITHA RATU RAMBA  
A062212039**



kepada

**PROGRAM MAGISTER AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2024**

# TESIS

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN DIGITAL, *PERCEIVED ENJOYMENT*, EFIKASI DIRI DAN PENGARUH SOSIAL TERHADAP *INTENTION TO USE QRIS PAYMENT***

***THE INFLUENCE OF DIGITAL FINANCIAL LITERACY, PERCEIVED ENJOYMENT, SELF-EFFICACY AND SOCIAL INFLUENCE ON INTENTION TO USE QRIS PAYMENTS***

sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar  
Magister Akuntansi

disusun dan diajukan oleh

**ALVYONITHA RATU RAMBA  
A062212039**



kepada

**PROGRAM MAGISTER AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2024**

## LEMBAR PENGESAHAN TESIS

### PENGARUH LITERASI KEUANGAN DIGITAL, PERCEIVED ENJOYMENT, EFIKASI DIRI DAN PENGARUH SOSIAL TERHADAP INTENTION TO USE QRIS PAYMENT

disusun dan diajukan oleh

**ALVYONITHA RATU RAMBA**  
**A062212039**

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka Penyelesaian Studi Program Magister **Akuntansi** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Pada tanggal 12 Agustus 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,

Pembimbing Utama



Dr. Grace T. Pontoh, SE., Ak., M.Si., CA.  
NIP 196503201992032002

Pembimbing Pendamping



Dr. Sri Sundari, SE., Ak., M.Si., CA.  
NIP 196602201994122001

Ketua Program Studi  
Magister Akuntansi



Dr. Aini Indrijawati, SE., M.Si., CA.  
NIP 196811251994122002

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Hasanuddin



Prof. Dr. Abd. Rahman Kadir, SE., M.Si.  
NIP 196402051988101001

## PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Alvyonitha Ratu Ramba

NIM : A062212039

Jurusan/program studi : Magister Akuntansi

menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa tesis yang berjudul

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN DIGITAL, *PERCEIVED ENJOYMENT*,  
EFIKASI DIRI DAN PENGARUH SOSIAL TERHADAP *INTENTION TO USE*  
*QRIS PAYMENT***

Adalah karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah tesis ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan/ditulis/diterbitkan sebelumnya kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata di dalam naskah tesis ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Makasar, **20** Agustus 2024

Yang Membuat Pernyataan



Alvyonitha Ratu Ramba

## PRAKATA

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan tesis ini. Tesis ini merupakan tugas akhir untuk mencapai gelar Magister Akuntansi (M.Ak.) pada program Pendidikan Magister Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu terselesaikannya tesis ini. Pertama-tama, ucapan terima kasih peneliti berikan kepada ibu Dr. Grace T. Pontoh, SE.,Ak.,M.Si.,CA dan ibu Dr. Sri Sundari, SE.,M.Si.,Ak.,CA sebagai dosen pembimbing atas waktu yang telah diluangkan untuk membimbing, memberi motivasi, dan memberi bantuan literatur, serta diskusi-diskusi yang telah dilakukan dengan peneliti.

Ucapan terima kasih juga peneliti tujukan kepada staf akademik departemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin atas pemberian izin untuk melakukan penelitian. Hal yang sama juga peneliti sampaikan kepada segenap mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin yang telah memberi andil yang sangat besar dalam pelaksanaan penelitian ini. Semoga bantuan yang diberikan oleh semua pihak mendapat balasan dari Tuhan Yang Maha Esa.

Terakhir, ucapan terima kasih kepada ayah, ibu, saudara, sahabat, dan teman atas bantuan, nasehat, dan motivasi yang diberikan hingga tesis ini terselesaikan dengan baik.

Tesis ini masih jauh dari sempurna walaupun telah menerima bantuan dari berbagai pihak. Apabila terdapat kesalahan-kesalahan dalam tesis ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab peneliti dan bukan para pemberi bantuan. Kritik dan saran yang membangun akan lebih menyempurnakan tesis ini.

Makassar, Agustus 2024

Peneliti

## ABSTRAK

ALVYONITHA RATU RAMBA. *Pengaruh Literasi Keuangan Digital, Perceived Enjoyment, Efikasi Diri, dan Pengaruh Sosial terhadap Intention to Use QRIS Payment* (dibimbing oleh Grace T. Pontoh dan Sri Sundari).

Penelitian ini bertujuan menguji dan menganalisis pengaruh literasi keuangan digital, *perceived enjoyment*, efikasi diri, dan pengaruh sosial terhadap *intention to use QRIS payment*. Penelitian dilaksanakan di Universitas Hasanuddin dengan jumlah sampel sebanyak 351 mahasiswa. Penelitian ini menggunakan data primer. Metode pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah *Structural Equation Modelling* (SEM) *Partial Least Square* (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan digital berpengaruh signifikan positif terhadap *intention to use QRIS payment*, *perceived enjoyment* berpengaruh signifikan positif terhadap *intention to use QRIS payment*, efikasi diri berpengaruh signifikan positif terhadap *intention to use QRIS payment*, dan pengaruh sosial berpengaruh signifikan positif terhadap *intention to use QRIS payment*. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa faktor-faktor seperti literasi keuangan digital, *perceived enjoyment*, efikasi diri, dan pengaruh sosial merupakan komponen penting dalam pembentukan niat penggunaan. Jadi, bagi penyedia layanan keuangan digital, hal ini dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk peningkatan penerapan layanan transaksi keuangan digital di masa depan.

Kata kunci: literasi keuangan digital, *perceived enjoyment*, efikasi diri, pengaruh sosial, *intention to use, QRIS*



## ABSTRACT

ALVYONITHA RATU RAMBA. *The Effect of Digital Financial Literacy, Perceived Enjoyment, Self-Efficacy, and Social Effect on Intention to Use QRIS Payments* (supervised by Grace T. Pontoh and Sri Sundari)

This research aims to test and analyze the effect of digital financial literacy, perceived enjoyment, self-efficacy, and social effect on intention to use QRIS payment. This research was carried out at Hasanuddin University with a sample size of 351 students. This research used primary data. The data collection method was carried out by distributing questionnaires using purposive sampling techniques. The statistical method used to test the hypothesis was by using Structural Equation Modeling (SEM) Partial Least Square (PLS). The research results show that digital financial literacy has a significant positive effect on intention to use QRIS payment; perceived enjoyment has a significant positive effect on intention to use QRIS payment; self-efficacy has a significant positive effect on intention to use QRIS payment, and social effect has a significant positive effect on intention to use QRIS payment. The results of this research prove that factors such as digital financial literacy, perceived enjoyment, self-efficacy, and social effect are important components in forming usage intentions, so for digital financial service providers this can be taken into consideration for increasing the application of digital financial transaction services in the future.

Keywords: digital financial literacy, perceived enjoyment, self-efficacy, social effect, intention to use, QRIS



## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN</b> ..... Error! Bookmark not defined.	
<b>PRAKATA</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>ABSTRACT</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	17
1.3 Tujuan Penelitian .....	18
1.4 Kegunaan Penelitian .....	18
1.4.1 Kegunaan Teoretis .....	18
1.4.2 Kegunaan Praktis .....	18
1.5 Sistematika Penulisan .....	19
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>21</b>
2.1 Tinjauan Teori dan Konsep .....	21
2.1.1 <i>Theory of Reasoned Action</i> (Teori Tindakan Beralasan) ..21	
2.1.2 Niat Penggunaan Sistem Teknologi ( <i>Intention to Use</i> ) .....	22
2.1.3 <i>Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)</i> .....	24
2.1.4 Literasi Keuangan Digital .....	25
2.1.5 <i>Perceived Enjoyment</i> (Persepsi Kenyamanan) .....	27
2.1.6 <i>Self-Efficacy</i> (Efikasi Diri) .....	29
2.1.7 <i>Social Influence</i> (Pengaruh Sosial) .....	31
2.2 Tinjauan Empiris .....	31
<b>BAB III KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b> .....	<b>37</b>
3.1 Kerangka Pemikiran .....	37
3.2 Hipotesis .....	39
3.2.1 Pengaruh Literasi Keuangan Digital terhadap <i>Intention to Use QRIS Payment</i> .....	39
3.2.2 Pengaruh <i>Perceived Enjoyment</i> terhadap <i>Intention to Use QRIS Payment</i> .....	41
3.2.3 Pengaruh <i>Self-Efficacy</i> terhadap <i>Intention to Use QRIS Payment</i> .....	43
3.2.4 Pengaruh <i>Social Influence</i> terhadap <i>Intention to Use QRIS Payment</i> .....	45
<b>BAB IV METODE PENELITIAN</b> .....	<b>48</b>
4.1 Rancangan Penelitian .....	48
4.2 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	48
4.3 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	49
4.4 Jenis dan Sumber Data .....	51
4.5 Metode Pengumpulan Data .....	51

4.6 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	52
4.6.1 <i>Intention to Use QRIS Payment</i> (Y) .....	52
4.6.2 Literasi Keuangan Digital (X <sub>1</sub> ) .....	53
4.6.3 <i>Perceived Enjoyment</i> (X <sub>2</sub> ) .....	53
4.6.4 <i>Self-Efficacy</i> (X <sub>3</sub> ).....	54
4.6.5 <i>Social Influence</i> (X <sub>4</sub> ) .....	54
4.7 Instrumen Penelitian .....	55
4.8 Teknik Analisis Data.....	55
4.8.1 Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	57
4.8.2 Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	59
4.8.3 Pengujian Hipotesis.....	59
<b>BAB V HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>61</b>
5.1 Deskripsi Data.....	61
5.1.1 Gambaran Umum Responden .....	61
5.1.2 Karakteristik Responden .....	62
5.1.3 Analisis Statistik Deskriptif .....	63
5.2 Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	64
5.2.1 Validitas Konvergen.....	64
5.2.2 Validitas Diskriminan .....	65
5.2.3 Reliabilitas Konstruk.....	66
5.3 Analisis Model Struktural ( <i>Inner Model Analysis</i> ).....	67
5.4 Pengujian Hipotesis .....	68
5.4.1 Literasi Keuangan Digital Berpengaruh Terhadap <i>Intention to Use QRIS Payment</i> .....	68
5.4.2 <i>Perceived Enjoyment</i> Berpengaruh Terhadap <i>Intention to Use QRIS Payment</i> .....	69
5.4.3 <i>Self-Efficacy</i> Berpengaruh Terhadap <i>Intention to Use QRIS Payment</i> .....	69
5.4.4 <i>Social Influence</i> Berpengaruh Terhadap <i>Intention to Use QRIS Payment</i> .....	70
<b>BAB VI PEMBAHASAN.....</b>	<b>71</b>
6.1 Literasi Keuangan Digital Berpengaruh Signifikan Positif Terhadap <i>Intention to Use QRIS Payment</i> .....	71
6.2 <i>Perceived Enjoyment</i> Berpengaruh Signifikan Positif Terhadap <i>Intention to Use QRIS Payment</i> .....	73
6.3 <i>Self-Efficacy</i> Berpengaruh Signifikan Positif Terhadap <i>Intention to Use QRIS Payment</i> .....	75
6.4 <i>Social Influence</i> Berpengaruh Signifikan Positif Terhadap <i>Intention to Use QRIS Payment</i> .....	77
<b>BAB VII PENUTUP .....</b>	<b>80</b>
7.1 Kesimpulan.....	80
7.2 Implikasi .....	81
7.2.1 Implikasi Teoretis.....	81
7.2.2 Implikasi Praktis.....	82
7.3 Keterbatasan .....	83
7.4 Saran .....	83
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>85</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>95</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
4.1 Instrumen Skala Likert .....	55
5.1 Ringkasan Pemilihan Sampel .....	61
5.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	62
5.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Departemen FEB.....	62
5.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan .....	63
5.5 Uji Hipotesis.....	68

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1.1 Hasil Survei Nasional Literasi Keuangan Tahun 2022 .....	5
3.1 Kerangka Pemikiran.....	37
3.2 Model Penelitian .....	47

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1 Peta Teori .....	96
2 Surat Izin Penelitian.....	105
3 Kuesioner Penelitian.....	106
4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	112
5 Jumlah Populasi Penelitian .....	113
6 Hasil Olah Data.....	114

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman saat ini membuat perkembangan teknologi informasi juga berkembang begitu pesat. Adanya kemajuan teknologi informasi yang terus menerus, akan lebih membantu dan memudahkan orang untuk menyelesaikan pekerjaan dengan menghemat waktu. Perkembangan teknologi informasi sangat pesat dalam memenuhi kebutuhan manusia di berbagai bidang, termasuk pada bidang ekonomi. Perubahan dalam bidang ekonomi tercermin dalam kegiatan finansial yang lebih mudah dan instan sehingga menghemat waktu dan tenaga. Perkembangan teknologi informasi selalu melahirkan inovasi-inovasi baru salah satunya yaitu *financial technology (fintech)* yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam hal layanan sistem pembayaran.

Perkembangan bisnis *fintech* memberikan dampak salah satunya di bidang keuangan digital yang memungkinkan sistem pembayaran beralih dari tunai ke pembayaran nontunai yang lebih praktis, efektif, efisien dan sederhana. Penggunaan *fintech* di masyarakat Indonesia telah mengubah cara hidup masyarakat dalam hal perilaku pembayaran. Perubahan perilaku pembayaran ini dikenal dengan fenomena *cashless society*. *Cashless society* merujuk pada situasi dimana masyarakat tidak menggunakan uang tunai melainkan menggunakan uang elektronik atau berbagai kartu seperti ATM dan kartu kredit untuk bertransaksi.

Dalam mewujudkan *cashless society*, Bank Indonesia (BI) bersama dengan pemerintah pada tahun 2014 mencanangkan suatu gerakan yang disebut

Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT). GNNT diharapkan dapat menciptakan sistem pembayaran yang aman, efisien dan lancar, yang pada gilirannya dapat mendorong kelancaran sistem keuangan nasional. Seiring dengan upaya meningkatkan GNNT, BI menyadari bahwa sistem pembayaran perlu beradaptasi dengan hadirnya teknologi digital. Untuk itu, BI merilis fungsi pembayaran baru *QRIS (Quick Respons Code Indonesian Standard)* sebagai standar *QR Code* untuk pembayaran digital melalui aplikasi *e-wallet* dan *mobile banking* untuk mewujudkan *cashless society* (Bank Indonesia, 2019).

*QRIS* diluncurkan oleh BI pada tahun 2019. *QRIS* merupakan standarisasi pembayaran *QR Code* yang diluncurkan oleh BI supaya transaksi pembayaran melalui *QR Code* menjadi lebih praktis, cepat, dan aman (Bank Indonesia, 2019). *QRIS* ditujukan untuk memfasilitasi transaksi keuangan bagi semua kalangan, termasuk generasi milenial yang umumnya berstatus pelajar dan mahasiswa (Kurniawati *et al.*, 2021). Maraknya penggunaan *smartphone* oleh masyarakat luas sangat mendukung penggunaan *QRIS* (Hanum, 2021). Menurut survei APJII, tingkat penggunaan *smartphone* untuk mengakses internet semakin tinggi, dari survei tersebut 95,4% responden menggunakan *smartphone* untuk mengakses internet. Berdasarkan data yang dihimpun Bank Indonesia pada Maret 2020, lebih dari 40 perusahaan telah menerbitkan *e-wallet* berbasis server. Hal ini menjadi salah satu alasan mengapa masyarakat lebih sering menggunakan aplikasi pembayaran digital melalui *smartphone*, *merchant* juga menyediakan banyak kode *QR* yang dapat digunakan dalam sistem pembayaran berbasis server seperti *e-wallet* dan juga *mobile banking* (Palupi *et al.*, 2022). Dengan *QRIS*, seseorang dapat memindai *QR Code* untuk melakukan pembayaran tanpa memikirkan *QR Code* yang disediakan oleh *merchant* berbeda dengan pengguna. Namun sayangnya, masyarakat masih jarang menggunakan pembayaran melalui *QRIS*.

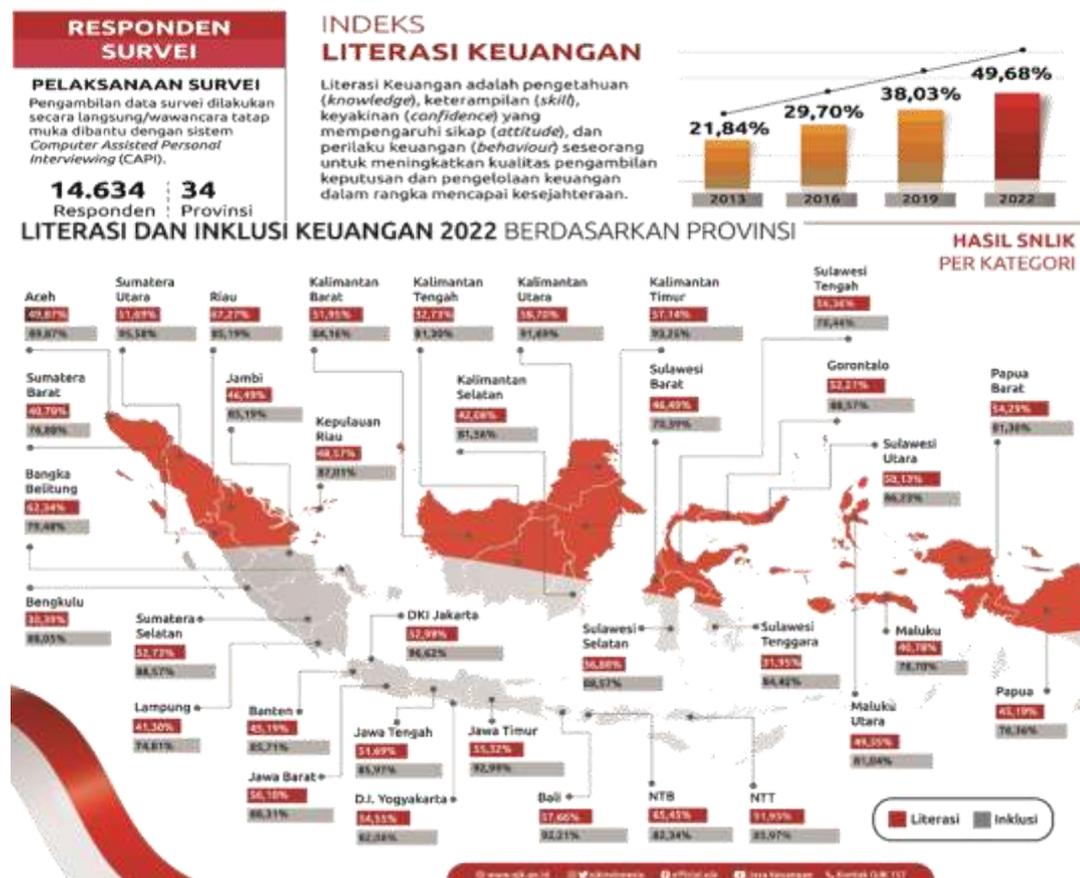
Menurut laporan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) triwulan 1 tahun 2021, jumlah transaksi *QRIS* pada tahun 2020 hanya mencapai 123,92 juta transaksi dengan nilai transaksi nosional 8,182 miliar (Rp 8.182 triliun). Angka ini secara nominal masih lebih kecil dari jumlah transaksi kartu debit yang mencapai 6,658 miliar transaksi pada tahun 2020 dengan nilai nominal Rp 6.243 triliun. Dalam jumlah tersebut, 3,999 miliar transaksi merupakan penarikan tunai dengan nilai nosional 2.991 triliun rupiah. Hal ini menjadi perhatian karena Bank Indonesia menargetkan transaksi pada tahun 2025 akan fokus pada keuangan digital (Tenggingo dan Mauritsius, 2022).

Penggunaan *QRIS* sudah mulai banyak digunakan oleh UMKM di Indonesia. Hal tersebut juga bisa dilihat di wilayah Sulawesi Selatan. Bank Indonesia merilis *merchant QRIS* di Sulawesi Selatan mencapai 731.203 *merchant* pada tahun 2022. Dalam angka tersebut, mayoritas adalah pelaku UMKM yaitu 92% dan dari 731.203 *merchant* yang ada di Sulawesi Selatan tercatat hanya 307.105 *merchant* di Makassar yang menggunakan *QRIS* yaitu sebanyak 42%. Sementara masyarakat pengguna *QRIS* di Sulawesi Selatan baru mencapai 369.598 pengguna (Kassa, 2022). Berdasarkan data tersebut, terlihat bahwa *merchant* yang telah mengimplementasikan *QRIS* lebih banyak dibandingkan dengan masyarakat pengguna di wilayah Sulawesi Selatan. Hal ini membuktikan bahwa minat masyarakat untuk menggunakan *QRIS* sebagai alat pembayaran masih rendah dan masyarakat di Sulawesi Selatan masih lebih dominan melakukan transaksi menggunakan uang tunai dibanding menggunakan transaksi digital non tunai. Hal ini mengindikasikan bahwa sistem tunai masih mendominasi di Sulsel sejauh ini karena dinilai bahwa masyarakat masih terbiasa dengan sistem tersebut meskipun telah banyak UMKM dan *merchant* yang menerapkan *QRIS* pada bisnis mereka (Yusriadi, 2019).

Peneliti tertarik untuk menyelidiki niat masyarakat terkait penggunaan *QRIS* sebagai alat pembayaran berdasarkan fenomena yang terjadi. Sebab, meski penggunaan *QRIS* memudahkan penggunaannya dalam bertransaksi, namun fenomena yang tidak merata ini pada akhirnya berujung pada perlunya pembayaran akan uang tunai (Octaviano, 2024). Dengan demikian, dalam prakteknya masih ada juga masyarakat pengguna yang lebih memilih menggunakan uang tunai untuk transaksi pembayarannya (Fitriana, 2021; Afandi *et al.*, 2022; Fardiansyah, 2023; Pratama, 2024). Hal ini disebabkan adanya kendala faktor keamanan dan kurangnya informasi pembayaran nontunai sehingga digitalisasi sistem pembayaran ini perlu diiringi penguatan literasi pengguna (Nugraheni, 2022). Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan dalam menguji dan menganalisis beberapa faktor yang melatarbelakangi niat masyarakat untuk menggunakan *QRIS*. Salah satu faktor yang melatarbelakanginya yaitu literasi keuangan digital. Literasi keuangan digital (DFL) merupakan pengetahuan, keterampilan, keyakinan, dan kompetensi untuk menggunakan produk dan layanan keuangan digital dengan aman untuk membuat keputusan keuangan yang baik (Otoritas Jasa Keuangan, 2022). Saat ini, *QRIS* dalam penerapannya masih terdapat berbagai kendala salah satunya yaitu tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia yang masih rendah sehingga pemahaman masyarakat mengenai keuangan digital masih kurang dan belum merata. Menurut Ekonom *INDEF*, penerapan *QRIS* memerlukan waktu yang cukup lama terutama di kota-kota kecil. Hal ini mengingat tingkat literasi keuangan digital di Indonesia yang masih sangat rendah sehingga dibutuhkan sosialisasi dan edukasi secara masif ke seluruh lapisan masyarakat (Zuraya, 2019).

Berdasarkan pada gambar 1.1 menunjukkan indeks literasi keuangan dari tahun 2019–2022. Pada tahun 2019 menunjukkan indeks sebesar 38,03% dan 49,68% pada tahun 2022. Angka tersebut menunjukkan bahwa selama kurun

waktu 3 tahun, indeks literasi keuangan nasional hanya meningkat sebesar 11,65%. Di wilayah Sulawesi Selatan sendiri, data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan di Sulawesi Selatan hanya 36,88%, lebih rendah dari tingkat nasional. Angka tersebut menempatkan Sulawesi Selatan pada posisi ketiga terendah di antara provinsi Indonesia untuk literasi keuangan pada tahun 2022 (Otoritas Jasa Keuangan, 2022).



Sumber: ojk.go.id, 2022

**Gambar 1.1 Hasil Survei Nasional Literasi Keuangan Tahun 2022**

Menurut Otoritas Jasa Keuangan Regional VI Salampua, pencapaian tingkat literasi keuangan hanya 36,88% dinilai masih lemah dan perlu paparan khusus untuk mengakselerasinya. Bank Indonesia Perwakilan Sulsel mengatakan 90 hingga 92 persen masyarakat Sulsel masih menggunakan uang tunai untuk bertransaksi (Yusriadi, 2019). Hal ini menunjukkan masyarakat Indonesia secara

umum belum memahami dengan baik karakteristik berbagai produk dan layanan jasa keuangan yang ditawarkan oleh lembaga jasa keuangan formal, padahal literasi keuangan merupakan keterampilan yang penting dalam rangka pemberdayaan masyarakat, kesejahteraan individu, perlindungan pengguna, dan peningkatan inklusi keuangan.

Saat ini, literasi keuangan digital tidak hanya menjadi kebutuhan, tetapi juga menjadi gaya hidup di era Revolusi Industri 4.0. Pembatasan pergerakan orang di masa pandemi *Covid-19* berdampak pada peningkatan kebutuhan dan permintaan transaksi digital. Oleh karena itu, mereka yang memiliki pengetahuan tentang pembayaran digital akan dapat mengikuti perkembangan zaman. Minimnya pengetahuan tentang keuangan digital bisa menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi seseorang untuk menggunakan *QRIS* sebagai alat pembayaran dan transaksi. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Burhanuddin dan Abdi (2019) yang menunjukkan bahwa masyarakat masih kurang dalam pengetahuannya terkait pemahaman tentang *fintech (financial technology)*, mereka mengaku bahwa sudah pernah membaca di internet namun belum mengetahui secara persis. Penelitian tersebut searah dengan penelitian yang dilakukan oleh Palupi *et al.* (2022) yang menyatakan sebagian besar pelaku bisnis yang menggunakan *QRIS* tidak mengetahui manfaat dan fitur *QRIS* yang sebenarnya, sehingga hal ini sangat disayangkan mengingat manfaat *QRIS* dalam membantu proses transaksi non-tunai dapat berjalan secara lebih efektif dan efisien.

Menteri Koperasi dan UKM menyatakan tingkat literasi keuangan digital di masyarakat hanya 35,5%. Angka yang masih dikatakan rendah ini disebabkan karena adanya risiko dan kejahatan yang tersembunyi dalam perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Untuk itu, banyak masyarakat yang waspada terhadap keuangan digital sehingga tidak mengetahui terkait perkembangan

keuangan digital di Indonesia (Nurhidayat, 2020). Namun, Imansyah *et al.* (2020) menjelaskan bahwa Otoritas Jasa Keuangan siap menanggulangi kejahatan digital dengan meningkatkan literasi dan kesadaran pengguna melalui berbagai kebijakan terkait edukasi penggunaan *platform* digital dan memperkuat manajemen risiko teknologi informasi lembaga keuangan yang bersangkutan. Oleh karena itu, pengetahuan akan literasi keuangan digital menjadi salah satu faktor yang menentukan sikap seseorang dalam menyikapi keuangannya termasuk keputusan menggunakan *QRIS* sebagai alat pembayaran.

Penelitian tentang literasi keuangan digital terhadap niat penggunaan *QRIS* memberikan hasil yang tidak konsisten. Studi Pradini dan Susanti (2021) dan Giriani dan Susanti (2021) menunjukkan bahwa variabel literasi digital memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap penggunaan layanan pembayaran digital. Penelitian ini berbeda dengan penelitian Endrica dan Sari (2021), Palupi *et al.* (2022) serta Tony dan Desai (2020) yang menemukan bahwa literasi keuangan digital berdampak positif dan signifikan terhadap penggunaan teknologi keuangan. Artinya, individu dengan tingkat literasi keuangan digital yang tinggi akan terhindar dari masalah yang mungkin terjadi saat menggunakan teknologi keuangan seperti *e-wallet* dan *mobile banking*, sehingga semakin baik kualitas literasi digital, maka semakin mudah bagi individu untuk mengeksplorasi dan menggunakan informasi digital sepenuhnya saat ini. Namun berbeda dengan penelitian yang menyatakan literasi keuangan digital tidak berpengaruh positif signifikan, hal ini membuktikan dan menunjukkan bahwa banyak orang hanya ingin mencoba dan belum tentu mempelajari informasi yang diberikan.

Adanya literasi keuangan digital yang dimiliki akan memungkinkan seseorang untuk menggunakan dan bahkan akan menikmati sistem pembayaran digital yang ditawarkan karena pengguna akan memandang bahwa sistem tersebut lebih mudah, bermanfaat dan menyenangkan. Dengan demikian, dalam

penelitian ini, kenikmatan atau kesenangan yang dirasakan (*perceived enjoyment*) juga menjadi salah satu faktor penting dalam mempengaruhi minat penggunaan layanan keuangan digital oleh individu. Menurut Septiani *et al.* (2017) kesenangan (*perceived enjoyment*) adalah sebuah penghargaan teknologi yang telah dipelajari. Dengan itu, tanpa adanya literasi digital yang cukup, tidak mungkin seseorang akan menggunakan terlebih menikmati penggunaan teknologi tersebut. Dengan demikian, ketika seseorang memandang suatu sistem pembayaran menyenangkan dan memberikan kenikmatan, mereka akan lebih siap untuk menggunakan sistem tersebut.

Menurut Wu *et al.* (2012) persepsi kenikmatan (*perceived enjoyment*) merupakan determinan signifikan dari niat perilaku untuk menggunakan layanan digital. Pada penelitian ini, *perceived enjoyment* digunakan untuk mengukur sejauh mana penggunaan sistem pembayaran digital *QRIS* dianggap menyenangkan bagi setiap pengguna. Kenikmatan niat individu untuk menggunakan sistem pembayaran elektronik *QRIS* diwujudkan melalui pengalaman mereka saat ini menggunakan kartu, internet dan seluler yang dapat dilakukan pada satu *platform*. Hal ini diperlukan untuk membuat kegiatan pembayaran lebih menyenangkan sehingga dapat mendorong penerimaan dan penggunaan *QRIS* oleh masyarakat. Oleh karena itu, *perceived enjoyment* menjadi konstruk penting untuk penelitian ini dalam menentukan niat individu untuk menggunakan kebaruan sistem *e-payment* yaitu *QRIS*.

Syahputra (2022) menjelaskan adanya penerapan *QRIS* di Indonesia saat ini menjadikan masyarakat semakin nyaman dalam bertransaksi karena mampu menjangkau berbagai *merchant* dengan aplikasi *mobile banking* dan dompet digital terintegrasi. Hal ini dapat ditunjukkan dengan pertumbuhan *QRIS* yang meningkat dengan pesat di Indonesia. Berdasarkan fenomena yang terjadi dimana Bank Indonesia memaparkan nominal pemakaian *QRIS* meningkat hingga 322,5%

per tahun dan 194,4% dari segi volume (Yesidora, 2022). Hal ini sejalan dengan PT Bank Negara Indonesia (BNI) yang mencatat dari sisi volume transaksi *QRIS* BNI mencapai Rp 297 miliar per Maret 2022. BNI mengungkapkan bahwa adanya pertumbuhan transaksi *QRIS* yang pesat ini dikarenakan meningkatnya konsumsi masyarakat serta kenyamanan masyarakat dalam penggunaan *QRIS* (Syahputra, 2022).

Salah satu bukti pengaruh *perceived enjoyment* terhadap niat menggunakan adalah penelitian yang dilakukan oleh Monica dan Japariato (2022) yang menunjukkan bahwa *perceived enjoyment* berpengaruh signifikan positif terhadap niat dalam menggunakan *technology financial*. Dengan kata lain, responden merasakan kesenangan dan kenyamanan saat melakukan transaksi dengan menggunakan alat *digital payment*. Dalam hal ini, jika sistem tersebut memberikan kesenangan kepada penggunanya maka mereka lebih cenderung berniat menggunakannya secara luas daripada mereka yang tidak, sehingga sikap terhadap penggunaan akan menjadi positif. Oleh sebab itu, semakin besar kesenangan yang diperoleh dari penggunaan *QRIS* maka akan semakin berpengaruh juga pada niat pengguna untuk menggunakan sistem tersebut. Hal ini sejalan dengan penelitian Mubuke *et al.* (2017), Santoso dan Setiawan (2017) serta Halim *et al.* (2022).

Di sisi lain, penelitian yang dilakukan oleh Utari *et al.* (2022) serta Herlambang (2020) menunjukkan bahwa *perceived enjoyment* tidak berpengaruh signifikan positif terhadap niat penggunaan sistem *digital payment*. Peneliti menunjukkan bahwa responden walaupun telah menggunakan alat pembayaran digital, mereka kurang merasakan adanya kenyamanan yang diberikan. Artinya tanpa adanya kesenangan yang dirasakan, responden tetap menggunakan fitur teknologi tersebut, sehingga kesenangan dan kenyamanan yang diperoleh dari

sistem pembayaran digital tidak menjadi faktor pengguna untuk berminat menggunakannya.

Selain dengan kemampuan literasi digital yang baik akan memungkinkan individu dalam merasakan kenyamanan atau kepuasan (*perceived enjoyment*) terhadap penggunaan layanan transaksi digital, juga akan mempengaruhi tingkat kepercayaan diri pengguna terhadap kemampuannya untuk menggunakan sistem pembayaran digital tersebut. Hal ini disebabkan dengan kemampuan literasi yang tinggi, individu akan memiliki pengetahuan digital yang terkini, sehingga individu akan semakin percaya diri terhadap kemampuannya. Dengan demikian, kepercayaan diri juga berperan penting dalam mempengaruhi niat individu untuk memutuskan menggunakan teknologi. Kepercayaan diri individu dapat diartikan sebagai suatu efikasi akan kemampuan sendiri yang menandai dan menyadari kemampuan yang dimiliki dapat di manfaatkan secara tepat, dalam mencapai tujuan yang diharapkan untuk mempermudah aktivitas atau pekerjaannya (Kartini, 2021). Hal ini dapat juga disebut sebagai *self-efficacy* (efikasi diri).

Dory *et al.* (2009) mengungkapkan bahwa *self-efficacy* merepresentasikan bagaimana seorang pengguna memahami dan percaya terhadap *skill* dan kemampuannya dalam menyelesaikan suatu tugas. Semakin tinggi *self-efficacy* individu, maka individu akan semakin percaya diri dengan kemampuan yang ia miliki untuk berhasil dalam menyelesaikan tugas. Artinya bahwa *self-efficacy* dalam menggunakan layanan pembayaran non tunai ini adalah dimana seseorang percaya terhadap kemampuannya untuk dapat menyelesaikan suatu transaksi dengan baik. Selain itu, *self-efficacy* juga berhubungan dengan kemampuan maupun pendapat pengguna akan kemampuannya dalam menguasai penggunaan layanan pembayaran non tunai.

Beberapa pengguna mungkin akan berpendapat mereka tidak mengerti dan bingung cara untuk menggunakan layanan pembayaran non tunai, sementara

lainnya mungkin berpendapat mengerti dan mampu menggunakan layanan pembayaran non tunai. Ini berarti bahwa apabila semakin banyak pengguna yang merasa percaya dengan kemampuannya dalam melakukan pembayaran non tunai, maka akan mempengaruhi semakin meningkatnya juga penggunaan layanan pembayaran non tunai. Hal ini dapat dikatakan bahwa *self-efficacy* (kemampuan pengguna) memiliki pengaruh pada niat untuk menggunakan QRIS (Butarbutar dan Harris, 2018).

Penelitian mengenai pengaruh *self-efficacy* terhadap niat untuk menggunakan pembayaran non tunai yaitu penelitian yang dilakukan oleh Anugrah dan Ompusunggu (2021) serta Santoso dan Setiawan (2017) yang menunjukkan bahwa variabel *self-efficacy* tidak berpengaruh terhadap penggunaan sistem teknologi. Di lain sisi, penelitian yang dilakukan oleh Fauziah dan Ashfiasari (2021), Yuwono dan Oktovian (2021) serta Jumardi *et al.* (2020) menunjukkan bahwa *self-efficacy* berpengaruh signifikan positif terhadap minat penggunaan pembayaran non tunai. Dalam arti, apabila semakin tinggi tingkat *self-efficacy* yang dimiliki individu, maka intensi pengguna untuk menggunakan pembayaran non tunai juga semakin tinggi. Dengan demikian, mereka akan lebih cenderung menganggap penggunaan pembayaran non tunai berguna dalam kehidupannya (Alalwan *et al.*, 2016).

Besarnya *self-efficacy* yang dimiliki akan dapat mengontrol keberfungsian dan kejadian di lingkungan individu, yang memberikan kontribusi besar terhadap perasaan positif atau negatif yang dirasakan dalam kehidupannya (Nabella, 2019). Hal ini sejalan dengan Bandura (1997) mengatakan bahwa individu dengan *self-efficacy* yang tinggi dapat melakukan sesuatu yang mempunyai potensi untuk dapat mengubah kejadian di lingkungannya dan akan memudahkan proses penyesuaian sosial dimanapun individu itu berada, sehingga lebih mungkin bagi mereka untuk menjadi berhasil daripada individu yang mempunyai *self-efficacy*

yang rendah. Dengan demikian, ketika lingkungan sosial mempengaruhi dalam hal untuk berperilaku, mereka akan mampu menyesuaikan terhadap lingkungannya tersebut sesuai dengan keyakinan diri pada hasil yang diharapkannya.

Thompson *et al.* (1991) berpendapat bahwa seseorang menggunakan suatu teknologi baru dapat juga dipengaruhi oleh lingkungan sekitar dari individu. Pengaruh dari lingkungan sekitar individu tersebut disebut dengan *social influence*. Adanya pengaruh sosial dari lingkungan sekitar pengguna menjadikan mereka juga harus memahami keungan digital agar dapat menilai apakah produk yang disarankan oleh orang terdekatnya mampu memberikan nilai keuntungan atau manfaat. Dengan demikian, hal ini akan memengaruhi niat pengguna untuk memutuskan menggunakan produk tersebut. *Social influence* menjelaskan seseorang menggunakan suatu teknologi karena adanya dorongan dari orang-orang sekitar (Harsono dan Suryana, 2014). Dalam penerimaan teknologi, pengguna seringkali dipengaruhi oleh keputusan pengguna lain. Mereka memiliki kebiasaan positif untuk mengontrol melalui teknologi yang diadopsi. Artinya, *social influence* menunjukkan bahwa adopsi atau penerimaan teknologi bergantung pada keyakinan individu mengenai apa dan bagaimana perasaan orang lain mengenai adopsi teknologi.

Penelitian yang dilakukan oleh Venkatesh *et al.* (2003) menunjukkan bahwa faktor pengaruh sosial dapat menjadi penentu langsung atas minat untuk menggunakan teknologi. Artinya bahwa semakin besar dukungan dari orang-orang di lingkungan sekitar untuk menggunakan sistem informasi, maka semakin tinggi pula minat dan niat seorang individu untuk menggunakan sistem informasi tersebut. Fenomena sekarang ini yang terjadi dimana banyak bermunculan *influencer* dan telah banyak produk-produk yang diiklankan dengan menggunakan jasa dari *influencer* tersebut dengan melakukan *endorsement* untuk mempengaruhi minat orang lain untuk menggunakan atau membeli produk

tersebut. Sama halnya dengan penggunaan *QRIS*, dengan adanya orang terdekat atau orang yang dianggap penting telah menggunakan *QRIS*, maka hal itu dapat juga mempengaruhi orang lain untuk menggunakannya.

Beberapa penelitian terdahulu yang membahas tentang *social influence* terhadap niat penggunaan *QRIS* terdapat ketidakkonsistenan hasil penelitian yang diperoleh. Penelitian yang dilakukan Endrica dan Sari (2021) serta Saibil *et al.* (2022) menyatakan bahwa *social influence* berpengaruh signifikan positif terhadap penggunaan *QRIS*, hal ini menunjukkan bahwa pengaruh lingkungan sekitar dari responden (keluarga, teman, masyarakat) memberikan dukungan yang baik untuk menggunakan *QRIS*, sehingga responden merasa terpengaruhi untuk menggunakan *QRIS*. Namun, pada penelitian Wardani dan Masdiantini (2022) serta Mayanti (2020) menunjukkan hasil yang berbeda yang menemukan bahwa *social influence* tidak berpengaruh terhadap penggunaan *QRIS*, hal ini mengandung arti bahwa walaupun lingkungan sekitar menggunakan *QRIS* tidak serta merta dapat mempengaruhi responden dalam menggunakan *QRIS* ketika bertransaksi.

Penelitian ini meneliti terkait niat penggunaan *QRIS* karena di Indonesia *QRIS* merupakan produk yang baru dimana masih dibutuhkan pendapat masyarakat sebagai user mengenai faktor yang mempengaruhi keputusan mereka menggunakan *QRIS* sebagai sistem pembayaran dalam bertransaksi. Selain itu, *QRIS* sebagai inovasi sistem pembayaran baru yang memanfaatkan teknologi informasi, akan menimbulkan terjadinya perbedaan pendapat antar user. Sebagian user berpendapat bahwa menggunakan layanan *QRIS* akan menambah rumit dan tidak memberi manfaat yang berarti. Namun pada sisi yang lain, sebagian user yang mementingkan efisiensi dan efektivitas dalam pekerjaannya cenderung berpendapat bahwa penggunaan *QRIS* akan memberikan kegunaan yang sangat membantu untuk transaksi perekonomian khususnya dalam sistem

pembayaran. Dengan demikian, dari hal tersebut masyarakat dapat memutuskan untuk menggunakan *QRIS*.

Pembayaran melalui *QRIS* dijadikan fokus pada penelitian ini karena transaksi dapat berlangsung efisien dengan hanya melalui satu kode *QR* yang bisa *discan* pada seluruh layanan finansial. Dibandingkan dengan pembayaran digital lain seperti *DANA*, *OVO* dan *Gopay*, yang penggunaannya memiliki *QR* masing-masing sehingga hanya menerima transaksi melalui pembayaran digital yang sama. Selain itu, penggunaan pembayaran digital lain juga biasanya digunakan untuk kebutuhan berbeda dan pengguna biasanya harus mengisi saldo dari *mobile banking* sebelum digunakan. Dengan demikian, hal tersebut tidak berlangsung efisien dimana pengguna hanya menambah saldo bila diperlukan saja, tidak dalam jangka waktu teratur. Oleh karena itu, masyarakat lebih menilai bahwa transaksi dengan *QRIS* dapat berlangsung secara lebih efisien dan efektif, sehingga penggunaan *QRIS* juga tumbuh pesat. Hal ini sejalan dengan survei Populix (2022) yang menunjukkan persentase penggunaan *QRIS* yang lebih besar 91% dibandingkan penggunaan melalui pembayaran digital lain sebesar 84%. Dengan peningkatan penggunaan *QRIS* diharapkan dapat mendorong efisiensi transaksi serta mempercepat inklusi keuangan yang pada akhirnya dapat mendorong pertumbuhan ekonomi untuk Indonesia maju (Yesidora, 2022).

Teori yang menjelaskan tentang niat individu untuk melakukan perilaku dalam penggunaan teknologi ini disebut dengan *Theory of Reasoned Action (TRA)* atau Teori Tindakan Beralasan. Niat individu untuk berperilaku menggunakan pembayaran *QRIS* dapat diukur melalui pendekatan dengan teori tindakan beralasan karena teori ini mengungkapkan bagaimana perilaku manusia dapat diramalkan dan diprediksi oleh niat. Sebagian besar individu memutuskan niat mereka terhadap suatu perilaku jauh sebelumnya, dan niat tersebut adalah prediktor paling akurat tentang apakah individu tersebut akan melakukan perilaku

itu atau tidak. Semakin besar niat maka semakin besar kemungkinan perilaku itu akan terjadi.

Pada *TRA* dijelaskan bahwa dalam memprediksi niat perilaku terdapat dua elemen, yaitu sikap dan norma subjektif. Sikap terhadap perilaku dan norma subyektif, kedua elemen tersebut akan berkontribusi pada niat yang mengarah pada perilaku untuk menggunakan teknologi pembayaran digital *QRIS*. Dalam arti, ketika memprediksi niat individu untuk menggunakan layanan digital *QRIS*, sikap orang tersebut terhadap *QRIS* akan menjadi fungsi dari semua keyakinan mereka tentang apakah penggunaan *QRIS* akan mengarah pada hasil yang mereka inginkan. Jadi, seseorang yang memiliki keyakinan bahwa hasil yang didapat adalah positif, maka akan nampak positif terhadap perilaku itu, begitupun sebaliknya. Dengan demikian, hal ini akan menjelaskan variabel dalam penelitian ini berupa literasi keuangan digital, *perceived enjoyment* dan *self-efficacy* yang semuanya berdasarkan keyakinan yang mengarah pada keputusan untuk menggunakan *QRIS* agar memperoleh hasil yang diinginkan. Begitupun pada *subjective norm* (norma subjektif) yang menjelaskan bahwa terkadang orang akan berkonsultasi dengan yang lain sebelum dia mengambil keputusan untuk menggunakan layanan digital *QRIS*. Hal ini sejalan dengan variabel *social influence* pada penelitian ini yang berkaitan dengan seberapa besar pengaruh lingkungan sekitar mempengaruhi pengguna untuk menggunakan *QRIS*. Oleh karena itu, dalam penelitian ini *TRA* digunakan untuk menganalisis faktor penyebab individu berniat untuk menggunakan *QRIS*, antara lain literasi keuangan digital, *perceived enjoyment*, *self-efficacy* dan *social influence*.

Adapun alasan pemilihan literasi keuangan digital, *perceived enjoyment*, *self-efficacy* dan *social influence* sebagai variabel independen dalam penelitian ini karena faktor ini dapat menjadi faktor penentu individu dalam menggunakan *QRIS*. Faktor literasi keuangan digital digunakan dalam melihat pemahaman pengguna

mengenai keuangan digital. Dengan literasi digital yang semakin baik, individu akan semakin mudah untuk mengeksplorasi dan menggunakan informasi digital sepenuhnya. Faktor *perceived enjoyment* digunakan untuk mengukur seberapa jauh pengguna menemukan layanan yang menyenangkan dan nyaman ketika sedang digunakan. Dalam arti, dengan adanya *perceived enjoyment* yang lebih tinggi akan mengarah pada niat penggunaan yang lebih luas. Faktor *self-efficacy* digunakan dalam melihat bagaimana seorang pengguna memahami dan percaya terhadap *skill* dan kemampuannya dalam menyelesaikan suatu transaksi pembayaran dengan baik, yang artinya apabila semakin tinggi pengguna merasa mampu dan percaya dapat melakukan pembayaran non tunai pada suatu transaksi maka penggunaan layanan pembayaran non tunai juga akan meningkat. Faktor terakhir dalam penelitian ini yaitu *social influence* digunakan dalam mengetahui pengaruh lingkungan sekitar dari responden, yang dapat diartikan bahwa semakin besar dukungan dari orang-orang di lingkungan sekitar untuk menggunakan sistem informasi, maka semakin tinggi pula minat dan niat seorang individu untuk menggunakan sistem informasi tersebut.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian yang dilakukan oleh Fauziah dan Ashfiasari (2021) yang menguji pengaruh *social influence* dan *self-efficacy* terhadap *intention to use mobile payment system* di Sukabumi. Pada penelitian Fauziah dan Ashfiasari (2021) terbatas hanya menguji pada dua variabel bebas saja sehingga diharapkan penelitian mendatang dapat melakukan pengujian pada pengaruh variabel lain. Oleh karena itu, penelitian ini melakukan penambahan dua variabel independen agar dapat menambah kekayaan ilmu dan memperluas ruang lingkup penelitian terkait niat penggunaan *fintech* yang diharapkan dapat menjadi referensi bagi pihak-pihak yang membutuhkan. Adapun dua variabel independen tersebut adalah literasi keuangan digital yang

dikembangkan Pradini dan Susanti (2021) serta *perceived enjoyment* yang dikembangkan oleh Mubuke *et al.* (2017).

Adapun hal lain yang membedakan penelitian ini dan penelitian sebelumnya. Pada penelitian yang dilakukan Pradini dan Susanti (2021) serta Mubuke *et al.* (2017) menggunakan model *TAM* ataupun *UTAUT*, tetapi dalam penelitian ini menggunakan Teori Tindakan Beralasan (TRA). Alasan utama penelitian ini menggunakan TRA dibandingkan teori lain karena teori ini lebih menegaskan bahwa “niat” seseorang dalam menentukan apakah akan menggunakan suatu layanan digital atau tidak, dapat dipengaruhi oleh dua konstruk utama, yaitu sikap terhadap perilaku dan *subjective norm*. Kedua faktor tersebut dapat menjelaskan hubungan antar variabel dalam penelitian ini sehingga teori ini dapat digunakan. Selain itu, pada penelitian ini lebih dikhususkan kepada mahasiswa di fakultas ekonomi dan bisnis yang lebih cenderung mengikuti perkembangan teknologi pembayaran digital. Dengan demikian penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan penggunaan teknologi keuangan yang sedang tren saat ini sehingga akan konsisten dengan hasil penelitian yang lebih baik.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

- 1) Apakah literasi keuangan digital berpengaruh terhadap *intention to use QRIS payment*?
- 2) Apakah *perceived enjoyment* berpengaruh terhadap *intention to use QRIS payment*?
- 3) Apakah *self-efficacy* berpengaruh terhadap *intention to use QRIS payment*?

- 4) Apakah *social influence* berpengaruh terhadap *intention to use QRIS payment*?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis sebagai berikut.

- 1) Pengaruh literasi keuangan digital terhadap *intention to use QRIS payment*
- 2) Pengaruh *perceived enjoyment* terhadap *intention to use QRIS payment*
- 3) Pengaruh *self-efficacy* terhadap *intention to use QRIS payment*
- 4) Pengaruh *social influence* terhadap *intention to use QRIS payment*

### 1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini memberikan beberapa kegunaan yang diuraikan dibawah ini.

#### 1.4.1 Kegunaan Teoretis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pengetahuan dan pemikiran ilmiah, khususnya mengenai studi tentang pengaruh literasi keuangan digital, *perceived enjoyment*, efikasi diri dan pengaruh sosial terhadap *intention to use QRIS payment* yang menggunakan *Theory of Reasoned Action (TRA)*, serta diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

#### 1.4.2 Kegunaan Praktis

- a) Bagi Pemerintah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pemerintah untuk lebih memperhatikan *financial technology* dan menentukan strategi pengembangan kebijakan tentang uang elektronik sehingga penetrasi semakin meningkat dan gerakan nasional non tunai (GNNT) dapat terus berjalan.

b) Bagi Perguruan Tinggi

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai penambah pengetahuan dan informasi mengenai *financial technology*, serta menjadi bahan referensi bagi pengembangan penelitian selanjutnya mengenai transaksi pembayaran digital.

c) Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi informasi tambahan dalam mempertimbangkan peralihan penggunaan dari uang kartal ke uang elektronik atau dalam hal ini perubahan aktivitas transaksi menggunakan *QRIS*.

### 1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan proposal ini mengacu pada pedoman penulisan tesis dan disertai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin, yang digunakan untuk lebih memahami masalah dalam penulisan penelitian ini.

Bab I merupakan Pendahuluan. Bab ini berisi tentang latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup penelitian, serta sistematika penulisan.

Bab II merupakan Tinjauan Pustaka. Bab ini menguraikan tentang teori dan konsep serta tinjauan empiris yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

Bab III merupakan Kerangka Konseptual dan Hipotesis. Bab ini menguraikan kerangka pemikiran teoretis dan penurunan hipotesis penelitian. Dan bab ini juga menjelaskan mekanisme pembentukan hipotesis berdasarkan konsep penurunan yang logis.

Bab IV merupakan Metode Penelitian. Bab ini menguraikan metode penelitian yang digunakan dalam melakukan analisis pada penelitian ini, yang meliputi rancangan penelitian, situs dan waktu penelitian, populasi, sampel, definisi operasional, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, variabel

penelitian, instrument penelitian, serta terakhir teknik analisis data yang digunakan.

Bab V merupakan Hasil Penelitian. Bab ini menguraikan deskripsi data dan deskripsi hasil penelitian. Penyajian hasil penelitian memuat deskripsi tentang data dan temuan penelitian berupa narasi yang disertai analisis statistik, pengujian hipotesis, tabel, grafik, dan gambar.

Bab VI merupakan Pembahasan. Tujuan pembahasan adalah menjawab pertanyaan penelitian atau rumusan masalah, menafsirkan temuan-temuan, mengintegrasikan hasil dan temuan pada ilmu atau teori yang telah mapan, memodifikasi teori yang ada atau menyusun teori baru.

Bab VII merupakan Penutup. Bab ini berisi tentang kesimpulan, implikasi, keterbatasan penelitian, dan saran. Bab penutup dapat menjadi pedoman bagi peneliti selanjutnya yang ingin melanjutkan penelitian serupa.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Tinjauan Teori dan Konsep**

##### **2.1.1 *Theory of Reasoned Action* (Teori Tindakan Beralasan)**

*Theory of Reasoned Action* (TRA) pertama kali diperkenalkan oleh Fishbein dan Ajzen (1975) untuk menjelaskan bagaimana perilaku seseorang dipengaruhi oleh niat seseorang untuk melakukan sesuatu. Teori ini merupakan prediktor perilaku, artinya jika ingin mengetahui apa yang akan dilakukan seseorang, cara terbaik adalah mengetahui kehendak atau niat (*intention*) seseorang tersebut. Menurut teori tindakan beralasan, faktor terpenting yang mempengaruhi berlangsung atau tidaknya suatu perilaku adalah niat individu. Semakin besar niat, semakin besar kemungkinan perilaku itu akan terjadi. Niat terdiri dari dua faktor lain: sikap terhadap perilaku dan norma subyektif.

Teori tindakan beralasan memiliki empat istilah utama: keyakinan, sikap, norma subjektif, dan niat (Fishbein dan Ajzen, 1975). Teori ini mengatakan bahwa sikap terhadap perilaku dan norma subjektif akan menentukan niat untuk berperilaku. Menurut Nickerson (2023) sikap adalah evaluasi positif atau negatif kita terhadap perilaku tertentu — apakah seseorang menganggap perilaku itu ide yang baik atau buruk atau apakah itu akan mengarah pada hasil yang mereka hargai secara pribadi. Poin utama dari model ini adalah bahwa sikap adalah fungsi dari keyakinan. Di sisi lain, norma subyektif merupakan fungsi dari keyakinan normatif masyarakat dan motivasi seseorang untuk mematuhi setiap orang penting dalam kehidupan seseorang. Ajzen (1991) menyatakan bahwa sikap mempengaruhi perilaku lewat suatu proses pengambilan keputusan yang teliti dan

beralasan, dampaknya terbatas hanya pada tiga hal:

- 1) Perilaku tidak banyak ditentukan oleh sikap umum tapi oleh sikap yang spesifik terhadap sesuatu.
- 2) Perilaku dipengaruhi tidak hanya oleh sikap tapi juga oleh norma-norma subjektif (*subjective norms*) yaitu keyakinan kita mengenai apa yang orang lain inginkan agar kita perbuat.
- 3) Sikap terhadap suatu perilaku bersama norma-norma subjektif membentuk suatu intensi atau niat berperilaku tertentu.

Secara singkat, perilaku menurut *Theory of Reasoned Action* (TRA) dipengaruhi oleh niat, sedangkan niat dipengaruhi oleh sikap. Sikap sendiri dipengaruhi oleh keyakinan akan pendapat orang lain serta motivasi untuk menaati pendapat tersebut. Secara sederhana, teori ini menyatakan bahwa seseorang akan melakukan suatu perbuatan apabila memandang perbuatan itu positif dan bila percaya bahwa orang lain inginkan dan melakukannya.

Teori ini memiliki dua asumsi dasar. Diasumsikan bahwa orang selalu berperilaku rasional dan manusia selalu menggunakan semua informasi yang tersedia untuk mereka. Konsep penting dalam teori ini adalah fokus perhatian (*salience*), yaitu mempertimbangkan sesuatu yang dianggap penting. Dalam penelitian ini, teori tindakan beralasan digunakan untuk mengukur niat penggunaan teknologi pembayaran digital *QRIS* pada mahasiswa.

### **2.1.2 Niat Penggunaan Sistem Teknologi (*Intention to Use*)**

Niat merupakan ungkapan ataupun pernyataan yang menghubungkan diri sendiri dan perilaku di masa yang akan datang (Peter dan Olson, 2013:149). Niat dapat dijadikan gambaran perilaku sesungguhnya. Hal ini sejalan dengan pendapat Jogiyanto (2007) yang menjelaskan bahwa niat merupakan keinginan untuk melakukan perilaku. Perilaku yang dimaksudkan disini adalah perilaku penggunaan, yang dalam penelitian ini yaitu dalam konteks penggunaan sistem.

Jika dihubungkan dengan *Theory of Reasoned Action (TRA)*, maka niat menggunakan (*intention to use*) dapat didefinisikan sebagai kesiapan untuk melakukan suatu perilaku. Hal ini menggambarkan bahwa niat merupakan prediktor paling akurat tentang apakah individu tersebut akan melakukan penggunaan sistem di masa yang akan datang atau tidak. Dalam penelitian ini, penggunaan sistem tersebut merupakan pemakaian *QRIS* dalam bertransaksi.

Menurut Davis (1989) niat menggunakan (*intention to use*) merupakan kecenderungan perilaku dari pengguna untuk tetap menggunakan suatu teknologi sedangkan menurut Venkatesh *et al.* (2003) niat penggunaan diartikan sebagai niat pengguna untuk terus menggunakan sistem dengan anggapan bahwa pengguna akan memperoleh manfaat dengan memakai sistem tersebut. Nilai manfaat dan kemudahan dalam suatu sistem menjadi penentu atau yang mempengaruhi niat untuk menggunakan sistem tersebut (Raida dan Néji, 2013). Selain itu, suatu teknologi juga akan digunakan jika pengguna memiliki pemahaman terkait teknologi, mendapat rasa kenyamanan dan kesenangan saat menggunakan teknologi, memiliki keyakinan diri akan kemampuannya dalam menjalankan teknologi, dan mendapat pengaruh dari lingkungan sekitarnya.

Moon dan Kim (2001) serta Venkatesh *et al.* (2012) menggunakan beberapa indikator untuk mengukur niat menggunakan.

- 1) *Use on regular basis in the future*, yaitu suatu kondisi dimana seseorang memiliki keinginan untuk menggunakan sesuatu secara teratur di masa depan.
- 2) *Plan continuous usage*, yaitu suatu kondisi dimana seseorang memiliki keinginan untuk terus menggunakan sesuatu di masa depan.
- 3) *Frequently use in the future*, yaitu kondisi dimana seseorang memiliki keinginan untuk sering menggunakan sesuatu di masa depan.

- 4) *Recommend to other*, yaitu kondisi dimana seseorang menyarankan orang lain untuk menggunakan sesuatu.

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

QRIS merupakan standar kode QR Nasional untuk memfasilitasi pembayaran kode QR di Indonesia yang diluncurkan oleh Bank Indonesia dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) agar proses transaksi dengan QR Code menjadi lebih mudah, cepat, dan terjaga keamanannya. QRIS diresmikan pada 17 Agustus 2019 oleh Bank Indonesia (QRIS.id, 2020). Implementasi Standar Nasional Quick Response Code untuk pembayaran tertuang dalam Dasar hukum Peraturan Anggota Dewan Gubernur Nomor 21/18/PADG/2019. Penerbitan dasar hukum ini bertujuan untuk menjamin pengelolaan fasilitas pembayaran menggunakan QRIS di Indonesia beroperasi dengan baik.

Peraturan Anggota Dewan Gubernur Nomor 24/1/PADG/2022 juga mengatur besaran nominal transaksi QRIS sebesar Rp. 10.000.000,00 (sepuluh juta rupiah) per transaksi, dimana besaran nominal transaksi tersebut sebelumnya diatur sebesar Rp. 5.000.000 (lima juta rupiah). Penerbit dapat menetapkan batas nominal kumulatif harian dan bulanan atas transaksi QRIS yang dilakukan oleh masing-masing pengguna QRIS dengan mempertimbangkan manajemen risiko penerbit dan ketentuan perundang-undangan.

Adapun sistematika transaksi dalam menggunakan QRIS yang dapat dilaksanakan dengan dua cara, yaitu dengan *merchant presented mode* dan *customer presented mode*. Pada *merchant presented mode*, QRIS akan terlihat pada *merchant* (penjual) yang kemudian dapat dipindai oleh pembeli. Pada *customer presented mode*, pembeli dapat memperlihatkan QRIS di *scan* oleh kasir memakai alat *scanner* yang disediakan oleh penyedia pembayaran QR Code.

Perkembangan transaksi yang difasilitasi dengan QRIS juga semakin meningkat. Pada awal tahun 2020 *World Health Organization* (WHO)

mengumumkan terkait kondisi darurat global yang disebabkan oleh Covid-19. Dampak yang di hadapi akibat wabah virus ini sudah dirasakan oleh banyak pihak, salah satunya pada perekonomian. Dengan peluasan penyebaran virus yang cepat membuat masyarakat diwajibkan menggunakan masker, mencuci tangan, serta diminta untuk tidak menyentuh benda-benda umum yang sering disentuh pengguna lainnya seperti gagang pintu, mesin atm, mesin edc, dan sebagainya. Dengan pembatasan gerak tersebut membuat masyarakat Indonesia kesulitan dalam bertransaksi, oleh karena itu terdapatnya perkembangan transaksi yang difasilitasi dengan *QRIS* menjadi meningkat karena dapat membantu masyarakat dalam melakukan proses transaksi sehingga masyarakat tidak perlu untuk menyentuh benda-benda umum seperti mesin ATM atau mesin EDC.

Dengan adanya *QRIS* seluruh aplikasi pembayaran dari penyelenggara manapun baik bank dan nonbank yang digunakan masyarakat dapat digunakan di seluruh toko, pedagang, warung, parkir, tiket wisata, dinasi (*merchant*) berlogo *QRIS*, meskipun penyedia *QRIS* di *merchant* berbeda dengan penyedia aplikasi yang digunakan masyarakat. Dengan adanya *QRIS* diharapkan dapat mendorong efisiensi transaksi serta mempercepat inklusi keuangan, juga memajukan UMKM yang pada akhirnya dapat mendorong pertumbuhan ekonomi untuk Indonesia maju.

#### **2.1.4 Literasi Keuangan Digital**

Literasi keuangan digital (*digital financial literacy*) merupakan pengetahuan, keterampilan, keyakinan, dan kompetensi untuk menggunakan produk dan layanan keuangan digital dengan aman untuk membuat keputusan keuangan yang baik (Otoritas Jasa Keuangan, 2022). Tony dan Desai (2020) mengatakan bahwa literasi keuangan digital merupakan gabungan dari literasi keuangan dan *platform* digital, dengan pengetahuan, sikap perilaku terhadap keuangan menjadi landasan dalam menggunakan *platform* keuangan digital. Sikap

dan perilaku keuangan tersebut memberikan gambaran bahwa literasi keuangan bukan hanya semata-mata mengetahui, terampil dalam memanfaatkan, dan meyakini lembaga, produk dan layanan jasa keuangan, melainkan juga mengenai pentingnya perubahan sikap dan perilaku keuangan seseorang agar hidup lebih sejahtera.

Menurut Prasad *et al.* (2018) literasi keuangan digital mengungkapkan kesadaran dan tingkat penggunaan produk dan layanan keuangan terkait dengan *platform* digital. Literasi keuangan digital akan memudahkan seseorang mengakses produk dan layanan jasa keuangan, baik melalui aplikasi lembaga jasa keuangan tersebut maupun aplikasi yang dimiliki oleh usaha teknologi finansial (*fintech*) dan *e-commerce* yang juga memberikan layanan jasa keuangan. Dengan demikian, literasi keuangan digital akan membantu meningkatkan inklusi keuangan masyarakat untuk mengakses produk dan layanan sektor jasa keuangan secara cepat dan mudah.

Dalam *G20 High Level Principles for Digital Financial Inclusion* (2016) edukasi keuangan digital diperlukan masyarakat agar meningkatkan kesadaran dan kepercayaan terhadap layanan keuangan digital, antara lain: bagaimana mengakses produk dan layanan jasa keuangan secara digital, perangkat layanan keuangan digital yang akan digunakan, dan instruksi sederhana yang menjelaskan proses pemanfaatan layanan keuangan secara digital termasuk layanan pengaduan terhadap kesalahan dalam pemanfaatan layanan keuangan tersebut (Otoritas Jasa Keuangan, 2021). Oleh karena itu, menurut Maman *et al.* (2020) ada beberapa cara yang dilakukan untuk meningkatkan literasi keuangan digital:

- 1) Menambah pengetahuan tentang hak konsumen dan prosedur perlindungan konsumen serta pengaduan terkait dengan layanan keuangan digital,
- 2) Memahami tentang produk manajemen digital,
- 3) Memahami produk pembayaran digital dan asuransinya,

- 4) Memiliki kesadaran potensi risiko penggunaan keuangan digital, meningkatkan keterampilan keuangan seperti pengelolaan uang keterampilan dalam penggunaan pada *platform* digital.

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2017) terdapat indikator literasi keuangan, antara lain:

- 1) Pengetahuan, memiliki pengetahuan tentang lembaga, produk, dan layanan jasa keuangan. Individu perlu juga mengetahui karakteristik dari produk dan layanan jasa keuangan. Karakteristik tersebut meliputi manfaat, fitur, risiko, cara memperoleh, biaya, denda, hak dan kewajiban dari suatu produk, serta layanan jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan mereka.
- 2) Keterampilan, merupakan kemampuan dalam menerapkan pengetahuan keuangan yang dimiliki dalam kehidupan sehari-hari, seperti kemampuan individu dalam melakukan perhitungan sederhana mengenai bunga atau bagi hasil, angsuran atau pinjaman, hasil investasi, biaya penggunaan produk dan layanan jasa keuangan, denda, perbedaan nilai mata uang dan inflasi.
- 3) Keyakinan, memiliki keyakinan terhadap lembaga, produk, dan layanan jasa keuangan. Sebelum seseorang menggunakan produk dan layanan jasa keuangan, mereka perlu memiliki keyakinan terhadap lembaga jasa keuangan sebagai perusahaan yang menawarkan produk dan jasanya.

#### **2.1.5 *Perceived Enjoyment* (Persepsi Kenyamanan)**

Kesenangan atau kenyamanan (*perceived enjoyment*) mengacu pada sejauh mana aktivitas menggunakan teknologi tertentu dianggap menyenangkan dalam dirinya sendiri (Davis *et al.*, 1992). *Perceived enjoyment* menjelaskan bahwa seorang individu dapat mengalami perasaan nyaman dan suka saat menggunakan suatu sistem tertentu dan menganggap keterlibatannya dalam penggunaan teknologi tersebut sebagai aktivitas yang menyenangkan. Menurut

Al-Gahtani dan King (1999) *perceived enjoyment* adalah bagian dari *belief* variabel yang merupakan tiga persepsi pengguna tentang karakteristik sistem termasuk *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*. Hal ini berbeda dengan kedua persepsi tersebut, yang dapat dilihat sebagai motivasi ekstrinsik sedangkan *perceived enjoyment* sebagai motivasi intrinsik yang menekankan pada proses penggunaan dan mencerminkan kesenangan dan kenikmatan yang terkait dengan penggunaan sistem. Namun, Blythe *et al.* (2004) mengakui bahwa betapa menyenangkan suatu sistem maupun teknologi sama pentingnya dengan seberapa dapat digunakan dan bermanfaatnya, sehingga ketika individu memandang suatu sistem tertentu mudah, bermanfaat dan menyenangkan, mereka akan lebih siap untuk menggunakan sistem tersebut.

*Perceived enjoyment* mengacu pada penggunaan teknologi karena teknologi tersebut menarik dan menyenangkan. Dalam beberapa penelitian, kesenangan (*perceived enjoyment*) digunakan untuk menanggapi dari dimensi hedonisme terhadap konsumsi pengguna dan untuk mengukur seberapa jauh pengguna dapat menemukan layanan yang menyenangkan, serta nyaman pada saat digunakan. Oleh karena itu, kesenangan yang dirasakan (*perceived enjoyment*) kemudian memainkan peran penting dalam mendefinisikan penerimaan pengguna terhadap teknologi baru, yaitu *QRIS*. Kenikmatan niat seseorang untuk menggunakan sistem pembayaran elektronik *QRIS* diwujudkan melalui pengalaman individu saat ini menggunakan kartu, internet dan seluler yang dapat dilakukan pada satu *platform*. Adanya pengembangan sistem, fleksibilitas, dan juga inovasi dari teknologi ini yang berlangsung terus menerus juga memungkinkan bagi pengguna untuk mendapatkan kesenangan atau kenikmatan yang akan mempengaruhi niat seseorang untuk menggunakan pembayaran elektronik *QRIS*.

Dalam penelitian ini, *perceived enjoyment* dijadikan sebagai prediktor atau yang mempengaruhi minat transaksi dari pengguna. Jika suatu sistem memberikan suatu kenyamanan terhadap penggunanya maka akan menimbulkan minat untuk menggunakan *QRIS*. Indikator *perceived enjoyment* pada penelitian ini diadopsi dari penelitian Gahtani dan King (1999) yang menggunakan tiga skala item yang berasal dari penelitian Davis *et al.* (1989). Indikator tersebut antara lain.

- 1) Berdasarkan pengalaman, menggunakan STI dalam bekerja membuat saya merasa nyaman.
- 2) Proses aktual dari penggunaan STI menyenangkan buat saya.
- 3) Saat bekerja, saya senang menggunakan STI.

#### **2.1.6 Self-Efficacy (Efikasi Diri)**

Istilah *self-efficacy* digunakan untuk merujuk pada keyakinan (akurat atau tidak) bahwa seseorang memiliki kekuatan untuk menghasilkan efek dengan menyelesaikan tugas atau kegiatan yang berkaitan dengan kompetensi tersebut. Dory *et al.* (2009) mendefinisikan bahwa *self-efficacy* merepresentasikan bagaimana seorang pengguna memahami dan percaya terhadap skill dan kemampuannya dalam menyelesaikan suatu tugas. Hal ini sejalan dengan pemikiran Bandura (1997) yang menyatakan bahwa *self-efficacy* merupakan “*people’s judgments of their capabilities to organize and execute courses of action required to attain designated types of performances*”. Hal ini memperkuat pendapat yang dinyatakan sebelumnya bahwa *self-efficacy* merupakan persepsi dan kepercayaan diri yang dimiliki oleh individu terkait dengan kemampuannya dalam mengelola dan memutuskan berbagai tindakan yang dibutuhkan untuk mencapai kinerja tertentu (Bandura, 1986).

Pada penelitian ini, *self-efficacy* merupakan pengukuran atas penilaian kemampuan individu dalam menggunakan suatu aplikasi pembayaran digital (Yu, 2014). Dalam hal ini dapat diartikan sebagai keyakinan seseorang dalam

menyelesaikan proses transaksi menggunakan *QRIS*. Dengan demikian, *self-efficacy* dalam menggunakan layanan pembayaran non tunai ini adalah dimana seseorang dapat menyelesaikan suatu transaksi dengan baik. Semakin besar tingkat *self-efficacy* yang dimiliki, maka persepsi bahwa ia dapat menggunakan sistem layanan pembayaran non tunai tersebut juga semakin besar. Selain itu, *self-efficacy* juga berhubungan dengan kemampuan maupun pendapat pengguna akan kemampuannya dalam menguasai penggunaan layanan pembayaran non tunai.

Bandura (1997) menjelaskan ada tiga dimensi *self-efficacy* dalam kemampuan menyelesaikan proses transaksi *QRIS*, yaitu:

- 1) Besaran (*magnitude*), berhubungan dengan tingkat kesulitan tugas yang seseorang percaya dapat melakukannya. Individu dengan suatu besaran *self-efficacy* yang tinggi diharapkan mampu menyelesaikan tugas-tugas yang rumit dengan rendahnya dukungan dan bantuan dari orang lain, dibandingkan dengan seseorang dengan besaran *self-efficacy* yang rendah.
- 2) Kekuatan (*strength*), berhubungan dengan tingkat keyakinan tentang pertimbangan yang akan dilakukan. Individu dengan kekuatan *self-efficacy* yang kuat tidak akan gentar dengan permasalahan-permasalahan dari penggunaan teknologi yang sulit dan kemungkinan akan mampu memecahkan permasalahan-permasalahan yang terjadi, dibandingkan dengan individu dengan kekuatan lemah dari *self-efficacy*.
- 3) Generalisabilitas (*generalizability*), menunjukkan seberapa jauh persepsi dari keyakinan-sendiri (*self-efficacy*) terbatas pada situasi-situasi tertentu. Individu dengan tingkat generalisabilitas yang tinggi akan merasa mampu melakukan perilaku di bawah kondisi dan situasi apapun serta diharapkan dapat melakukan perilaku-perilaku yang berbeda-beda, dibandingkan dengan seseorang yang mempunyai generalisabilitas yang rendah.

### 2.1.7 *Social Influence* (Pengaruh Sosial)

*Social influence* didefinisikan sebagai sejauh mana individu menganggap bahwa orang di sekitarnya percaya bahwa mereka harus menggunakan teknologi tertentu (Venkatesh *et al.*, 2012:159). Menurut Rahman *et al.* (2020:2) *social influence* mengacu pada bagaimana seseorang mengubah perilakunya untuk memenuhi tuntutan lingkungan sosialnya. *Social influence* menjelaskan tentang pentingnya pengaruh orang lain dalam penggunaan teknologi. *Social influence* merupakan salah satu prediktor yang mempengaruhi penggunaan suatu teknologi karena pengguna dipengaruhi oleh opini, saran dan rekomendasi dari orang-orang terdekatnya yang berpikir bahwa dirinya harus menggunakan suatu teknologi tertentu (Alfanzi dan Daulay, 2021:116). Dalam penelitian ini, *social influence* merupakan seberapa besar pengaruh lingkungan sekitar mempengaruhi pengguna untuk menggunakan QRIS.

Venkatesh *et al.* (2012:178) menggunakan beberapa indikator untuk mengukur variabel *social influence* yaitu:

- 1) *Subjective norm*, yaitu berkaitan dengan banyaknya orang-orang terdekat yang menyarankan untuk menggunakan teknologi tertentu;
- 2) *Social factors*, yaitu penggunaan suatu teknologi dipengaruhi oleh banyaknya orang di lingkungan sekitar yang menggunakan teknologi tersebut;
- 3) *Image*, yaitu penggunaan teknologi dianggap dapat meningkatkan citra atau status seseorang dalam sistem sosial.

## 2.2 Tinjauan Empiris

Utari *et al.* (2023) yang mengambil judul “analisis *intention of use* dalam implementasi pembayaran QRIS pada pelaku usaha di Pasar Seni Sukawati”. Penelitian ini menggunakan metode *Technology Acceptance Model* (TAM). Jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu 161 responden dengan menggunakan teknik *simple random sampling*. Data yang telah diperoleh dianalisis dengan

metode analisis regresi linier berganda menggunakan SPSS. Hasil pengujian mengindikasikan bahwa hanya variabel *perceived trust* yang berpengaruh signifikan positif terhadap *intention of use*, sedangkan tiga hipotesis lainnya, yaitu *perceived usefulness* terhadap *intention of use*, *perceived ease of use* terhadap *intention of use*, dan *perceived enjoyment* terhadap *intention of use* tidak berpengaruh signifikan positif.

Monica dan Japariato (2022) dengan mengambil judul “analisa pengaruh *perceived ease of use* dan melalui *perceived enjoyment* terhadap *behavior intention* pada *digital payment*”. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan model pengambilan sampel dengan teknik nonprobabilitas dan menggunakan teknik sampel *purposive sampling*. Penelitian ini kemudian menggunakan model *PLS-SEM*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived ease of use* memiliki pengaruh yang positif terhadap *behavior intention*, *perceived ease of use* juga memiliki pengaruh yang positif terhadap *perceived enjoyment*, begitu juga dengan *perceived enjoyment* memiliki pengaruh yang positif terhadap *behavior intention*.

Wardani dan Masdiantini (2022) yang meneliti tentang “pengaruh ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, faktor sosial budaya, motivasi hedonis dan nilai harga terhadap minat penggunaan *quick response code indonesian standard (QRIS)*”. Jenis riset ini ialah penelitian kuantitatif berupa data primer diperoleh melalui kuesioner. Teknik *insidental sampling* digunakan pada penelitian ini. Analisis data menggunakan regresi linear berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa hanya faktor sosial budaya yang tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *QRIS* sementara yang lainnya berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *QRIS*.

Endrica dan Sari (2021) yang meneliti “pengaruh *performance expectancy*, *social influence*, literasi keuangan digital dan *computer self-efficacy* terhadap penggunaan *e-wallet* pada mahasiswa akuntansi UNY”. Penelitian menggunakan

metode kuantitatif. Penentuan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dan teknik analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel yang diteliti pada penelitian ini adalah berpengaruh positif terhadap penggunaan *e-wallet*.

Fauziah dan Ashfiasari (2021) yang meneliti terkait “pengaruh *social influence* dan *self-efficacy* terhadap *intention to use mobile payment system* pada pengguna *e-wallet*”. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Data yang diperoleh diproses dan dianalisis oleh beberapa pengujian regresi linier. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa ada pengaruh signifikan terhadap pengaruh sosial dan *self-efficacy* pada niat untuk menggunakan pembayaran mobile baik secara simultan dan parsial.

Giriani dan Susanti (2021) yang meneliti tentang “pengaruh literasi keuangan, fitur layanan, dan kemudahan penggunaan terhadap penggunaan *e-money*”. Penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif dengan perolehan sampel menggunakan teknik random sampling. Metode analisis data yang digunakan yakni analisis regresi linier berganda, yang sebelumnya dilakukan uji instrumen dan uji asumsi klasik. Dilanjutkan dengan uji hipotesis menggunakan software SPSS 25. Hasil penelitian ini menyatakan literasi keuangan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap penggunaan *e-money*, sementara secara parsial fitur layanan dan kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *e-money*. Di lain sisi, secara simultan literasi keuangan, fitur layanan, dan kemudahan penggunaan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap penggunaan *e-money*.

Osman *et al.*, (2021) yang meneliti “*factors influencing the use of e-wallet among millennium tourist*”. Penelitian ini menggunakan kuesioner yang dikelola sendiri dan data dianalisis dengan menggunakan SPSS. Temuan mengungkapkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan *e-wallet* di kalangan wisatawan milenial

terbukti menjadi penyebab paling substansial selain hubungan positif signifikan yang ditemukan dari variabel lain seperti persepsi kegunaan dan pengaruh sosial dalam konteks wisatawan milenium. Namun, kredibilitas yang dirasakan ditemukan tidak terkait dengan adopsi *e-wallet*.

Pradini dan Susanti (2021) yang meneliti tentang “pengaruh literasi keuangan, literasi digital, dan kemudahan penggunaan terhadap penggunaan *mobile banking* BCA, BNI, BRI”. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan *purpose sampel*. Pengumpulan data menggunakan tes dan kuesioner di *google form* dengan teknik analisis linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan literasi keuangan secara parsial tidak berpengaruh signifikan pada penggunaan *mobile banking*, literasi digital secara parsial tidak berpengaruh signifikan pada penggunaan *mobile banking*, kemudahan penggunaan secara parsial berpengaruh signifikan pada penggunaan *mobile banking*, serta literasi keuangan, literasi digital dan kemudahan penggunaan secara simultan berpengaruh signifikan pada penggunaan *mobile banking*.

Palupi *et al.* (2022) yang meneliti terkait “pengaruh literasi keuangan dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan bertransaksi menggunakan *QRIS* pada UMKM di Kecamatan Beji dan Sukmajaya Kota Depok”. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dengan total perhitungan sampel menggunakan rumus Slovin. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan maupun parsial variabel literasi keuangan dan kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan *QRIS*.

Jumardi *et al.* (2020) yang meneliti tentang “*the effect of self-efficacy, trust and lifestyle on intention to use digital financial transaction service*”. Desain penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah non-eksperimental dan jenis

penelitiannya adalah *explanatory research*. Analisis data menggunakan analisis faktor eksploratif dan model persamaan struktural. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa efikasi diri, kepercayaan dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan layanan transaksi keuangan digital. Temuan ini mengusulkan bahwa faktor perilaku seperti efikasi diri, kepercayaan dan gaya hidup pengguna dapat memberikan pemahaman dan kerangka yang berguna kepada penyedia layanan keuangan digital mengenai aspek layanan yang harus ditingkatkan dalam penerapan layanan transaksi keuangan digital.

Khatimah *et al.* (2019) dengan mengambil judul terkait "*hedonic motivation and social influence on behavioral intention of e-wallet: the role of payment habit as a mediator*". Studi ini merupakan studi survei terhadap 249 pengguna *e-wallet* di Indonesia. Data dianalisis dengan menggunakan *Partial Least Square Structural Equation Model (PLS-SEM)* dan penelitian ini merupakan penelitian *cross-sectional*. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa motivasi hedonis dan pengaruh sosial memiliki dampak yang signifikan terhadap kebiasaan pembayaran. Selain itu, motivasi hedonis dan pengaruh sosial berpengaruh signifikan terhadap niat perilaku melalui kebiasaan pembayaran sebagai mediator.

Mubuke, *et al.* (2017) dengan mengambil judul "*the predicability of perceived enjoyment and its impact on the intention to use mobile learning systems*". Penelitian ini mengumpulkan data kuesioner dari 370 responden dari Universitas Makerere dan Kampala berdasarkan *purposive sampling*. Analisis data menggunakan statistik deskriptif, analisis faktor dan korelasi dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived enjoyment* memiliki dampak yang besar terhadap niat untuk menggunakan *M-learning*.

Santoso dan Setiawan (2017) yang mengambil judul tentang "faktor-faktor yang mempengaruhi niat penggunaan *approweb* oleh *account representative* direktorat jenderal pajak". Penelitian ini menggunakan metode *web survey* dari

*account representative*. Data yang dikumpulkan sebanyak 417 kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kontrol keamanan persepsian, persepsi menyenangkan berpengaruh positif terhadap niat penggunaan *Approweb*. Namun, keyakinan menggunakan *web* tidak berpengaruh terhadap niat penggunaan *web*.