

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN

A. Kajian Teori

1. Teori *Technology Acceptance Model* (TAM)

a. Pengertian *Technology Acceptance Model* (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan salah satu model yang digunakan untuk menjelaskan penerimaan seseorang terhadap suatu teknologi. Model ini diperkenalkan oleh Fred D. Davis pada tahun 1989 dan dikembangkan untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi seseorang dalam menerima atau menolak penggunaan suatu sistem informasi. TAM menjelaskan bahwa penerimaan terhadap teknologi dipengaruhi oleh persepsi pengguna terhadap kemudahan dan manfaat dari teknologi yang digunakan (Davis, 1989).

Menurut (Davis, 1989), *Technology Acceptance Model* (TAM) dirancang untuk memprediksi perilaku pengguna terhadap penggunaan sistem informasi melalui dua konstruk utama, yaitu *perceived ease of use* dan *perceived usefulness*. Kedua konstruk tersebut menjadi dasar dalam menjelaskan bagaimana seseorang membentuk minat untuk menggunakan teknologi, yang pada akhirnya mendorong munculnya penggunaan aktual terhadap teknologi tersebut. Dengan demikian, TAM dapat dipahami sebagai model yang menjelaskan hubungan antara persepsi pengguna, minat

menggunakan, dan perilaku nyata dalam penggunaan teknologi (Davis, 1989).

Menurut (Jogiyanto, 2007), TAM merupakan model penerimaan teknologi yang banyak digunakan dalam penelitian sistem informasi karena memiliki struktur yang sederhana, mudah dipahami, dan mampu menjelaskan perilaku pengguna secara logis. Model ini menekankan bahwa semakin tinggi persepsi kemudahan dan kemanfaatan yang dirasakan seseorang, maka semakin besar pula kemungkinan teknologi tersebut diterima dan digunakan dalam aktivitasnya (Jogiyanto, 2007).

b. Komponen Utama *Technology Acceptance Model* (TAM)

Dalam *Technology Acceptance Model* (TAM), terdapat beberapa komponen utama yang saling berhubungan dalam menjelaskan penerimaan teknologi. Komponen pertama adalah *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan), yaitu tingkat keyakinan seseorang bahwa suatu teknologi mudah dipahami dan mudah digunakan tanpa memerlukan usaha yang besar. Komponen kedua adalah *perceived usefulness* (persepsi kemanfaatan), yaitu tingkat keyakinan seseorang bahwa penggunaan teknologi dapat memberikan manfaat, meningkatkan efektivitas, dan membantu menyelesaikan aktivitas dengan lebih baik (Davis, 1989).

Komponen ketiga adalah *behavioral intention to use* (minat menggunakan), yaitu kecenderungan atau niat seseorang untuk menggunakan suatu teknologi dalam aktivitasnya. Minat menggunakan muncul setelah pengguna menilai bahwa teknologi tersebut mudah digunakan dan bermanfaat. Komponen keempat adalah *actual use* (penggunaan aktual), yaitu perilaku nyata seseorang dalam menggunakan teknologi. Dalam model TAM, penggunaan aktual merupakan hasil akhir dari proses penerimaan teknologi, yang dipengaruhi oleh persepsi pengguna dan minat untuk menggunakan (Davis, 1989; Jogiyanto, 2007).

c. Hubungan Antar Konstruk dalam *Technology Acceptance Model* (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) menjelaskan bahwa terdapat hubungan yang saling berkaitan antar konstruk di dalam model. Pertama, *perceived ease of use* dapat memengaruhi *perceived usefulness*, karena teknologi yang mudah digunakan cenderung lebih mudah dipandang bermanfaat oleh pengguna. Kedua, *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* dapat memengaruhi *behavioral intention to use*, karena pengguna akan cenderung tertarik menggunakan teknologi yang dirasa mudah dan memberikan manfaat. Ketiga, *behavioral intention to use* akan memengaruhi *actual use*, karena minat yang tinggi akan mendorong tindakan nyata dalam penggunaan teknologi (Davis, 1989).

Dalam penelitian ini, hubungan antar konstruk TAM disesuaikan dengan model penelitian yang digunakan. Variabel *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* diposisikan sebagai variabel independen, minat menggunakan sebagai variabel intervening, dan penggunaan QRIS sebagai variabel dependen. Dengan demikian, penelitian ini menggunakan alur logika TAM yang menekankan bahwa persepsi pengguna terhadap kemudahan dan manfaat QRIS akan memengaruhi minat menggunakan, dan selanjutnya mendorong penggunaan QRIS secara aktual (Davis, 1989; Jogiyanto, 2007).

d. Relevansi *Technology Acceptance Model* (TAM) dalam Penelitian Penggunaan QRIS

Technology Acceptance Model (TAM) dinilai relevan dalam penelitian ini karena QRIS merupakan salah satu bentuk inovasi teknologi pembayaran digital yang keberhasilannya sangat dipengaruhi oleh penerimaan pengguna. Konsumen tidak akan serta-merta menggunakan QRIS hanya karena sistem tersebut tersedia, melainkan akan terlebih dahulu menilai apakah QRIS mudah digunakan dan apakah QRIS memberikan manfaat nyata dalam proses transaksi. Apabila konsumen menilai QRIS mudah digunakan dan bermanfaat, maka akan muncul minat untuk menggunakan QRIS, yang pada akhirnya mendorong penggunaan aktual saat bertransaksi (Davis, 1989).

Dalam konteks konsumen UMKM SRC Sugianto di Ngawi, penggunaan QRIS dipengaruhi oleh bagaimana konsumen memandang kemudahan dan kemanfaatan sistem tersebut dalam aktivitas belanja sehari-hari. Sebagian konsumen dapat tertarik menggunakan QRIS karena proses pembayaran dinilai cepat, praktis, dan tidak memerlukan uang tunai. Namun, sebagian lainnya mungkin masih memilih pembayaran tunai karena merasa lebih familiar atau belum terbiasa menggunakan transaksi digital. Oleh karena itu, *Technology Acceptance Model* (TAM) menjadi landasan teori yang tepat untuk digunakan dalam penelitian ini karena mampu menjelaskan proses penerimaan QRIS melalui hubungan antara persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan, minat menggunakan, dan penggunaan QRIS secara aktual (Davis, 1989; Jogiyanto, 2007).

2. Teori *Perceived Ease of Use* (Persepsi Kemudahan Penggunaan)

a. Pengertian *Perceived Ease of Use*

Perceived ease of use atau persepsi kemudahan penggunaan merupakan salah satu konstruk utama dalam *Technology Acceptance Model* (TAM). Menurut (Davis, 1989), *perceived ease of use* didefinisikan sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa penggunaan suatu sistem atau teknologi tidak memerlukan usaha yang besar dan mudah untuk dipahami maupun digunakan. Dengan kata lain, semakin tinggi persepsi seseorang terhadap kemudahan

penggunaan suatu teknologi, maka semakin besar kemungkinan teknologi tersebut dapat diterima dan digunakan dalam aktivitas sehari-hari (Davis, 1989).

Persepsi kemudahan penggunaan berkaitan dengan bagaimana pengguna menilai bahwa suatu sistem memiliki prosedur yang sederhana, tidak membingungkan, serta tidak membutuhkan banyak tenaga atau waktu untuk mempelajarinya. Apabila suatu teknologi dirasa mudah dipahami, mudah dioperasikan, dan tidak menimbulkan hambatan yang berarti, maka pengguna cenderung memiliki sikap yang lebih positif terhadap teknologi tersebut. Sebaliknya, apabila suatu teknologi dianggap rumit atau menyulitkan, maka pengguna cenderung enggan untuk mencoba maupun menggunakan teknologi tersebut secara berkelanjutan (Davis, 1989; Jogiyanto, 2007).

Menurut (Jogiyanto, 2007), persepsi kemudahan penggunaan merupakan tingkat keyakinan seseorang bahwa teknologi dapat digunakan dengan relatif mudah dan tidak membutuhkan usaha yang berat. Dalam konteks sistem informasi, persepsi kemudahan menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi keputusan pengguna dalam menerima atau menolak suatu teknologi. Hal ini karena kemudahan penggunaan berkaitan langsung dengan pengalaman pengguna saat berinteraksi dengan sistem. Apabila pengalaman awal pengguna menunjukkan bahwa

sistem mudah digunakan, maka kecenderungan untuk menerima teknologi tersebut akan semakin tinggi (Jogiyanto, 2007).

Dalam konteks penelitian ini, *perceived ease of use* berkaitan dengan bagaimana konsumen UMKM SRC Sugianto di Ngawi menilai penggunaan QRIS saat bertransaksi. Konsumen akan menganggap QRIS mudah digunakan apabila proses pembayaran melalui QRIS dapat dilakukan dengan langkah-langkah yang sederhana, seperti membuka aplikasi pembayaran, memindai kode QR, melakukan konfirmasi pembayaran, dan menyelesaikan transaksi dalam waktu yang relatif singkat. Oleh karena itu, persepsi kemudahan penggunaan menjadi salah satu faktor penting yang dapat mendorong minat menggunakan dan penggunaan QRIS secara aktual.

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Perceived Ease of Use*

Perceived Ease of Use atau persepsi kemudahan penggunaan merupakan pandangan konsumen mengenai seberapa mudah suatu teknologi dapat dipahami dan digunakan. Dalam konteks penelitian ini, kemudahan penggunaan QRIS menjadi hal yang penting karena konsumen biasanya akan lebih tertarik menggunakan metode pembayaran digital apabila sistemnya tidak rumit, mudah dipelajari, dan tidak membingungkan saat digunakan. Jika konsumen merasa QRIS mudah digunakan dalam transaksi sehari-hari, maka

kemungkinan besar mereka akan lebih cepat menerima teknologi tersebut.

Menurut (Davis, 1989), *perceived ease of use* adalah tingkat keyakinan seseorang bahwa suatu sistem dapat digunakan tanpa memerlukan usaha yang besar. Selain itu, (Jogiyanto, 2007) juga menjelaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berhubungan dengan sejauh mana seseorang merasa bahwa teknologi mudah dipahami dan mudah dioperasikan. Berdasarkan pendapat tersebut, terdapat beberapa faktor yang dapat memengaruhi *Perceived Ease of Use*, yaitu sebagai berikut:

1. Kemudahan dalam mempelajari sistem

QRIS akan dianggap mudah apabila konsumen merasa cara penggunaannya tidak rumit dan dapat dipelajari dalam waktu singkat.

2. Kejelasan tampilan dan alur penggunaan

Tampilan yang sederhana dan langkah penggunaan yang jelas dapat membantu konsumen lebih mudah memahami proses pembayaran dengan QRIS.

3. Pengalaman menggunakan teknologi digital

Konsumen yang sudah terbiasa memakai *mobile banking*, *e-wallet*, atau aplikasi pembayaran digital biasanya akan lebih mudah menggunakan QRIS.

4. Kemampuan konsumen dalam memahami teknologi

Setiap konsumen memiliki tingkat pemahaman teknologi yang berbeda. Semakin baik pemahaman konsumen, maka semakin mudah pula QRIS diterima dan digunakan.

5. Fleksibilitas dalam penggunaan

QRIS yang dapat digunakan di berbagai jenis transaksi dan melalui berbagai aplikasi pembayaran akan memberikan kesan lebih praktis dan mudah.

6. Efisiensi waktu dan tenaga saat bertransaksi

Jika transaksi dengan QRIS dirasa lebih cepat, praktis, dan tidak merepotkan, maka konsumen akan menilai bahwa QRIS mudah digunakan.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa *Perceived Ease of Use* dipengaruhi oleh kemudahan mempelajari sistem, kejelasan tampilan dan alur penggunaan, pengalaman menggunakan teknologi digital, kemampuan konsumen dalam memahami teknologi, fleksibilitas penggunaan, serta efisiensi waktu dan tenaga saat bertransaksi.

c. Indikator *Perceived Ease of Use*

Indikator *perceived ease of use* digunakan untuk mengukur sejauh mana pengguna merasa bahwa suatu teknologi mudah dipahami dan mudah digunakan. Dalam penelitian berbasis TAM, indikator *perceived ease of use* umumnya mengacu pada persepsi

pengguna terhadap kesederhanaan sistem, kejelasan langkah penggunaan, serta kemudahan dalam pengoperasian teknologi (Davis, 1989; Jogiyanto, 2007). Adapun indikator *perceived ease of use* dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Mudah dipelajari (*easy to learn*)

QRIS dianggap mudah dipelajari apabila konsumen merasa bahwa langkah-langkah penggunaannya dapat dipahami dengan cepat meskipun baru pertama kali menggunakan.

2. Jelas dan mudah dipahami (*clear and understandable*)

QRIS dianggap jelas apabila proses pembayaran melalui kode QR dapat dipahami dengan mudah dan tidak menimbulkan kebingungan saat digunakan.

3. Mudah digunakan (*easy to use*)

QRIS dianggap mudah digunakan apabila konsumen merasa bahwa transaksi melalui QRIS dapat dilakukan tanpa hambatan yang berarti.

4. Fleksibel (*flexible*)

QRIS dinilai fleksibel apabila dapat digunakan dalam berbagai situasi transaksi selama tersedia aplikasi pembayaran yang mendukung dan koneksi yang memadai.

5. Mudah dikendalikan (*controllable*)

QRIS dianggap mudah dikendalikan apabila konsumen merasa proses transaksi dapat dilakukan sesuai keinginan dengan langkah yang sederhana dan dapat dipantau secara jelas.

d. Relevansi *Perceived Ease of Use* dalam Penggunaan QRIS

Persepsi kemudahan penggunaan memiliki peran penting dalam menjelaskan perilaku penggunaan QRIS. Konsumen cenderung lebih tertarik menggunakan metode pembayaran yang dianggap praktis, sederhana, dan tidak menyulitkan. Apabila QRIS dirasakan mudah dipelajari, mudah dipahami, dan mudah digunakan, maka konsumen akan lebih terbuka untuk mencoba serta menggunakan QRIS dalam transaksi sehari-hari. Sebaliknya, apabila QRIS dirasa rumit atau membingungkan, maka konsumen cenderung tetap memilih pembayaran tunai yang sudah lebih familiar (Davis, 1989).

Dalam penelitian ini, *perceived ease of use* dipandang dapat memengaruhi minat menggunakan maupun penggunaan QRIS. Semakin tinggi persepsi kemudahan penggunaan terhadap QRIS, maka semakin besar kecenderungan konsumen untuk tertarik menggunakan QRIS dan menjadikannya sebagai alternatif pembayaran saat berbelanja. Oleh karena itu, *perceived ease of use* menjadi salah satu variabel penting dalam penelitian ini.

3. Teori *Perceived Usefulness* (Persepsi Kemanfaatan)

a. Pengertian *Perceived Usefulness*

Perceived usefulness atau persepsi kemanfaatan merupakan salah satu konstruk utama dalam *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menjelaskan sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu teknologi dapat memberikan manfaat dalam aktivitasnya. Menurut (Davis, 1989), *perceived usefulness* didefinisikan sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa penggunaan suatu sistem atau teknologi akan meningkatkan kinerja, efektivitas, atau membantu menyelesaikan pekerjaan dengan lebih baik. Dengan demikian, seseorang cenderung menerima dan menggunakan teknologi apabila teknologi tersebut dirasakan memberikan manfaat yang nyata (Davis, 1989).

Persepsi kemanfaatan menekankan bahwa pengguna akan menilai suatu teknologi berdasarkan kontribusinya terhadap kemudahan aktivitas, penghematan waktu, efisiensi, serta hasil yang diperoleh setelah teknologi tersebut digunakan. Apabila teknologi dirasakan mampu mempercepat proses, mempermudah pekerjaan, atau memberikan nilai tambah yang jelas, maka pengguna akan memiliki persepsi positif terhadap manfaat teknologi tersebut. Sebaliknya, apabila teknologi dianggap tidak memberikan perbedaan yang berarti dibandingkan cara konvensional, maka

minat untuk menggunakannya cenderung lebih rendah (Davis, 1989; Jogiyanto, 2007).

Menurut (Jogiyanto, 2007), persepsi kemanfaatan dapat dipahami sebagai tingkat keyakinan pengguna bahwa suatu teknologi dapat meningkatkan performa atau kualitas aktivitas yang dilakukan. Dalam konteks sistem informasi, manfaat menjadi faktor penting karena pengguna pada dasarnya akan lebih tertarik menggunakan sistem yang memberikan dampak nyata dalam mendukung aktivitasnya. Dengan kata lain, teknologi yang dirasakan bermanfaat akan lebih mudah diterima oleh pengguna dibandingkan teknologi yang dianggap tidak memberikan keuntungan yang jelas (Jogiyanto, 2007).

Dalam penelitian ini, *perceived usefulness* berkaitan dengan bagaimana konsumen UMKM SRC Sugianto di Ngawi menilai manfaat QRIS saat digunakan dalam transaksi. Konsumen dapat menilai QRIS bermanfaat apabila sistem tersebut membantu mempercepat pembayaran, mempermudah transaksi ketika tidak membawa uang tunai, mengurangi kerepotan menunggu uang kembalian, serta membuat proses belanja menjadi lebih praktis. Oleh karena itu, persepsi kemanfaatan menjadi faktor yang relevan dalam menjelaskan minat menggunakan dan penggunaan QRIS secara aktual.

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Perceived Usefulness*

Perceived Usefulness atau persepsi kemanfaatan merupakan pandangan konsumen mengenai sejauh mana suatu teknologi dapat memberikan manfaat nyata dalam mendukung aktivitas yang dilakukan. Dalam konteks penelitian ini, persepsi kemanfaatan berkaitan dengan bagaimana konsumen menilai bahwa penggunaan QRIS mampu mempermudah, mempercepat, dan membuat proses transaksi menjadi lebih efisien. Apabila konsumen merasa bahwa QRIS benar-benar memberikan manfaat saat bertransaksi, maka mereka cenderung akan lebih menerima dan menggunakan metode pembayaran digital tersebut.

Menurut (Davis, 1989), *perceived usefulness* adalah tingkat keyakinan seseorang bahwa penggunaan suatu sistem dapat meningkatkan kinerja atau efektivitas aktivitas yang dilakukan. Selain itu, (Jogiyanto, 2007) menjelaskan bahwa persepsi kemanfaatan berhubungan dengan sejauh mana seseorang percaya bahwa suatu teknologi mampu memberikan nilai tambah dalam aktivitasnya. Berdasarkan pendapat tersebut, terdapat beberapa faktor yang dapat memengaruhi *Perceived Usefulness*, yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat nyata yang dirasakan saat bertransaksi

QRIS akan dianggap bermanfaat apabila konsumen merasakan adanya kemudahan atau keuntungan langsung ketika melakukan pembayaran.

2. Kecepatan dalam proses pembayaran

Semakin cepat transaksi dapat diselesaikan dengan QRIS, maka konsumen akan semakin menilai bahwa sistem tersebut bermanfaat dalam mendukung aktivitas belanja.

3. Efisiensi waktu dan tenaga

QRIS dianggap memberikan manfaat apabila mampu mengurangi waktu tunggu, meminimalkan kerepotan, dan membuat proses pembayaran menjadi lebih praktis.

4. Kemudahan dalam mengurangi penggunaan uang tunai

Konsumen yang tidak perlu membawa uang tunai atau menunggu uang kembalian akan lebih merasakan manfaat QRIS dalam transaksi sehari-hari.

5. Kesesuaian teknologi dengan kebutuhan konsumen

QRIS akan dinilai bermanfaat apabila sistem tersebut sesuai dengan kebiasaan dan kebutuhan konsumen dalam melakukan pembayaran secara cepat dan praktis.

6. Pengalaman positif selama menggunakan QRIS

Semakin sering konsumen memperoleh pengalaman transaksi yang lancar, aman, dan nyaman, maka semakin tinggi persepsi kemanfaatan yang dirasakan terhadap QRIS.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa *Perceived Usefulness* dipengaruhi oleh manfaat nyata yang dirasakan saat bertransaksi, kecepatan pembayaran, efisiensi waktu dan tenaga, kemudahan dalam mengurangi penggunaan uang tunai, kesesuaian teknologi dengan kebutuhan konsumen, serta pengalaman positif selama menggunakan QRIS.

c. Indikator *Perceived Usefulness*

Indikator *perceived usefulness* digunakan untuk mengukur sejauh mana pengguna merasakan manfaat nyata dari penggunaan suatu teknologi. Dalam penelitian ini, indikator *perceived usefulness* dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Mempermudah transaksi pembayaran

QRIS dianggap bermanfaat apabila konsumen merasa proses pembayaran menjadi lebih mudah dibandingkan pembayaran tunai.

2. Mempercepat proses transaksi

QRIS dianggap bermanfaat apabila pembayaran dapat diselesaikan dengan lebih cepat.

3. Meningkatkan efektivitas transaksi

QRIS dinilai efektif apabila membantu konsumen melakukan pembayaran dengan proses yang lebih ringkas.

4. Meningkatkan efisiensi

QRIS dianggap efisien apabila menghemat waktu dan mengurangi kerepotan saat transaksi.

5. Memberikan manfaat nyata dalam aktivitas belanja

QRIS dianggap bermanfaat apabila konsumen merasakan keuntungan langsung dalam aktivitas belanja sehari-hari.

d. *Relevansi Perceived Usefulness* dalam Penggunaan QRIS

Persepsi kemanfaatan berperan penting dalam menjelaskan penggunaan QRIS karena konsumen cenderung lebih tertarik menggunakan teknologi yang benar-benar dirasakan membantu. Ketika konsumen merasa bahwa QRIS dapat mempercepat transaksi, mempermudah pembayaran, dan membuat aktivitas belanja lebih praktis, maka mereka akan memiliki kecenderungan yang lebih tinggi untuk menggunakan QRIS. Sebaliknya, apabila manfaat QRIS belum dirasakan secara nyata, maka konsumen cenderung tetap menggunakan pembayaran tunai (Davis, 1989).

Dalam penelitian ini, *perceived usefulness* dipandang dapat memengaruhi minat menggunakan dan penggunaan QRIS. Semakin tinggi manfaat yang dirasakan konsumen terhadap QRIS, maka semakin besar kecenderungan mereka untuk tertarik menggunakan

QRIS dan memanfaatkannya secara aktual saat bertransaksi. Oleh karena itu, *perceived usefulness* menjadi salah satu variabel utama dalam penelitian ini.

4. Teori Minat Menggunakan (*Behavioral Intention to Use*)

a. Pengertian Minat Menggunakan

Minat menggunakan atau *behavioral intention to use* merupakan kecenderungan, keinginan, atau niat seseorang untuk menggunakan suatu teknologi dalam aktivitasnya. Dalam *Technology Acceptance Model* (TAM), minat menggunakan diposisikan sebagai variabel penting yang menggambarkan kesiapan pengguna sebelum melakukan tindakan nyata dalam menggunakan suatu sistem. Minat menggunakan menunjukkan bahwa seseorang tidak hanya memahami keberadaan teknologi, tetapi juga memiliki dorongan internal untuk mencoba, memilih, dan menggunakan teknologi tersebut ketika tersedia (Davis, 1989).

Menurut (Davis, 1989), minat menggunakan merupakan bentuk kecenderungan perilaku yang muncul setelah pengguna menilai bahwa teknologi tersebut mudah digunakan dan memberikan manfaat. Artinya, persepsi positif terhadap kemudahan dan kemanfaatan akan mendorong munculnya niat untuk menggunakan. Dalam kerangka TAM, minat menggunakan memiliki peran penting karena menjadi penghubung antara persepsi pengguna terhadap teknologi dengan perilaku penggunaan aktual.

Dengan demikian, semakin tinggi minat seseorang terhadap suatu teknologi, maka semakin besar kemungkinan teknologi tersebut benar-benar digunakan (Davis, 1989).

Menurut (Jogiyanto, 2007), minat menggunakan dapat dipahami sebagai keinginan atau kecenderungan seseorang untuk menggunakan sistem informasi dalam aktivitasnya. Minat ini biasanya terbentuk setelah pengguna merasa yakin bahwa sistem tersebut mudah dipelajari, tidak menyulitkan, dan memberikan manfaat yang relevan dengan kebutuhannya. Dalam konteks perilaku pengguna, minat menggunakan menjadi indikator penting karena mencerminkan kemungkinan munculnya tindakan nyata di masa depan (Jogiyanto, 2007).

Dalam penelitian ini, minat menggunakan berkaitan dengan keinginan konsumen UMKM SRC Sugianto di Ngawi untuk menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran saat bertransaksi. Minat tersebut dapat terlihat dari ketertarikan konsumen untuk mencoba QRIS, kecenderungan memilih QRIS ketika tersedia, serta keinginan untuk menggunakan QRIS dalam aktivitas belanja berikutnya. Oleh karena itu, minat menggunakan menjadi variabel penting dalam penelitian ini karena berfungsi sebagai penghubung antara persepsi kemudahan dan persepsi kemanfaatan terhadap penggunaan QRIS.

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan

Minat menggunakan merupakan kecenderungan atau keinginan seseorang untuk menggunakan suatu teknologi dalam aktivitas tertentu. Dalam penelitian ini, minat menggunakan mengacu pada keinginan konsumen untuk menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran saat bertransaksi di UMKM SRC Sugianto, Ngawi. Minat menggunakan menjadi penting karena sebelum seseorang benar-benar menggunakan suatu teknologi, biasanya akan muncul terlebih dahulu rasa tertarik, keinginan, atau dorongan untuk mencoba teknologi tersebut. Oleh karena itu, perlu dipahami faktor-faktor yang dapat memengaruhi terbentuknya minat menggunakan pada konsumen.

Menurut (Davis, 1989), minat menggunakan atau *behavioral intention to use* merupakan salah satu komponen penting dalam Technology Acceptance Model (TAM) yang menggambarkan kecenderungan seseorang untuk menggunakan suatu sistem. Selain itu, (Jogiyanto, 2007) menjelaskan bahwa minat menggunakan dipengaruhi oleh persepsi pengguna terhadap teknologi, terutama ketika teknologi tersebut dianggap mudah digunakan dan memberikan manfaat. Berdasarkan pendapat tersebut, terdapat beberapa faktor yang dapat memengaruhi Minat Menggunakan, yaitu sebagai berikut:

1. Persepsi kemudahan penggunaan

Konsumen akan lebih tertarik menggunakan QRIS apabila merasa bahwa sistem tersebut mudah dipahami, mudah dipelajari, dan tidak menyulitkan saat digunakan.

2. Persepsi kemanfaatan

Konsumen cenderung memiliki minat menggunakan QRIS apabila merasa bahwa QRIS memberikan manfaat nyata, seperti mempercepat transaksi dan mempermudah proses pembayaran.

3. Pengalaman positif dalam penggunaan teknologi digital

Pengalaman yang baik saat menggunakan mobile banking, e-wallet, atau sistem pembayaran digital lainnya dapat mendorong konsumen lebih percaya diri dan tertarik menggunakan QRIS.

4. Kebiasaan konsumen dalam bertransaksi non tunai

Konsumen yang mulai terbiasa dengan transaksi non tunai biasanya akan lebih mudah memiliki minat untuk menggunakan QRIS dibandingkan konsumen yang masih nyaman menggunakan pembayaran tunai.

5. Kenyamanan dan rasa aman saat menggunakan sistem

Apabila konsumen merasa nyaman dan aman ketika menggunakan QRIS, maka hal tersebut dapat meningkatkan keinginan untuk menggunakan QRIS secara berulang.

6. Ketersediaan fasilitas pembayaran QRIS

Minat menggunakan juga dapat dipengaruhi oleh tersedianya fasilitas QRIS pada merchant. Semakin mudah konsumen menemukan dan mengakses QRIS saat bertransaksi, maka semakin besar kemungkinan munculnya minat untuk menggunakan.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa Minat Menggunakan dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan, pengalaman positif dalam penggunaan teknologi digital, kebiasaan konsumen dalam bertransaksi, kenyamanan dan rasa aman saat menggunakan sistem, serta ketersediaan fasilitas pembayaran QRIS.

c. Indikator Minat Menggunakan

Indikator minat menggunakan digunakan untuk melihat sejauh mana konsumen memiliki kecenderungan atau niat untuk menggunakan QRIS dalam aktivitas transaksinya. Adapun indikator minat menggunakan dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Berniat menggunakan QRIS secara berkelanjutan

Konsumen memiliki keinginan untuk terus menggunakan QRIS pada transaksi di masa mendatang.

2. Tertarik menggunakan QRIS saat bertransaksi

Konsumen menunjukkan ketertarikan untuk memilih QRIS ketika metode pembayaran tersebut tersedia.

3. Memiliki keinginan menggunakan QRIS di masa depan

Konsumen memiliki kecenderungan untuk menggunakan QRIS dalam aktivitas belanja berikutnya.

4. Menjadikan QRIS sebagai alternatif atau pilihan pembayaran

Konsumen mempertimbangkan QRIS sebagai salah satu metode pembayaran saat berbelanja.

5. Bersedia menggunakan QRIS ketika tersedia

Konsumen menunjukkan kesiapan untuk menggunakan QRIS apabila fasilitas tersebut tersedia pada merchant.

d. Relevansi Minat Menggunakan dalam Penelitian

Dalam model TAM, minat menggunakan merupakan variabel yang sangat penting karena menjadi jembatan antara persepsi terhadap teknologi dengan perilaku penggunaan aktual. Konsumen yang merasa QRIS mudah digunakan dan bermanfaat cenderung akan membentuk minat untuk menggunakan QRIS. Minat tersebut kemudian mendorong konsumen untuk benar-benar menggunakan QRIS dalam transaksi yang sesungguhnya. Oleh karena itu, minat menggunakan tidak hanya berperan sebagai hasil dari persepsi kemudahan dan kemanfaatan, tetapi juga menjadi pendorong utama munculnya penggunaan aktual (Davis, 1989; Jogiyanto, 2007).

Dalam penelitian ini, minat menggunakan diposisikan sebagai variabel intervening yang menjembatani pengaruh *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* terhadap penggunaan QRIS. Dengan demikian, minat menggunakan menjadi variabel yang sangat penting untuk dianalisis.

5. Teori Penggunaan QRIS (*Actual Use*)

a. Pengertian Penggunaan QRIS (*Actual Use*)

Penggunaan aktual atau *actual use* merupakan bentuk perilaku nyata pengguna dalam memanfaatkan suatu teknologi. Dalam *Technology Acceptance Model* (TAM), *actual use* diposisikan sebagai hasil akhir dari proses penerimaan teknologi. Setelah seseorang menilai bahwa suatu teknologi mudah digunakan dan bermanfaat, kemudian terbentuk minat untuk menggunakan, maka proses tersebut akan tercermin dalam tindakan nyata berupa penggunaan aktual terhadap teknologi tersebut (Davis, 1989).

Dalam konteks penelitian ini, penggunaan QRIS dimaknai sebagai tindakan nyata konsumen UMKM SRC Sugianto di Ngawi dalam menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran saat bertransaksi. Penggunaan QRIS tidak hanya berarti konsumen mengetahui atau memahami cara kerja QRIS, tetapi lebih menekankan pada perilaku nyata saat konsumen benar-benar memilih dan menggunakan QRIS ketika melakukan pembelian. Oleh karena itu, penggunaan QRIS merupakan variabel dependen

yang menggambarkan perilaku aktual konsumen terhadap sistem pembayaran digital.

Penggunaan aktual menjadi penting dalam penelitian ini karena tidak semua konsumen yang mengetahui atau tertarik terhadap QRIS langsung menggunakannya secara konsisten. Sebagian konsumen mungkin telah mengenal QRIS, namun tetap memilih pembayaran tunai karena lebih familiar atau sudah menjadi kebiasaan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa penggunaan aktual perlu dibedakan dari sekadar pengetahuan atau minat, karena penggunaan aktual merupakan tindakan nyata yang benar-benar terjadi dalam proses transaksi.

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan QRIS

Penggunaan QRIS merupakan bentuk perilaku nyata konsumen dalam memanfaatkan QRIS sebagai metode pembayaran saat bertransaksi. Dalam penelitian ini, penggunaan QRIS tidak hanya dilihat dari pengetahuan atau ketertarikan konsumen terhadap sistem pembayaran digital, tetapi lebih menekankan pada tindakan nyata ketika konsumen benar-benar memilih dan menggunakan QRIS saat melakukan pembelian. Oleh karena itu, penggunaan QRIS dipengaruhi oleh beberapa faktor yang dapat mendorong konsumen untuk beralih dari pembayaran tunai ke pembayaran digital.

Menurut Davis (1989), penggunaan aktual atau *actual use* merupakan hasil akhir dari proses penerimaan teknologi dalam *Technology Acceptance Model* (TAM). Penggunaan aktual muncul setelah pengguna merasa bahwa suatu teknologi mudah digunakan, bermanfaat, dan memiliki dorongan untuk menggunakannya. Selain itu, Jogiyanto (2007) juga menjelaskan bahwa penggunaan sistem informasi dipengaruhi oleh persepsi pengguna terhadap teknologi dan minat yang terbentuk sebelum penggunaan nyata terjadi. Berdasarkan pendapat tersebut, terdapat beberapa faktor yang dapat memengaruhi Penggunaan QRIS, yaitu sebagai berikut:

1. Persepsi kemudahan penggunaan

Konsumen cenderung akan menggunakan QRIS apabila merasa bahwa sistem tersebut mudah dipahami, mudah dioperasikan, dan tidak menyulitkan saat transaksi.

2. Persepsi kemanfaatan

Penggunaan QRIS akan lebih tinggi apabila konsumen merasa bahwa QRIS memberikan manfaat nyata, seperti mempercepat transaksi, mempermudah pembayaran, dan lebih praktis dibandingkan pembayaran tunai.

3. Minat menggunakan

Minat menggunakan menjadi salah satu faktor penting karena konsumen yang sudah memiliki keinginan atau ketertarikan

terhadap QRIS biasanya akan lebih terdorong untuk benar-benar menggunakannya dalam transaksi.

4. Kebiasaan konsumen dalam bertransaksi

Konsumen yang mulai terbiasa dengan pembayaran non tunai cenderung lebih mudah beralih ke penggunaan QRIS dibandingkan konsumen yang masih bergantung pada pembayaran tunai.

5. Ketersediaan fasilitas QRIS pada merchant

Penggunaan QRIS juga dipengaruhi oleh tersedianya kode QR dan kemudahan akses saat bertransaksi. Jika fasilitas QRIS tersedia dengan jelas dan mudah digunakan, maka konsumen akan lebih terdorong untuk memanfaatkannya.

6. Rasa aman dan nyaman saat menggunakan QRIS

Konsumen akan lebih percaya untuk menggunakan QRIS apabila merasa bahwa sistem pembayaran tersebut aman, lancar, dan tidak menimbulkan kekhawatiran saat proses transaksi berlangsung.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa Penggunaan QRIS dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan, minat menggunakan, kebiasaan konsumen dalam bertransaksi, ketersediaan fasilitas QRIS pada merchant, serta rasa aman dan nyaman saat menggunakan sistem pembayaran digital tersebut.

c. Indikator Penggunaan QRIS

Indikator penggunaan QRIS digunakan untuk melihat sejauh mana konsumen benar-benar memanfaatkan QRIS dalam aktivitas belanja. Adapun indikator penggunaan QRIS dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Frekuensi penggunaan QRIS

Menunjukkan seberapa sering konsumen menggunakan QRIS saat bertransaksi.

2. Intensitas penggunaan dalam transaksi

Menunjukkan tingkat keterlibatan konsumen dalam menggunakan QRIS pada berbagai kesempatan transaksi.

3. Konsistensi penggunaan QRIS

Menunjukkan apakah konsumen menggunakan QRIS secara berulang dan tidak hanya sesekali.

4. Kebiasaan menggunakan QRIS saat bertransaksi

Menunjukkan apakah QRIS mulai menjadi bagian dari kebiasaan konsumen dalam melakukan pembayaran.

5. Keberlanjutan penggunaan QRIS dalam aktivitas belanja

Menunjukkan kecenderungan konsumen untuk tetap menggunakan QRIS dalam transaksi berikutnya.

d. Relevansi Penggunaan QRIS dalam Model TAM

Dalam model TAM, penggunaan aktual merupakan bentuk akhir dari penerimaan teknologi. Apabila pengguna telah memiliki

persepsi positif terhadap kemudahan dan kemanfaatan teknologi, serta memiliki minat yang kuat untuk menggunakan, maka hal tersebut akan tercermin pada perilaku aktual. Dengan demikian, penggunaan aktual menjadi indikator yang penting untuk melihat apakah suatu teknologi benar-benar diterima oleh pengguna, bukan hanya sekadar dikenal atau dipahami (Davis, 1989).

Dalam penelitian ini, penggunaan QRIS diposisikan sebagai variabel dependen (Y) karena variabel ini mencerminkan perilaku aktual konsumen dalam memilih dan menggunakan QRIS saat bertransaksi. Penggunaan QRIS dipengaruhi oleh *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, dan minat menggunakan. Oleh karena itu, penggunaan QRIS menjadi variabel utama untuk melihat sejauh mana QRIS benar-benar diterima dan digunakan oleh konsumen UMKM SRC Sugianto di Ngawi.

6. Teori *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS)

Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) merupakan standar kode QR nasional untuk pembayaran digital yang ditetapkan oleh Bank Indonesia dan dikembangkan bersama industri sistem pembayaran melalui Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI). QRIS hadir sebagai bentuk standardisasi kode QR pembayaran agar transaksi menggunakan kode QR di Indonesia dapat dilakukan secara lebih terintegrasi, efisien, dan mudah digunakan oleh masyarakat. Bank Indonesia menjelaskan bahwa QRIS dirancang untuk memfasilitasi

transaksi pembayaran di Indonesia melalui satu standar yang dapat digunakan lintas penyelenggara jasa sistem pembayaran, sehingga konsumen tidak lagi bergantung pada satu aplikasi tertentu ketika melakukan pembayaran digital (Bank Indonesia, 2023).

Sebelum adanya QRIS, sistem pembayaran berbasis QR Code di Indonesia cenderung terfragmentasi karena setiap penyedia jasa pembayaran memiliki standar kode QR masing-masing. Kondisi tersebut menyebabkan merchant harus menyediakan beberapa kode QR yang berbeda sesuai dengan aplikasi pembayaran yang digunakan konsumen. Hal ini tentu kurang efisien baik bagi pelaku usaha maupun konsumen. Kehadiran QRIS menjadi solusi atas permasalahan tersebut karena satu kode QR dapat digunakan untuk menerima pembayaran dari berbagai aplikasi yang telah terhubung dengan sistem QRIS. Dengan demikian, QRIS mempermudah proses transaksi, meningkatkan interoperabilitas antar penyelenggara pembayaran, serta mendukung digitalisasi sistem pembayaran nasional (Bank Indonesia, 2023).

Menurut Bank Indonesia, QRIS merupakan standar QR Code pembayaran yang ditetapkan untuk mendukung transaksi yang lebih cepat, mudah, murah, aman, dan andal. Prinsip tersebut menunjukkan bahwa QRIS tidak hanya hadir sebagai alat pembayaran digital, tetapi juga sebagai bagian dari transformasi sistem pembayaran menuju ekosistem yang lebih modern dan efisien. QRIS dapat digunakan melalui berbagai aplikasi pembayaran seperti uang elektronik berbasis

server, dompet digital, maupun *mobile banking* yang telah memperoleh izin dan terintegrasi dalam sistem pembayaran nasional. Hal ini menjadikan QRIS sebagai instrumen pembayaran yang fleksibel dan relevan dengan perkembangan perilaku masyarakat yang semakin terbiasa dengan transaksi non tunai (Bank Indonesia, 2023).

Dalam praktiknya, penggunaan QRIS memberikan manfaat yang cukup besar baik bagi konsumen maupun pelaku usaha. Bagi konsumen, QRIS mempermudah proses pembayaran karena transaksi dapat dilakukan hanya dengan memindai kode QR melalui aplikasi pembayaran yang dimiliki. Konsumen tidak perlu lagi membawa uang tunai dalam jumlah tertentu, menunggu uang kembalian, atau khawatir terhadap kesalahan perhitungan saat transaksi. Sementara itu, bagi pelaku usaha, QRIS dapat membantu mempercepat pelayanan transaksi, meminimalkan risiko kesalahan dalam pengelolaan uang tunai, serta meningkatkan kenyamanan layanan kepada konsumen. Oleh karena itu, QRIS menjadi salah satu bentuk inovasi pembayaran digital yang sangat relevan diterapkan pada sektor usaha ritel dan UMKM.

Bank Indonesia juga mengenalkan karakteristik QRIS yang dikenal dengan istilah UNGGUL, yaitu Universal, Gampang, Untung, dan Langsung. *Universal* berarti QRIS dapat digunakan oleh berbagai aplikasi pembayaran yang telah mendukung standar nasional. *Gampang* berarti QRIS mudah digunakan baik oleh konsumen maupun merchant. *Untung* berarti QRIS memberikan manfaat berupa kemudahan dan

efisiensi dalam transaksi. Sedangkan langsung berarti proses transaksi dapat dilakukan secara cepat dan *real-time*. Karakteristik tersebut menunjukkan bahwa QRIS dirancang sebagai sistem pembayaran digital yang sederhana namun memiliki manfaat yang luas dalam aktivitas transaksi sehari-hari (Bank Indonesia, 2023).

Dalam konteks penelitian ini, QRIS menjadi objek yang relevan untuk dianalisis karena digunakan sebagai metode pembayaran digital pada UMKM SRC Sugianto di Ngawi. Penggunaan QRIS pada usaha ritel seperti UMKM sangat penting karena konsumen saat ini semakin membutuhkan alternatif pembayaran yang praktis, cepat, dan sesuai dengan perkembangan teknologi. Namun demikian, tidak semua konsumen langsung menggunakan QRIS meskipun fasilitas tersebut telah tersedia. Sebagian konsumen masih memilih pembayaran tunai karena lebih familiar, sementara sebagian lainnya mulai beralih ke pembayaran digital karena dinilai lebih efisien. Kondisi ini menunjukkan bahwa penggunaan QRIS perlu dianalisis melalui pendekatan perilaku pengguna, khususnya melalui persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, minat menggunakan, dan penggunaan aktual.

7. Konteks UMKM dalam Penggunaan QRIS

a. Pengertian UMKM

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu bentuk usaha produktif yang memiliki peran penting dalam perekonomian nasional maupun daerah. Secara yuridis,

pengertian UMKM diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, yang menjelaskan bahwa UMKM merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian, baik secara langsung maupun tidak langsung, dari usaha menengah atau usaha besar (Republik Indonesia, 2008).

Dalam praktiknya, UMKM banyak bergerak pada sektor perdagangan, jasa, makanan dan minuman, serta usaha ritel yang berhubungan langsung dengan aktivitas konsumsi masyarakat. Oleh karena itu, UMKM menjadi salah satu sektor usaha yang sangat relevan untuk melihat perubahan perilaku konsumen, termasuk perubahan metode pembayaran dari transaksi tunai menuju transaksi digital. Keberadaan UMKM yang dekat dengan aktivitas masyarakat sehari-hari menjadikannya sebagai lingkungan yang tepat untuk mengamati penerimaan dan penggunaan teknologi pembayaran digital.

b. UMKM sebagai Lingkungan Transaksi Konsumen

UMKM memiliki karakteristik yang dekat dengan aktivitas belanja sehari-hari karena transaksi pada sektor ini berlangsung secara langsung antara penjual dan konsumen. Dalam konteks usaha ritel, konsumen tidak hanya mempertimbangkan produk yang dibeli,

tetapi juga memperhatikan kemudahan, kecepatan, dan kenyamanan dalam proses pembayaran. Oleh karena itu, UMKM dapat dipahami sebagai lingkungan transaksi yang relevan untuk mengamati perubahan perilaku konsumen dalam menggunakan metode pembayaran digital.

Berbeda dengan penelitian yang menempatkan pelaku UMKM sebagai responden utama, penelitian ini berfokus pada konsumen yang melakukan transaksi pada UMKM. Dengan demikian, posisi UMKM dalam penelitian ini bukan sebagai variabel utama, melainkan sebagai konteks tempat terjadinya interaksi transaksi antara konsumen dan sistem pembayaran digital, khususnya QRIS. Hal ini penting untuk ditegaskan agar fokus penelitian tetap konsisten pada perilaku konsumen dalam menggunakan QRIS.

c. Relevansi UMKM dalam Penggunaan QRIS

Perkembangan teknologi digital telah mendorong UMKM untuk beradaptasi dengan perubahan pola transaksi masyarakat. Salah satu bentuk adaptasi tersebut adalah penyediaan metode pembayaran non tunai melalui Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS). Kehadiran QRIS pada UMKM memberikan alternatif pembayaran yang lebih praktis, cepat, dan sesuai dengan kebutuhan konsumen modern. Bagi konsumen, QRIS dapat memberikan kemudahan dalam bertransaksi, terutama ketika tidak

membawa uang tunai atau menginginkan proses pembayaran yang lebih efisien.

Dalam penelitian ini, UMKM menjadi konteks penting karena objek penelitian berada pada UMKM SRC Sugianto di Ngawi yang telah menyediakan fasilitas pembayaran QRIS sebagai salah satu alternatif transaksi bagi konsumen. Dengan demikian, pembahasan mengenai UMKM dalam penelitian ini tidak difokuskan sebagai variabel utama, melainkan sebagai lingkungan transaksi yang relevan untuk menganalisis bagaimana konsumen menerima dan menggunakan QRIS melalui pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM). Oleh karena itu, UMKM SRC Sugianto di Ngawi menjadi konteks empiris yang relevan untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kemanfaatan terhadap minat menggunakan serta penggunaan QRIS pada konsumen.

B. Kajian Penelitian yang Relevan

Tabel 2.1 Kajian Penelitian

No.	Jurnal dan Identitas Jurnal	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	(Rahimi et al., 2024), Analisis Penggunaan QRIS (<i>Quick Response Code Indonesian Standard</i>) dengan Pendekatan <i>Technology Acceptance Model</i>	X1 = Perceived Ease of Use; X2 = <i>Perceived Usefulness</i> ; Y = Penggunaan QRIS	Penelitian kuantitatif dengan pendekatan TAM	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>perceived ease of use</i> dan <i>perceived usefulness</i> berpengaruh positif terhadap penggunaan QRIS sebagai alat

No.	Jurnal dan Identitas Jurnal	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
				pembayaran digital.
2.	(Aryawati et al., 2022) <i>Persepsi Pengguna QRIS pada UMKM di Kota Mataram</i>	X = Persepsi Pengguna terhadap QRIS; Y = Penggunaan QRIS pada UMKM	Penelitian deskriptif kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa QRIS membantu transaksi menjadi lebih praktis dan efisien, namun masih terdapat kendala pemahaman masyarakat dalam penggunaan QRIS.
3.	(Saputra et al., 2024), Penerimaan Teknologi QRIS bagi Pelaku UMKM Kabupaten Banyumas Menggunakan <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	X1 = Perceived Ease of Use; X2 = <i>Perceived Usefulness</i> ; Y = Penerimaan/ Penggunaan QRIS	Penelitian kuantitatif dengan model TAM	Hasil penelitian menunjukkan bahwa QRIS diterima oleh pelaku UMKM karena dinilai memudahkan transaksi dan memberikan manfaat dalam kegiatan usaha.
4.	(Andriani, Wahyuningsih, et al., 2024), Bagaimana QRIS Menarik Minat UMKM? Keputusan Menggunakan QRIS sebagai Teknologi Pembayaran	Z = Minat Menggunakan; Y = Keputusan/ Penggunaan QRIS	Penelitian kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa minat penggunaan berperan dalam mendorong keputusan penggunaan QRIS pada UMKM.
5.	(Sholihah & Nurhapsari, 2023b) Percepatan Implementasi <i>Digital Payment</i> pada UMKM: Intensi Pengguna QRIS Berdasarkan	X1 = <i>Perceived Ease of Use</i> ; X2 = <i>Perceived Usefulness</i> ; Z = Intensi/Minat Menggunakan QRIS	Penelitian kuantitatif dengan model TAM	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>perceived ease of use</i> dan <i>perceived usefulness</i> berpengaruh terhadap intensi penggunaan

No.	Jurnal dan Identitas Jurnal	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
	<i>Technology Acceptance Model</i>			QRIS pada UMKM.
6.	(Niken Widowati & Khusaini, 2022) , Adopsi Pembayaran Digital QRIS pada UMKM Berdasarkan <i>Technology Acceptance Model</i>	X1 = <i>Perceived Ease of Use</i> ; X2 = <i>Perceived Usefulness</i> ; Y = Adopsi/Penggunaan QRIS	Penelitian kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa adopsi QRIS pada UMKM dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan dan manfaat yang dirasakan.
7.	(Jati et al., 2023) Analisis Faktor Tingkat Kepercayaan Penggunaan QRIS pada UMKM di Surabaya Menggunakan <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM)	X1 = <i>Perceived Ease of Use</i> ; X2 = <i>Perceived Usefulness</i> ; Y = Penggunaan QRIS	Penelitian kuantitatif dengan model TAM	Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan QRIS pada UMKM dipengaruhi oleh persepsi kemudahan dan manfaat penggunaan.
8.	(Kamilah et al., 2024) , Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Manfaat, dan Risiko terhadap Penggunaan QRIS untuk Transaksi Pembayaran pada UMKM	X1 = Kemudahan Penggunaan; X2 = Manfaat; Y = Penggunaan QRIS	Penelitian Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan dan manfaat berpengaruh positif terhadap penggunaan QRIS.
9.	(Santika et al., 2022b) , Persepsi dan Intensi Pelaku UMKM terhadap Penggunaan QRIS sebagai Sistem Pembayaran Digital di Kota Tasikmalaya	X = Persepsi terhadap QRIS; Z = Intensi/Minat Menggunakan QRIS	Penelitian deskriptif kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku UMKM memiliki persepsi positif terhadap QRIS, namun intensi penggunaan masih dipengaruhi oleh kesiapan dan

No.	Jurnal dan Identitas Jurnal	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
				kebiasaan transaksi masyarakat.
10.	(Setiawan et al., 2025) , Analisis <i>Technology Acceptance Model</i> pada Penggunaan QRIS (Studi Kasus UMKM Madiun)	X1 = <i>Perceived Ease of Use</i> ; X2 = <i>Perceived Usefulness</i> ; Y = Penggunaan QRIS	Penelitian kuantitatif dengan model TAM	Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan QRIS pada UMKM dipengaruhi oleh persepsi kemudahan dan manfaat penggunaan.
11.	(Ramayanti et al., 2025) , <i>Factors Influencing Intentions to Use QRIS: A Two-Staged PLS-SEM and ANN Approach</i>	X = Faktor-faktor yang memengaruhi <i>Intention to Use QRIS</i> ; Y = <i>Actual Use/Penggunaan QRIS</i>	Penelitian kuantitatif dengan pendekatan PLS-SEM dan ANN	Hasil penelitian menunjukkan bahwa niat menggunakan QRIS berpengaruh signifikan terhadap penggunaan aktual QRIS, serta beberapa faktor perilaku pengguna berkontribusi terhadap terbentuknya <i>intention to use QRIS</i> .
12.	(Gunawan et al., 2023) , <i>The Effect of Using Cashless (QRIS) on Daily Payment Transactions Using the Technology Acceptance Model</i>	X1 = <i>Perceived Ease of Use</i> ; X2 = <i>Perceived Usefulness</i> ; Y = Penggunaan QRIS/Transaksi Harian	Penelitian kuantitatif dengan pendekatan TAM	Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan QRIS berkaitan dengan kemudahan dan manfaat dalam mendukung transaksi harian.
13.	(Persadha et al., 2024) , <i>Factors Influencing Consumer Adoption of QRIS</i>	X1 = <i>Perceived Ease of Use</i> ; X2 = <i>Perceived Usefulness</i> ; Y =	Penelitian kuantitatif dengan Extended TAM	Hasil penelitian menunjukkan bahwa adopsi QRIS dipengaruhi oleh

No.	Jurnal dan Identitas Jurnal	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
	<i>Mobile Payment Services in Indonesia: An Extended Technology Acceptance Model Approach</i>	<i>Consumer Adoption/ Penggunaan QRIS</i>		persepsi kemudahan dan manfaat penggunaan.
14.	(Mar’atun Sa’diah, 2024), <i>Perception of Merchants and Consumers Towards Payments Using QRIS for UMKM in Mataram</i>	X = Persepsi Pedagang dan Konsumen terhadap QRIS; Y = Penggunaan QRIS pada UMKM	Penelitian kualitatif deskriptif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa QRIS dipandang memberikan kemudahan dan kepraktisan, namun penggunaan masih dipengaruhi oleh pemahaman teknologi dan kebiasaan masyarakat.
15.	(Türker et al., 2022), <i>Understanding User Acceptance of QR Code Mobile Payment Systems in Turkey: An Extended TAM</i>	X1 = <i>Perceived Ease of Use</i> ; X2 = <i>Perceived Usefulness</i> ; Z = <i>Intention to Use</i> ; Y = <i>Acceptance of QR Code Mobile Payment</i>	Penelitian kuantitatif dengan pendekatan Extended TAM	Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerimaan pengguna terhadap sistem pembayaran mobile berbasis QR code dipengaruhi oleh konstruk utama dalam model TAM, terutama persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan yang berkontribusi terhadap <i>intention to use</i> .
16.	(Yan et al., 2021), <i>QR Code and Mobile Payment: The</i>	X = <i>QR Code Payment/Mobile Payment Adoption</i> ; Y =	Pendekatan literature review / conceptual review	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembayaran berbasis QR code

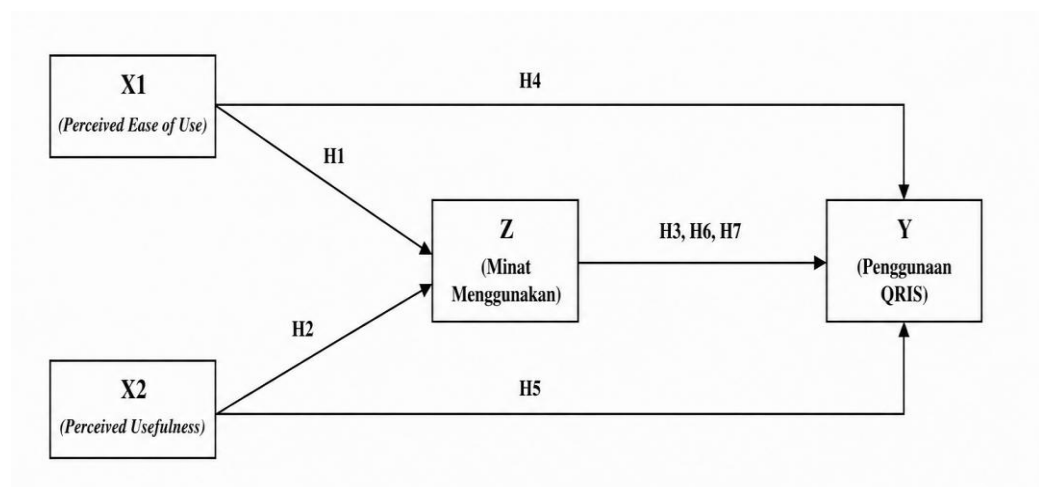
No.	Jurnal dan Identitas Jurnal	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
	<i>Disruptive Forces in Retail</i>	<i>Consumer Acceptance/ Adoption</i>		dan <i>mobile payment</i> menjadi kekuatan disruptif dalam sektor ritel karena menawarkan kecepatan, kemudahan, dan efisiensi transaksi.
17.	(Sani et al., 2021), <i>Investigating Readiness Attitude Toward Using Mobile Payment Systems Through Technology Acceptance Model</i>	X1 = <i>Perceived Ease of Use</i> ; X2 = <i>Perceived Usefulness</i> ; Z = <i>Attitude/ Behavioral Intention</i>	Penelitian kuantitatif dengan pendekatan TAM	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesiapan dan sikap terhadap penggunaan <i>mobile payment</i> dipengaruhi oleh persepsi kemudahan dan manfaat penggunaan.
18.	(Putranta et al., 2020), <i>The Determinant Factors of Mobile Payment Adoption</i>	X1 = <i>Performance Expectancy</i> ; X2 = <i>Social Influence</i> ; X3 = <i>Hedonic Motivation</i> ; X4 = <i>Price Value</i> ; X5 = <i>Facilitating Conditions</i> ; Z = <i>Behavioral Intention</i> ; Y = <i>Use Behavior</i>	Penelitian kuantitatif dengan pendekatan UTAUT2 yang dimodifikasi . Data dikumpulkan melalui kuesioner Google Form kepada 275 responden pengguna <i>mobile payment</i> di Jakarta dan sekitarnya. Analisis data menggunakan PLS-SEM (SmartPLS).	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>performance expectancy</i> , <i>hedonic motivation</i> , dan <i>facilitating conditions</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>behavioral intention</i> , sedangkan <i>behavioral intention</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>use behavior</i> . Sementara itu, <i>social influence</i> , <i>price value</i> , dan hubungan <i>facilitating</i>

No.	Jurnal dan Identitas Jurnal	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
				<i>conditions</i> terhadap <i>use behavior</i> tidak berpengaruh signifikan.
19.	(Kurnianingrum et al., 2023), <i>Utilizing Technology Acceptance Model (TAM) to Comprehend Factors Affecting Gen Z's Desire to Use Mobile Payment Services</i>	X1 = <i>Perceived Ease of Use</i> ; X2 = <i>Perceived Usefulness</i> ; Z = <i>Desire/Intention to Use Mobile Payment</i>	Penelitian kuantitatif dengan pendekatan TAM	Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dan manfaat berperan penting dalam membentuk keinginan atau minat menggunakan layanan <i>mobile payment</i> .
20.	(Sidanti et al., 2021), <i>The Effect of Easy Perception and Security Perception on The Intention of Using ShopeePay Through Attitude as Intervening Variables in Madiun, International Journal of Science, Technology & Management.</i>	X1 = <i>Perceived Ease of Use</i> ; X2 = <i>Perceived Security</i> ; Z = <i>Attitude</i> ; Y = <i>Intention to Use</i>	Penelitian kuantitatif dengan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner (Google Form) kepada 150 responden pengguna <i>ShopeePay</i> di Madiun. Analisis data menggunakan uji asumsi klasik, analisis jalur (<i>path analysis</i>), dan uji Sobel.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>perceived ease of use</i> dan <i>perceived security</i> berpengaruh positif terhadap <i>attitude</i> . Selain itu, <i>perceived ease of use</i> , <i>perceived security</i> , dan <i>attitude</i> juga berpengaruh positif terhadap <i>intention to use</i> . Variabel <i>attitude</i> terbukti mampu memediasi pengaruh <i>perceived ease of use</i> dan <i>perceived security</i> terhadap <i>intention to use</i> .

Sumber: Data Primer Diolah (2026)

C. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir dalam penelitian ini disusun berdasarkan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menjelaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) dapat memengaruhi minat menggunakan serta penggunaan aktual suatu teknologi. Dalam penelitian ini, *perceived ease of use* (X1) dan *perceived usefulness* (X2) diposisikan sebagai variabel independen, minat menggunakan (Z) sebagai variabel intervening, dan *penggunaan QRIS* (Y) sebagai variabel dependen. Kerangka berpikir ini digunakan untuk menggambarkan hubungan antarvariabel yang menjadi dasar dalam penyusunan hipotesis penelitian.



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir Penelitian

Sumber: Modifikasi dari Rahimi et al. (2024), Sholihah dan Nurhapsari (2023), serta Andriani dan Winarno (2022).

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian merupakan dugaan sementara mengenai hubungan antarvariabel yang disusun berdasarkan teori dan hasil penelitian

terdahulu. Dalam penelitian ini, hipotesis disusun berdasarkan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menjelaskan bahwa *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* dapat memengaruhi minat menggunakan maupun penggunaan aktual suatu teknologi. Pada penelitian ini, minat menggunakan diposisikan sebagai variabel intervening yang menjembatani pengaruh *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* terhadap penggunaan QRIS. Oleh karena itu, hipotesis penelitian disusun sesuai dengan alur hubungan antarvariabel dalam kerangka berpikir penelitian.

1. Pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap Minat Menggunakan QRIS

Pada UMKM SRC Sugianto di Ngawi, metode pembayaran menggunakan QRIS sudah tersedia sebagai salah satu alternatif transaksi non tunai bagi konsumen. Namun, dalam praktiknya tidak semua konsumen langsung memilih menggunakan QRIS saat berbelanja. Sebagian konsumen masih lebih nyaman menggunakan uang tunai karena dianggap lebih sederhana dan sudah menjadi kebiasaan. Di sisi lain, ada juga konsumen yang mulai tertarik menggunakan QRIS ketika proses pembayarannya dirasa mudah, cepat, dan tidak membingungkan. Kondisi ini menunjukkan bahwa kemudahan dalam penggunaan QRIS dapat menjadi salah satu faktor yang mendorong munculnya minat konsumen untuk menggunakan metode pembayaran digital tersebut. Semakin mudah QRIS dipahami dan digunakan, maka semakin besar kemungkinan konsumen memiliki

ketertarikan untuk menggunakannya saat bertransaksi di UMKM SRC Sugianto.

Menurut (Davis, 1989), *perceived ease of use* merupakan tingkat keyakinan seseorang bahwa suatu sistem atau teknologi mudah dipahami dan mudah digunakan. Semakin mudah suatu teknologi digunakan, maka pengguna cenderung lebih tertarik untuk mencoba dan menggunakannya. Dalam kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM), persepsi kemudahan penggunaan menjadi salah satu faktor utama yang dapat membentuk niat atau minat seseorang terhadap penggunaan teknologi. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat kemudahan yang dirasakan konsumen terhadap QRIS, maka semakin besar pula kemungkinan konsumen memiliki minat untuk menggunakan QRIS dalam transaksi sehari-hari.

Hasil penelitian terdahulu juga mendukung hubungan tersebut. Penelitian (Sholihah & Nurhapsari, 2023b) menunjukkan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh terhadap intensi penggunaan QRIS pada UMKM. Selain itu, (Sidanti et al., 2021) juga menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap niat menggunakan teknologi pembayaran digital. Temuan tersebut menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan menjadi salah satu faktor yang dapat meningkatkan ketertarikan pengguna terhadap teknologi pembayaran digital. Oleh karena itu, berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu

tersebut, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1: *Perceived Ease of Use* (Persepsi Kemudahan Penggunaan) berpengaruh positif terhadap Minat Menggunakan QRIS pada konsumen pengguna QRIS UMKM SRC Sugianto di Desa Jeblogan, Ngawi.

2. Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap Minat Menggunakan QRIS

Pada UMKM SRC Sugianto di Ngawi, penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran digital telah menjadi salah satu alternatif transaksi yang dapat digunakan oleh konsumen saat berbelanja. Namun, dalam praktiknya minat konsumen untuk menggunakan QRIS tidak hanya dipengaruhi oleh ketersediaan fasilitas tersebut, tetapi juga oleh manfaat yang dirasakan saat melakukan transaksi. Konsumen cenderung akan lebih tertarik menggunakan QRIS apabila mereka merasa bahwa sistem pembayaran tersebut mampu memberikan kemudahan dan keuntungan nyata, seperti mempercepat proses pembayaran, mengurangi penggunaan uang tunai, mempermudah transaksi, serta membuat aktivitas belanja menjadi lebih efisien. Dengan demikian, semakin besar manfaat yang dirasakan konsumen terhadap penggunaan QRIS, maka semakin besar pula kemungkinan munculnya minat untuk menggunakan QRIS saat bertransaksi di UMKM SRC Sugianto.

Menurut (Davis, 1989), *perceived usefulness* merupakan tingkat keyakinan seseorang bahwa penggunaan suatu teknologi dapat memberikan manfaat atau meningkatkan efektivitas dalam melakukan suatu aktivitas. Dalam *Technology Acceptance Model* (TAM), persepsi kemanfaatan menjadi salah satu faktor utama yang dapat memengaruhi penerimaan dan minat seseorang dalam menggunakan teknologi. Pengguna umumnya akan lebih tertarik menggunakan suatu sistem apabila sistem tersebut dianggap mampu memberikan nilai tambah dan membantu aktivitas mereka menjadi lebih mudah serta efisien. Oleh karena itu, apabila konsumen merasa bahwa QRIS memberikan manfaat nyata dalam proses pembayaran, maka minat untuk menggunakan QRIS juga cenderung akan meningkat.

Hasil penelitian terdahulu juga mendukung adanya hubungan antara persepsi kemanfaatan dan minat menggunakan QRIS. Penelitian (Sholihah & Nurhapsari, 2023b) menunjukkan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh terhadap intensi penggunaan QRIS pada UMKM. Selain itu, (Santika et al., 2022b) juga menunjukkan bahwa persepsi positif terhadap QRIS berkaitan dengan kecenderungan minat penggunaan pada pelaku UMKM. Temuan tersebut menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan pengguna menjadi faktor penting dalam membentuk minat terhadap penggunaan QRIS. Oleh karena itu, berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu tersebut, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H2: *Perceived Usefulness* (Persepsi Kemanfaatan) berpengaruh positif terhadap Minat Menggunakan QRIS pada konsumen pengguna QRIS UMKM SRC Sugianto di Desa Jeblogan, Ngawi.

3. Pengaruh Minat Menggunakan terhadap Penggunaan QRIS

Pada UMKM SRC Sugianto di Ngawi, penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran digital sudah tersedia dan dapat digunakan oleh konsumen saat bertransaksi. Namun, dalam praktiknya tidak semua konsumen yang mengetahui adanya fasilitas QRIS langsung menggunakannya dalam pembayaran. Sebagian konsumen masih memilih pembayaran tunai karena sudah terbiasa, sedangkan sebagian lainnya mulai beralih menggunakan QRIS ketika mereka memiliki ketertarikan dan keinginan untuk mencoba metode pembayaran digital tersebut. Kondisi ini menunjukkan bahwa penggunaan QRIS tidak hanya dipengaruhi oleh ketersediaan fasilitas, tetapi juga oleh minat konsumen untuk menggunakannya. Semakin tinggi minat konsumen untuk menggunakan QRIS, maka semakin besar pula kemungkinan konsumen benar-benar menggunakan QRIS dalam aktivitas transaksi di UMKM SRC Sugianto.

Minat menggunakan merupakan kecenderungan atau keinginan seseorang untuk menggunakan suatu teknologi dalam aktivitas tertentu. Dalam konsep *Technology Acceptance Model* (TAM), minat menggunakan atau *behavioral intention to use* merupakan variabel penting yang dapat mendorong perilaku aktual dalam menggunakan

teknologi. Artinya, semakin tinggi minat seseorang untuk menggunakan suatu sistem, maka semakin besar kemungkinan orang tersebut benar-benar menggunakan sistem tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, apabila konsumen memiliki minat yang tinggi terhadap penggunaan QRIS, maka penggunaan aktual QRIS juga cenderung akan meningkat.

Hasil penelitian terdahulu juga menunjukkan bahwa minat memiliki hubungan dengan penggunaan aktual. Penelitian (Andriani, Wahyuningsih, et al., 2024) menunjukkan bahwa minat penggunaan berperan dalam mendorong keputusan penggunaan QRIS pada UMKM. Selain itu, penelitian (Ramayanti et al., 2025) menunjukkan bahwa *intention to use* berpengaruh terhadap penggunaan aktual QRIS. Temuan ini memperkuat bahwa minat menggunakan menjadi faktor penting dalam mendorong perilaku penggunaan teknologi pembayaran digital. Oleh karena itu, berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu tersebut, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H3: Minat Menggunakan berpengaruh positif terhadap Penggunaan QRIS pada konsumen pengguna QRIS UMKM SRC Sugianto di Desa Jeblogan, Ngawi.

4. Pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap Penggunaan QRIS

Pada UMKM SRC Sugianto di Ngawi, fasilitas pembayaran menggunakan QRIS telah tersedia dan dapat digunakan oleh konsumen

sebagai salah satu alternatif transaksi non tunai. Namun, dalam pelaksanaannya tidak semua konsumen langsung memanfaatkan QRIS saat berbelanja. Sebagian konsumen masih memilih pembayaran tunai karena merasa lebih terbiasa, sedangkan sebagian lainnya mulai menggunakan QRIS ketika proses penggunaannya dirasa mudah, sederhana, dan tidak menyulitkan. Kondisi ini menunjukkan bahwa kemudahan dalam penggunaan QRIS tidak hanya dapat menumbuhkan ketertarikan konsumen, tetapi juga dapat mendorong konsumen untuk langsung menggunakan QRIS dalam transaksi nyata. Dengan demikian, semakin tinggi persepsi kemudahan penggunaan yang dirasakan konsumen, maka semakin besar pula kemungkinan konsumen menggunakan QRIS saat bertransaksi di UMKM SRC Sugianto.

Persepsi kemudahan penggunaan tidak hanya dapat meningkatkan minat menggunakan, tetapi juga dapat mendorong pengguna untuk langsung menggunakan suatu teknologi. Menurut (Davis, 1989), ketika suatu teknologi dianggap mudah dipahami dan tidak membutuhkan usaha yang besar untuk digunakan, maka pengguna cenderung lebih cepat menerima dan menggunakannya. Dalam konteks *Technology Acceptance Model* (TAM), *Perceived Ease of Use* menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi penerimaan dan penggunaan aktual suatu sistem. Oleh karena itu, apabila konsumen merasa bahwa proses pembayaran dengan QRIS mudah dilakukan, sederhana, dan fleksibel,

maka konsumen akan lebih terdorong untuk menggunakan QRIS secara langsung dalam transaksi.

Hasil penelitian terdahulu juga mendukung hubungan tersebut. Penelitian (Rahimi et al., 2024) menunjukkan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh terhadap penggunaan QRIS. Selain itu, penelitian (Widowati et al., 2022) juga menunjukkan bahwa adopsi QRIS pada UMKM dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan merupakan faktor penting yang dapat memengaruhi keputusan dan perilaku penggunaan QRIS. Oleh karena itu, berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu tersebut, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H4: *Perceived Ease of Use* (Persepsi Kemudahan Penggunaan) berpengaruh positif terhadap Penggunaan QRIS pada konsumen pengguna QRIS UMKM SRC Sugianto di Desa Jeblogan, Ngawi.

5. Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap Penggunaan QRIS

Pada UMKM SRC Sugianto di Ngawi, QRIS telah tersedia sebagai salah satu metode pembayaran digital yang dapat digunakan oleh konsumen saat bertransaksi. Meskipun demikian, keputusan konsumen untuk benar-benar menggunakan QRIS tidak hanya dipengaruhi oleh tersedianya fasilitas tersebut, tetapi juga oleh manfaat yang dirasakan saat melakukan pembayaran. Konsumen cenderung akan lebih terdorong menggunakan QRIS apabila mereka merasa bahwa sistem

tersebut memberikan keuntungan nyata, seperti mempercepat proses transaksi, membuat pembayaran lebih praktis, mengurangi penggunaan uang tunai, serta memberikan kemudahan dalam aktivitas belanja sehari-hari. Kondisi ini menunjukkan bahwa semakin besar manfaat yang dirasakan konsumen terhadap penggunaan QRIS, maka semakin besar pula kemungkinan konsumen menggunakan QRIS secara langsung dalam transaksi di UMKM SRC Sugianto.

Persepsi kemanfaatan merupakan keyakinan pengguna bahwa suatu teknologi memberikan manfaat nyata dalam mendukung aktivitasnya. Menurut (Davis, 1989), apabila pengguna merasa bahwa suatu teknologi mampu meningkatkan efektivitas, efisiensi, dan kenyamanan dalam melakukan aktivitas, maka pengguna akan lebih terdorong untuk menggunakannya. Dalam kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM), *Perceived Usefulness* merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi penerimaan dan penggunaan aktual suatu teknologi. Oleh karena itu, apabila konsumen merasa bahwa QRIS memberikan manfaat seperti transaksi yang lebih cepat, praktis, dan efisien, maka konsumen cenderung akan menggunakan QRIS dalam transaksi sehari-hari.

Hasil penelitian terdahulu juga menunjukkan adanya hubungan positif antara persepsi kemanfaatan dan penggunaan QRIS. Penelitian (Rahimi et al., 2024) menunjukkan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh terhadap penggunaan QRIS. Selain itu, penelitian (Kamilah & Haryati, 2024) menunjukkan bahwa manfaat berpengaruh positif terhadap

penggunaan QRIS untuk transaksi pembayaran pada UMKM. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin besar manfaat yang dirasakan pengguna, maka semakin tinggi kemungkinan pengguna melakukan penggunaan QRIS secara aktual. Oleh karena itu, berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu tersebut, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H5: *Perceived Usefulness* (Persepsi Kemanfaatan) berpengaruh positif terhadap Penggunaan QRIS pada konsumen pengguna QRIS UMKM SRC Sugianto di Desa Jeblogan, Ngawi.

6. Pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap Penggunaan QRIS melalui Minat Menggunakan

Pada UMKM SRC Sugianto di Ngawi, QRIS telah tersedia sebagai salah satu metode pembayaran digital yang dapat digunakan konsumen saat bertransaksi. Namun, dalam praktiknya penggunaan QRIS oleh konsumen tidak selalu terjadi secara langsung hanya karena fasilitas tersebut tersedia. Sebagian konsumen biasanya akan mulai menggunakan QRIS setelah mereka merasa bahwa sistem tersebut mudah dipahami, mudah dipelajari, dan tidak rumit saat digunakan. Kemudahan tersebut dapat menumbuhkan rasa tertarik dan keinginan untuk mencoba QRIS terlebih dahulu. Setelah minat tersebut terbentuk, konsumen cenderung akan lebih terdorong untuk benar-benar menggunakan QRIS dalam aktivitas transaksi sehari-hari. Kondisi ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan tidak hanya

dapat memengaruhi penggunaan QRIS secara langsung, tetapi juga dapat memengaruhi penggunaan QRIS melalui terbentuknya minat menggunakan sebagai variabel perantara.

Dalam *Technology Acceptance Model* (TAM), persepsi kemudahan penggunaan tidak hanya dapat memengaruhi penggunaan aktual secara langsung, tetapi juga dapat membentuk minat menggunakan terlebih dahulu. Ketika konsumen merasa bahwa QRIS mudah dipelajari, mudah dipahami, dan tidak rumit saat digunakan, maka konsumen cenderung memiliki minat untuk menggunakan QRIS. Minat tersebut kemudian dapat mendorong konsumen untuk benar-benar menggunakan QRIS dalam aktivitas transaksi sehari-hari. Secara teoritis, Davis (1989) menjelaskan bahwa *perceived ease of use* merupakan salah satu konstruk utama yang dapat memengaruhi *behavioral intention to use*, yang selanjutnya berdampak pada *actual use*.

Hasil penelitian terdahulu juga mendukung adanya hubungan tidak langsung tersebut. Penelitian (Sidanti et al., 2021) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dapat memengaruhi niat menggunakan teknologi pembayaran digital melalui variabel intervening dalam model penerimaan teknologi. Temuan tersebut menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan dapat membentuk minat menggunakan terlebih dahulu, yang kemudian berpengaruh terhadap perilaku penggunaan aktual. Dengan demikian, minat menggunakan dalam penelitian ini dipandang mampu memediasi pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap

penggunaan QRIS. Dengan demikian, minat menggunakan dipandang berperan sebagai variabel intervening yang memperkuat hubungan antara persepsi kemudahan penggunaan dengan penggunaan QRIS.

H6: *Perceived Ease of Use* (Persepsi Kemudahan Penggunaan) berpengaruh positif terhadap Penggunaan QRIS melalui Minat Menggunakan pada konsumen pengguna QRIS UMKM SRC Sugianto di Desa Jeblogan, Ngawi.

7. Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap Penggunaan QRIS melalui Minat Menggunakan

Pada UMKM SRC Sugianto di Ngawi, QRIS telah tersedia sebagai salah satu metode pembayaran digital yang dapat digunakan oleh konsumen saat bertransaksi. Namun, penggunaan QRIS oleh konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh ketersediaan fasilitas, tetapi juga oleh manfaat yang dirasakan dari sistem pembayaran tersebut. Konsumen umumnya akan lebih tertarik menggunakan QRIS apabila mereka merasa bahwa QRIS mampu memberikan manfaat nyata, seperti mempercepat proses transaksi, mempermudah pembayaran, mengurangi penggunaan uang tunai, dan membuat aktivitas belanja menjadi lebih efisien. Ketika manfaat tersebut dirasakan oleh konsumen, maka akan muncul minat untuk menggunakan QRIS. Minat tersebut selanjutnya dapat mendorong konsumen untuk benar-benar menggunakan QRIS dalam transaksi sehari-hari. Kondisi ini menunjukkan bahwa persepsi kemanfaatan tidak hanya dapat

memengaruhi penggunaan QRIS secara langsung, tetapi juga dapat memengaruhi penggunaan QRIS melalui minat menggunakan sebagai variabel perantara.

Dalam *Technology Acceptance Model* (TAM), persepsi kemanfaatan merupakan faktor penting yang dapat membentuk minat seseorang untuk menggunakan teknologi. Ketika konsumen merasa bahwa QRIS memberikan manfaat nyata, seperti mempercepat transaksi, mempermudah pembayaran, dan meningkatkan efisiensi, maka konsumen cenderung memiliki minat yang lebih tinggi untuk menggunakan QRIS. Minat tersebut selanjutnya dapat mendorong penggunaan QRIS secara aktual dalam aktivitas belanja. Menurut Davis (1989), *perceived usefulness* memiliki pengaruh penting terhadap *behavioral intention to use*, yang kemudian berdampak pada *actual use*.

Hasil penelitian terdahulu juga mendukung adanya hubungan tidak langsung tersebut. Penelitian (Sholihah & Nurhapsari, 2023b) menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan berpengaruh terhadap intensi penggunaan QRIS, sedangkan (Andriani, Wahyuningsih, et al., 2024) menunjukkan bahwa minat penggunaan berperan dalam mendorong keputusan penggunaan QRIS. Hal ini menunjukkan bahwa minat menggunakan dapat berperan sebagai variabel intervening dalam hubungan antara *Perceived Usefulness* dan penggunaan QRIS. Dengan demikian, minat menggunakan dipandang berperan sebagai variabel

intervening yang memperkuat hubungan antara persepsi kemanfaatan dengan penggunaan QRIS.

H7: *Perceived Usefulness* (Persepsi Kemanfaatan) berpengaruh positif terhadap Penggunaan QRIS melalui Minat Menggunakan pada konsumen pengguna QRIS UMKM SRC Sugianto di Desa Jeblogan, Ngawi.