

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Manfaat

2.1.1.1 Definisi Manfaat

Pengertian manfaat menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah guna atau faedah, laba atau untung. Dari pengertian diatas maka dapat dikatakan bahwa manfaat-manfaat yang diperoleh itu tentunya akan menyebabkan perubahan terhadap suatu fungsi tertentu dalaam suatu pranata. Selanjutnya Davis (Rithmaya, 2018) menyatakan bahwa manfaat atau *perceived usefulness* yaitu suatu ukuran yang diberikan dengan menggunakan sebuah teknologi dapat mendatangkan manfaat bagi yang menggunakan teknologi tersebut.

Kartikasari (2019) mengemukakan bahwa persepsi kegunaan atau manfaat adalah suatu kepercayaan yang diberikan oleh seseorang terhadap keputusan yang diberikan apakah suatu sistem tersebut dipercaya akan memberikan manfaat, jika bermanfaat maka orang tersebut menggunakannya atau jika seseorang merasa percaya bahwa sistem tersebut kurang bermanfaat maka dia tidak menggunakannya.

Perkembangan *elektronik banking* memberikan manfaat terhadap industri perbankan itu sendiri yaitu menghasilkan pendapatan *fee-based in come*, mengurangi biaya transaksi, meningkatkan kepercayaan serta loyalitas nasabah dan juga untuk pengembangan bisnis sesuai dengan tuntutan zaman, sedangkan untuk

nasabah yaitu memberikan kenyamanan dan kemudahan dalam melakukan transaksi secara bebas, yang tak dibatasi oleh lokasi dan waktu, dapat dinikmati oleh nasabah *anytime, anywhere* dan *by any device* (OJK, 2017).

Sedangkan menurut Supriyono dalam (Anisa, 2016) keuntungan yang didapatkan oleh nasabah yaitu:

- a. Dapat melakukan transaksi kapanpun dan dimanapun asal tersedianya fasilitas internet yang memadai;
- b. Sangat efisien jika digunakan, baik dari segi waktu maupun dari segi biaya, tanpa harus perlu datang ke kantor bank maupun ke ATM; dan
- c. Keamanan yang berlapis dalam transaksi seperti *security user ID*, PIN dan *keytoken* untuk mengamankan transaksi.

Ada beberapa faktor yang yang digunakan untuk mengukur persepsi penggunaan terhadap manfaat dari suatu teknologi tersebut, menurut (Istiarni, 2016) yaitu:

- a. Kegunaan, yang meliputi beberapa dimensi ukuran seperti menjadikan suatu pekerjaan untuk menjadi lebih mudah, bermanfaat terhadap pekerjaan dan dapat menambah produktivitas dengan menggunakan teknologi tersebut; dan
- b. Kemudian efektivitas yaitu meliputi beberapa dimensi ukuran yang dapat mempertinggi efektivitas dan efisien dalam melakukan pekerjaan serta juga dapat mengembangkan kinerja pekerjaan.

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa manfaat merupakan hal, cara, hasil kerja dalam memanfaatkan sesuatu yang berguna.

2.1.1.2 Jenis-Jenis Manfaat

Manfaat menurut Mangkoesobroto, Musgrave *and* Musgrave, dapat dibedakan menjadi 3 (tiga), yaitu sebagai berikut.

a. Manfaat Langsung (*Direct Benefits*)

Manfaat yang diterima sebagai akibat adanya proyek, seperti naiknya nilai hasil produksi barang atau jasa, perubahan bentuk, turunnya biaya, dan lain-lain. Kenaikan nilai hasil produksi dapat disebabkan karena meningkatnya jumlah produk dan kualitas dari produk sebagai akibat adanya proyek. Misal:

- 1) Kenaikan produksi padi karena adanya irigasi;
- 2) Turunnya biaya pengangkutan karena perbaikan jalan; dan
- 3) Membaiknya *job description* diantara tenaga kerja karena perbaikan cara kerja.

b. Manfaat Tidak Langsung (*Indirect Benefits*)

Manfaat yang timbul sebagai dampak yang bersifat *multiplier effects* dari proyek yang dibangun terhadap kegiatan pembangunan 35 lainnya. Contoh: perbaikan jalan menyebabkan timbulnya berbagai kegiatan masyarakat dalam memanfaatkan potensi ekonomi di sepanjang jalan yang dibangun, kemudian keberadaan kampus atau perguruan tinggi yang menyebabkan adanya berbagai kegiatan yang ditimbulkan bagi masyarakat yang ada disekitar dan memanfaatkan potensi yang ada misalnya memenuhi kebutuhan mahasiswa.

c. Manfaat Tidak Kentara (*Intangible Benefits*)

Manfaat dari pembangunan proyek yang sulit diukur dalam bentuk uang, seperti perubahan pola pikir masyarakat, perbaikan lingkungan, berkurangnya

pengangguran, peningkatan ketahanan nasional, kemantapan tingkat harga dan lainnya.

2.1.2 Kemudahan

2.1.2.1 Definisi Kemudahan

Segala sesuatu yang dapat mempermudah dan memperlancar usaha. Wibowo (Yudha, 2017) persepsi tentang kemudahan penggunaan suatu teknologi menyatakan seseorang yang mempercayakan bahwa penggunaan suatu teknologi tersebut mudah untuk dipahami dan juga digunakan, yang dinyatakan dengan suatu ukuran. Sedangkan menurut Davis (Rithmaya, 2018) menyatakan bahwa *perceived ease of use* pada sebuah teknologi merupakan suatu ukuran yang yang diberikan dimana orang tersebut percaya bahwa dapat dengan mudah memahami dan menggunakan sebuah komputer.

Kemudahan penggunaan (*easy of use*) adalah suatu tingkatan dimana seorang percaya bahwa computer dapat dengan mudah dipahami. Berdasarkan definisi di atas bahwa kemudahan penggunaan dapat mengurangi usaha (baik waktu dan tenaga) seseorang dalam mempelajari komputer (Rahman & Dewantara, 2017).

Kemudahan merupakan seberapa orang percaya bahwasanya memakai teknologi menurutnya akan terbebas dari suatu usaha (Dewi & Warmika, 2016). Dari berbagai definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kemudahan adalah tolak ukur kepercayaan dimana teknologi atau situs mudah digunakan dan bebas dari usaha dan bebas dari ketertarikan konsumen berinteraksi *online*.

2.1.2.2 Faktor yang Memengaruhi Kemudahan

Menurut (Istiarni, 2016) ada beberapa faktor yang dapat memengaruhi terhadap persepsi seseorang dalam kemudahan untuk menggunakan suatu teknologi yaitu:

- a. Fokus pada teknologi tersebut, seperti pengalaman seseorang yang telah menggunakan suatu teknologi yang hampir mirip dengan penggunaan teknologi tersebut;
- b. Reputasi yang diberikan oleh pengguna terhadap teknologi tersebut. Ini memiliki peran penting jika reputasi yang sering diberikan baik atau mudah digunakan maka seseorang yang lain lebih mudah untuk tertarik menggunakan teknologi tersebut; dan
- c. Tersedianya fasilitas pendukung yang bisa dijadikan referensi ketika seseorang mengalami kesulitan dalam menggunakan teknologi tersebut, dengan kenyamanan dan rasa yakin yang dimiliki terhadap kesulitan yang dihadapi dengan mekanisme yang handal mendorong persepsi penggunaan ke arah yang positif.

2.1.2.3 Indikator Kemudahan

Segala sesuatu yang dikerjakan adakalanya diluar ekspektasi, supaya pekerjaan yang rumit tersebut dapat mudah. Adapun indikator kemudahan menurut Alwadani (2017) sebagai berikut.

1. Kemudahan mengenali;
2. Kemudahan navigasi;
3. Kemudahan mengumpulkan informasi; dan

4. Kemudahan membeli.

Adapun indikator kemudahan menurut Davis (2000) dan Wijaya (2006) yang selanjutnya dimodifikasi dalam penggunaan aplikasi *mobile commerce* sebagai berikut :

1. Aplikasi *mobile commerce* mudah digunakan;
2. Aplikasi *mobile commerce* mudah dimengerti;
3. Aplikasi *mobile commerce* sangat fleksibel digunakan, karena tidak diperlukan komputer untuk mengaksesnya;
4. Aplikasi *mobile commerce* mudah dipelajari;
5. Aplikasi *mobile commerce* tidak menyulitkan pengguna; dan
6. Aplikasi *mobile commerce* tidak memerlukan tahap instalasi yang rumit.

Menurut (Irmadhani & Nugroho, 2019) kemudahan dalam penggunaan suatu teknologi dapat dilihat dari beberapa dimensi yaitu:

1. Mudah di pahami artinya seseorang tidak membutuhkan usaha yang besar untuk memahami sistem tersebut;
2. Tidak sulit untuk di pelajari, seorang yang ingin menggunakan fasilitas internet banking mudah untuk mempelajari bagaimana sistem tersebut digunakan, biasanya hal tersebut mudah didapatkan baik dari *website* bank ataupun dari media yang lainnya;
3. Mudah untuk mengoperasikan sistem sesuai dengan apa yang ingin individu kerjakan atau lakukan;
4. Sistem mudah digunakan, kemudahan dalam menggunakan sistem merupakan hal yang harus diperhatikan, sebab pada era teknologi ini

kemudahan merupakan poin penting seseorang untuk menggunakan fasilitas yang ditawarkan.

2.1.3 Risiko

2.1.3.1 Definisi Risiko

Menurut Jogiyanto (Kartikasari, 2019) persepsi risiko merupakan suatu persepsi yang diberikan oleh konsumen terhadap ketidakpastian yang akan diterima dan konsekuensi yang akan dialami oleh konsumen setelah melakukan suatu kegiatan transaksional. Ketidakpastian ini menjadi bahan pertimbangan konsumen terhadap kemungkinan-kemungkinan yang dihadapi.

Persepsi risiko menurut Faradilla (Suci, d. W., Raharjo, K., & Andini, 2017) menyatakan bahwa suatu penilaian yang diberikan individu terhadap anggapan kemungkinan terjadinya hasil yang bersifat positif maupun yang bersifat negatif yang terjadi dalam suatu proses transaksi maupun pada suatu kondisi yang dialami, Namun persepsi risiko selalu identik dengan kerugian-kerugian yang akan dihadapi oleh konsumen. persepsi konsumen yang besar terhadap risiko yang terjadi juga berpengaruh terhadap minat menggunakan *QRIS* itu sendiri maupun terhadap sistem *QRIS*.

Dari beberapa definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa risiko merupakan besarnya penyimpangan antara tingkat pengembalian yang diharapkan (*expected return –ER*) dengan tingkat pengembalian aktual (*actual return*).

2.1.3.2 Macam-Macam Risiko Penggunaan *Internet Banking*

Sebelum melakukan transaksi dengan menggunakan fasilitas layanan *internet banking* yang diketahui sebagai transaksi berbasis *online*, tentunya memiliki risiko yang tidak secara langsung dirasakan, terlebih dahulu nasabah telah mempertimbangkan terhadap kemungkinan-kemungkinan yang bisa saja didapatkannya (Kartikasari, 2019).

Menurut (OJK, 2017) Risiko-risiko yang bisa terjadi ketika menggunakan *internet banking* yang dapat dilakukan melalui beberapa media seperti melalui *User ID, Password, Token, Akun Medsos*. Dengan melalui beberapa modus seperti:

1. *Phising* yaitu suatu tindakan yang dilakukan dengan meminta pengguna komputer untuk memberikan informasi yang bersifat rahasia dengan cara mengirimkan pesan penting yang bersifat palsu kepada nasabah baik melalui *email, website* dan lain-lain. Pesan palsu yang dikirimkan biasanya selalu diikuti dengan ancaman jika tidak memberikan informasi tersebut, sehingga nasabah terjebak untuk memberikannya. Sehingga jika ada email atau pesan yang masuk yang mencurigakan dapat dilakukan *crosscek* dengan menghubungi *callcenter*. Jika benar resmi dari pihak bank baru diberikan, jika tidak laporkan kepada pihak bank sebagai bentuk antisipasi.
2. *MAN/Malware in the browser (MIB)* merupakan pembobolan rekening *internet banking* milik nasabah yang dilakukan dengan menggunakan *software* jahat atau biasa dikenal dengan *malware* yang telah menginfeksi *browser* internet nasabah. Hal ini sulit diketahui oleh nasabah itu sendiri, hal ini baru dapat dirasakan oleh nasabah ketika duit yang ada pada akunnya berkurang atau ada

email masuk atas transaksi yang dilakukan.

3. *Typosite* yaitu suatu halaman web yang dibuat mirip dengan halaman web resmi suatu bank (*website internet banking*) sehingga nasabah *internet banking* memasukkan *password*, *user id*, dan informasi lainnya pada web palsu tersebut, yang dapat digunakan oleh pelaku untuk mengakses *website* yang sebenarnya, guna mengambil dana nasabah.
4. *Keylogging (keylogger)* merupakan suatu perangkat yang dipasang antara *keyboard* dan *cpu* yang berfungsi untuk merekam apapun yang diketik oleh nasabah pada *keyboard*, tanpa diketahui oleh Nasabah sebab pada layar *password* yang ditampilkan tertutup.

Terlepas dari risiko-risiko yang terjadi, transaksi dengan *internet banking* juga telah diberikan beberapa fitur keamanan, seperti yang dikatakan oleh Supriyono (Anisa, 2016) antara lain yaitu:

1. Dalam menggunakan *QRIS* nasabah diberikan pin sebagai kode akses, pin yang diberikan merupakan kode rahasia pribadi yang tidak boleh diketahui oleh orang lain yang dapat berisiko fatal bagi pemiliknya.
2. *User ID* bersifat Rahasia dan *key token* tidak dapat dipinjamkan kepada orang yang lain baik kepada teman ataupun saudara karena itu bersifat pribadi dan rahasia, serta mengakses situs bank yang resmi bukan situs palsu, sebab ada beberapa situs palsu yang dibuat untuk melakukan tindak kejahatan atau memanfaatkan kelengahan dari konsumen untuk menguras saldo konsumen.
3. Nasabah dapat melakukan pergantian PIN secara berkala untuk meminimalisir terhadap risiko terjadinya tindakan kejahatan.

4. Nomor telepon yang sudah terdaftar resmi *Database* situs bank harus dilindungi, apabila tidak digunakan lagi dapat di *unregistered*, sebelum dibuang.

2.1.3.3 Persepsi Risiko Penggunaan QRIS

Adapun persepsi risiko yang akan dihadapi oleh seseorang yang akan menggunakan *QRIS* menurut (Sulastini, N. P., & Warnika, 2018) diantaranya:

1. Penggunaan layanan *QRIS* akan mendatangkan kerugian secara finansial, kerugian finansial memungkinkan untuk terjadi jika kesalahan yang diakibatkan oleh diri sendiri pengguna, seperti salah dalam menggunakan *website* atau hal lainnya ataupun sistem yang bisa diakses oleh oranglain (bukan pengguna) dan digunakan untuk melakukan transaksi atau mengambil uang dari rekening pengguna aslinya, namun tingkat keamanan yang diberikan oleh bank sudah dijamin dan jika nasabah mengalami kerugian dapat melaporkan dan kerugian yang diderita akan diganti oleh bank, jika kesalahan tersebut merupakan kesalahan dari pihak perbankan yang menyediakan fasilitas *internet banking*.
2. Data pribadi pengguna *QRIS* akan menjadi tidak aman, Data pribadi merupakan hal yang sangat penting pada era sekarang, bagaimana tidak, banyak data pribadi yang di curi oleh pihak yang tidak bertanggung jawab untuk diperjualbelikan demi meraup keuntungan, data pribadi merupakan hal yang harus dijaga oleh bank sebagaimana yang telah diatur dalam undang-undang terkait dengan data nasabah. Bank sangat merahasiakan identitas nasabahnya, hanya akan diberikan untuk hal yang diatur undang-undang seperti permintaan dari pihak kepolisian atau pihak lain yang sesuai dengan kejelasan dan sesuai

peraturan.

3. Risiko yang dirasakan terhadap penggunaan layanan internet banking sangat besar, hal ini merupakan persepsi akan kemungkinan-kemungkinan risiko yang dihadapi jika menggunakan fasilitas *internet banking*, setiap produk yang ditawarkan pasti memiliki kelebihan dan kekurangan, namun hal yang terpentingnya adalah seberapa besar manfaat yang diberikan dari produk tersebut dan risiko yang di hadapi harus jauh lebih kecil dari manfaat yang diberikan, dan risiko-risiko tersebut juga harus di proteksi supaya tidak terjadi, baik secara sistem atau mengajarkan pengguna untuk apa yang harus dilakukan ketika kemungkinan risiko itu ada atau memberikan pemberitahuan dan pembelajaran terkait penggunaan fasilitas *internet banking*.

2.1.4 Quick Respond Indonesia Standard (QRIS)

Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) adalah standarisasi pembayaran menggunakan metode *QR Code* dari Bank Indonesia agar proses transaksi dengan *QR Code* menjadi lebih mudah, cepat, dan terjaga keamanannya.

2.1.4.1 Pengertian QRIS

Quick Response Code Indonesian Standard atau biasa disingkat QRIS (dibaca KRIS) adalah penyatuan berbagai macam QR dari berbagai Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) menggunakan *QR Code*. QRIS dikembangkan oleh industri sistem pembayaran bersama dengan Bank Indonesia agar proses transaksi dengan *QR Code* dapat lebih mudah, cepat, dan terjaga keamanannya. Semua Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran yang akan menggunakan *QR Code*

Pembayaran wajib menerapkan QRIS.

Tabel 2.1
Perbedaan Transaksi Sebelum dan Sesudah QRIS

Metode Transaksi Sebelum QRIS	Metode Transaksi Sesudah QRIS
Merchant harus menyediakan beberapa aplikasi pembayaran di tokonya. Konsumen yang membayar secara non tunai, harus memastikan bahwa aplikasi pembayaran yang dimilikinya harus tersedia pada <i>merchant</i> .	Merchant tidak perlu mempersiapkan banyak aplikasi pembayaran, hanya menyediakan satu <i>QR Code</i> di tokoh dan <i>QR Code</i> dapat di scan oleh mahasiswa/i dengan berbagai aplikasi pembayaran di <i>smartphone</i> .

Sumber: www.bi.go.id

Bank Indonesia meluncurkan *Standard Quick Response (QR) Code* untuk pembayaran melalui aplikasi uang *elektronik server based*, dompet elektronik, atau mobile banking yang disebut *QR Code* Indonesian Standar, bertepatan dengan Hari Ulang Tahun (HUT) ke-74 Kemerdekaan RI, pada 17 Agustus 2019 di Jakarta. Peluncuran QRIS merupakan salah satu implementasi Visi Sistem Pembayaran Indonesia (SPI) 2025, yang telah dicanangkan pada Mei 2019 lalu. ketentuan QRIS dapat dilihat pada No. 21/16/PADG/2019 tentang Implementasi Standar Nasional *Quick Response Code* untuk Pembayaran.

2.1.4.2 Visi Sistem Pembayaran Indonesia Tahun 2025

Adapaun visi Bank Indonesia sistem pembayaran non-tunai dengan menggunakan jasa produk QRIS sebagai berikut.

- a. SPI (Sistem Pembayaran Indonesia) 2025 mendukung integrasi ekonomi-keuangan digital nasional sehingga menjamin fungsi bank sentral dalam proses peredaran uang, kebijakan moneter, dan stabilitas sistem keuangan, serta mendukung inklusi keuangan.

- b. SPI (Sistem Pembayaran Indonesia) 2025 mendukung digitalisasi perbankan sebagai lembaga utama dalam ekonomi keuangan *digital* melalui *open-banking* maupun pemanfaatan teknologi *digital* dan data dalam bisnis keuangan.
- c. SPI (Sistem Pembayaran Indonesia) 2025 menjamin *interlink* antara *Fin-tech* dengan perbankan untuk menghindari risiko *shadow-banking* melalui pengaturan teknologi digital (seperti API), kerjasama bisnis, maupun kepemilikan perusahaan.
- d. SPI (Sistem Pembayaran Indonesia) 2025 menjamin keseimbangan antara inovasi dengan *consumers protection*, integritas dan stabilitas serta persaingan usaha yang sehat melalui penerapan KYC (*Know Your Costumer*) & AML (*Anti Money Laundering*) – (*And Counter Financing of Laundering*), kewajiban keterbukaan untuk data, informasi, bisnis publik dan penerapan *reg-tech* & *sup-tech* dalam kewajiban pelaporan, regulasi dan pengawasan.
- e. SPI 2025 menjamin kepentingan nasional dalam ekonomi keuangan *digital* antar negara melalui kewajiban pemrosesan semua transaksi domestik di dalam negeri dan kerjasama penyelenggara asing dengan domestik, dengan memperhatikan prinsip resiprokalitas.

2.1.4.3 Jenis pembayaran menggunakan QRIS

Dari laman Bank Indonesia dijelaskan bahwa terdapat 3 (tiga) jenis pembayaran dalam menggunakan QRIS, yaitu:

- a. *Merchant Presented Mode* (MPM) Statis

Paling mudah, merchant cukup memajang satu *sticker* atau *print-out* QRIS dan gratis. Pengguna hanya melakukan scan, masukkan nominal,

masukkan PIN dan klik bayar. Notifikasi transaksi langsung diterima pengguna ataupun merchant. QRIS MPM Statis sangat cocok bagi usaha mikro dan kecil;

b. *Merchant Presented Mode (MPM) Dinamis*

QR dikeluarkan melalui suatu *device* seperti mesin EDC atau smartphone. Merchant harus memasukkan nominal pembayaran terlebih dahulu, kemudian pelanggan melakukan scan QRIS yang tampil atau tercetak. QRIS MPM Dinamis sangat cocok untuk merchant skala usaha menengah dan besar atau dengan volume transaksi tinggi;

c. *Customer Presented Mode (CPM)*

Pelanggan cukup menunjukkan QRIS yang ditampilkan dari aplikasi pembayaran pelanggan untuk discan oleh merchant. QRIS CPM lebih ditujukan untuk merchant yang membutuhkan kecepatan transaksi tinggi seperti penyedia transportasi, parkir dan ritel modern;

2.1.4.4 Manfaat QRIS

Dalam laman bank Indonesia, terdapat beberapa manfaat dari standarisasi *QR Code* dengan QRIS, diantaranya:

1. Bagi pengguna aplikasi pembayaran
 - a. Cepat dan kekinian;
 - b. Tidak perlu repot lagi membawa uang tunai;
 - c. Tidak perlu pusing memikirkan QR siapa yang terpasang; dan
 - d. Terlindungi karena semua PJSP penyelenggara QRIS sudah pasti memiliki izin dan diawasi oleh bank Indonesia;

2. Bagi *Merchant*/Toko

- a. Penjualan berpotensi meningkat karena dapat menerima pembayaran berbasis QR apapun;
- b. Meningkatkan *branding*;
- c. Kekinian;
- d. Lebih praktis karena cukup menggunakan satu QRIS;
- e. Mengurangi biaya pengelolaan kas;
- f. Tidak perlu menyediakan uang kembalian;
- g. Transaksi tercatat otomatis dan bisa dilihat setiap saat;
- h. Terpisahnya uang untuk usaha dan personal;
- i. Memudahkan rekonsiliasi dan berpotensi mencegah tindak kecurangan dari pembukuan transaksi tunai;
- j. Membangun informasi credit profile untuk memudahkan memperoleh kredit kedepan;

2.1.4.5 Tujuan Standarisasi *QR Code*

Dalam bertransaksi ada tujuan standarisasi *QR code* yang dilakukan oleh Bank Indonesia adalah:

- a. Untuk melindungi konsumen serta menciptakan kompetisi antar merchant yang sehat. Pasalnya, saat ini pasar bisnis *QR code* telah dikuasai oleh penyelenggara-penyelenggara besar. Namun selanjutnya, melalui QRIS, diharapkan akan terbuka ruang sebesar-besarnya untuk berkompetisi. Baik itu untuk penyelenggara besar maupun kecil.

- b. Dengan munculnya standarisasi ini, merchant kecilpun akan memiliki ruang untuk mengembangkan teknologi serta inovasinya. Karena tentu saja, pengusaha atau penyelenggara QR wajib taat pada aturan main yang berlaku, dan menyesuaikan layanannya dengan standar yang sudah ditetapkan yang turut diuntungkan tentu saja para konsumen yang tidak perlu lagi mengunduh banyak aplikasi yang dikeluarkan oleh perusahaan jasa pembayaran atau bank yang berbeda. Kedepannya konsumen bisa melakukan pembayaran dengan sistem *QR code* apapun melalui merchant-merchant apapun karena sudah saling terkoneksi.
- c. Diharapkan, adanya standarisasi *QR code* ini akan memacu jumlah transaksi dengan instrument *QR code* secara signifikan. Kedepannya, pembayaran non-tunai tidak hanya bisa dinikmati oleh penduduk kota-kota besar, namun juga masyarakat di pelosok desa. Era ekonomi *digital* telah dimulai, tentu tantangan ke depan akan semakin besar. Maka langkah Bank Indonesia dalam melakukan standarisasi *QR code* ini layak diapresiasi, karena jelas konsumen akan lebih terlindungi, transaksi keuangan digital yang lebih amanpun bisa tercapai, serta terciptanya persaingan antar *merchant* yang lebih kompetitif dan penuh inovasi terbuka.

2.1.4.6 Cara menjadi Pengguna dan Merchant QRIS

Mengutip dari laman Bank Indonesia, terdapat beberapa cara yang dapat dilakukan bagi *merchant*/toko yang hendak menggunakan QRIS pada tokonya serta bagi pengguna/pembeli, yaitu:

1. Sebagai *Merchant*

- a. Apabila belum memiliki *account*, buka terlebih dahulu dengan datang ke kantor cabang atau mendaftar *online* pada salah satu PJSP penyelenggara QRIS;
- b. Lengkapi data usaha dan dokumen yang diminta oleh PJSP tersebut;
- c. Tunggu proses verifikasi, pembuatan *Merchant ID* dan pencetakan kode QRIS oleh PJSP;
- d. PJSP akan mengirimkan *sticker QRIS*;
- e. *Install* aplikasi sebagai *merchant QRIS*;
- f. PJSP melakukan edukasi kepada merchant mengenai tata cara menerima pembayaran;

2. Sebagai Pengguna

- a. Apabila belum memiliki akun, maka anda harus registrasi terlebih dahulu mengunduh aplikasi salah satu PJSP berijin QRIS yang terdaftar (*Cont:Shopeepay, LinkAja, atau Gopay*);
- b. Lakukan registrasi sesuai prosedur PJSP tersebut;
 - 1) Isi saldo pada akun anda;
 - 2) Gunakan untuk melakukan pembayaran pada merchant QRIS sesuai petunjuk di aplikasi anda;
 - 3) Buka aplikasi, cari *icon scan/gambar QR/pay, scan QRIS* yang ada pada merchant, masukan nominal, masukan PIN, klik bayar, cek notifikasi;

2.1.5 Penelitian Terdahulu

Kajian terhadap penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang terjadi dilakukan sebagai dasar penelitian ini. Hal demikian untuk mendukung dan memperoleh hasil penelitian yang akurat. Berikut adalah kajian terhadap penelitian terdahulu yang tersaji pada tabel berikut.

Tabel 2.2
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti, Tahun dan Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Sumber
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1	Andreas Septa Yogananda, I Made Bayu Dirgantara (2017) Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Untuk Menggunakan Instrumen Elektronik	Persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan dan kepercayaan memiliki pengaruh positif dan berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan, sedangkan persepsi risiko berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap niat untuk menggunakan.	Variabel persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi risiko	Subjek dan lokasi penelitian	Diponegoro Journal Of Management Volume 6, Nomor 4, Tahun 2017, Halaman 1-7, ISSN (Online): 2337-3792
2	Komang Agus Satria Pramudana, I Wayan Santika2 (2018) Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Harga dan Pemasaran Internet Terhadap Pemesanan Ulang Online Hotel di Bali	Persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemesanan ulang online; persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemesanan ulang	Variabel persepsi kemudahan penggunaan dan manfaat	Persepsi harga dan pemasaran	E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana 7.10(2018):2247-2256. ISSN: 2337-3067

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
		online; persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemesanan ulang online; dan pemasaran internet berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemesanan ulang online.			
3	Agung Edi Rustanto, Iis Kartini & Featy Octaviany (2019) Analysis of Perceived Benefits, Convenience, and Risk to the Effectiveness of Non-Cash Payments	persepsi manfaat pembayaran nontunai terhadap efektivitas penjualan sebesar 96,8%, persepsi kemudahan pembayaran non tunai untuk efektivitas penjualan adalah 84,5%, (3) persepsi risiko nontunai pembayaran terhadap efektivitas penjualan adalah 54,6%.	Variabel persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi risiko	Subjek dan lokasi penelitian	International Journal of Innovative Science and Research Technology ISSN No:-2456-2165, Volume 4, Issue 9, September – 2019
4	Hana Salsabila, dkk (2021), Pengaruh Persepsi Risiko, Manfaat dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Online pada Shopee	<i>The results showed that the risks, benefits and ease of use simultaneously had a significant effect on online purchasing decisions at Shopee, risk had a significant negative effect on online purchasing decisions at Shopee, benefits had a significant negative effect on online purchasing decisions at Shopee, ease of use has a significant effect on online purchasing decisions at Shopee.</i>	Kemudahan, Manfaat	Keputusan Pembelian	Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan Vol. 9 No. 1, 87-96

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
4	Andhika Bayu Pratama, I Dewa Gede Suputra (2019) Pengaruh Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik	persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan tingkat kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan pada minat mahasiswa reguler sore angkatan 2015 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana untuk menggunakan uang elektronik.	Variabel persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan	Kepercayaan	ISSN: 2302-8556 E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Vol.27.2.Mei (2019): 927 - 953
5	Hendra Prasetya, Scenda Erka Putra (2020) Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat Dan Risiko Pada Minat Penggunaan E-Money Di Surabaya	Hasilnya adalah persepsi kenyamanan dan manfaat secara parsial berpengaruh signifikan dan positif, sedangkan risiko berpengaruh signifikan dan negatif memengaruhi.	Variabel persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi risiko	Subjek dan lokasi penelitian	Jurnal Dinamika Ekonomi dan Bisnis, 17 (02) Oktober 2020, 151-158. ISSN P-ISSN: 1693-8275; E-ISSN: 2548-5644
6	Ratna Asri Saras Sati & M. Ramaditya (2020) Effect Of Perception Of Benefits, Easy Perception Of Use, Trust And Risk Perception Towards Interest Using E-Money	Persepsi manfaat dan Kepercayaan tidak memengaruhi minat dalam penggunaan e-money pada konsumen yang menggunakan Metland Card, Persepsi kemudahan penggunaan dan Persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan e-money pada konsumen yang menggunakan Metland Card	Variabel persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi risiko	Subjek dan lokasi penelitian	Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia – Tahun 2019/2020

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
7	Dian Widiyati & Neneng Hasanah (2020) Factors Affecting The Use Of E-Money (Study On E-Money User In City Of South Tangerang)	variabel Perceived Benefit dan Compatibility tidak berpengaruh terhadap penggunaan e-money, sedangkan Variabel Perceived Usefulness memengaruhi penggunaan e-money dan juga, Perceived of Benefit, Compatibility dan Perceived Usefulness berpengaruh terhadap penggunaan e-money secara bersama-sama.	Variabel Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan	Variabel compatibility	Jurnal Accountability Volume 9, Number 1, 2020, 36-45
8	Muhammad Fatih I'tishom, Sri Martini & Weni Novandari (2020) Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko Dan Persepsi Harga Terhadap Sikap Serta Keputusan Konsumen Untuk Menggunakan Go-Pay	persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap sikap, persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap sikap, persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap sikap, persepsi harga tidak berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen, sikap berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen.	Variabel persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi risiko	Subjek dan lokasi penelitian	Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi (JEBA) Volume 22 No 4 Tahun 2020
9	Heny Kurnianingsih (2020) Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Fitur Layanan, Dan	pengaruh kegunaan perceived, kemudahan penggunaan persivied, fitur layanan dan	Variabel persepsi kemudahan penggunaan	Fitur layanan, kepercayaan	Akunto teknologi: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Teknologi- Vol.12.No.1(2020)

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	
	Kepercayaan Terhadap Penggunaan Money Di Tengah	Minat E-Jawa	kepercayaan memiliki positif pada minat dalam menggunakan e-money			
10	Kohwin dkk (2021), Analisis Minat Penggunaan Dompot dengan pendekatan TAM pada Pengguna di Kota Surabaya	Ardianto, Rodiah & Sari Melati (2020) Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang	bahwa hasil penelitiannya adalah risiko berpengaruh tidak signifikan terhadap penggunaan aplikasi.	Variabel persepsi kemudahan penggunaan	-	Jurnal Pengembangan Wiraswasta 23 (1), 13
11	Siti Rodiah & Inaya Sari Melati (2020) Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang	Rodiah & Sari Melati (2020) Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang	Persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan, persepsi risiko, dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan e-wallet	Variabel persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi risiko	Kepercayaan	Journal of Economic Education and Entrepreneurship p-ISSN: 2721-835X e-ISSN : 2746-1076
12	Riana Multhazam, Marhawati, Muhammad Hasan, Mustari & Muh. Ihsan Said (2021) Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Penggunaan Uang Elektronik pada Aplikasi OVO	Multhazam, Marhawati, Muhammad Hasan, Mustari & Muh. Ihsan Said (2021) Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Penggunaan Uang Elektronik pada Aplikasi OVO	Kepercayaan, kemudahan, dan promosi berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi uang elektronik OVO, baik secara parsial maupun simultan.	Variabel persepsi kemudahan penggunaan	Kepercayaan dan promosi	BAEJ 2 (3) (2021) 252 - 259
14	Rizki Dewantara (2018), Pengaruh Kemudahan dan Kegunaan terhadap penggunaan mobile banking	Yudhi (2018), Persepsi dan Kegunaan terhadap penggunaan mobile banking	Bahwa hasil penelitiannya variabel kemudahan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan	Kemudahan dan Penggunaan	-	Jurnal Administrari Bisnis (JAB) Vol. 62, (1), 82-89

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
15	Oktafalia Marisa (2021) Persepsi Kemudahan, Penggunaan, Efektivitas, Dan Risiko Berpengaruh Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology	terdapat pengaruh yang signifikan dari persepsi kemudahan, efektifitas dan risiko terhadap minat bertransaksi dengan menggunakan Financial Technology konsumen di Pasar Tomang Barat Jakarta Barat	Variabel persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi risiko	Efektivitas	Jurnal Administrasi Kantor, Vol.8, No. 2, Desember 2020, 139-152 P - ISSN: 2337-6694 E- ISSN: 2527 9769
16	Hutami A. Ningsih, Endang M. Sasmita, Bida Sari (2021) Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (QRIS) Pada Mahasiswa	Persepsi tentang manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko berkontribusi 72,9% terhadap keputusan untuk menggunakan Uang elektronik berbasis QRIS di kalangan UPI Y.A.I. siswa	Variabel persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi risiko	Subjek dan lokasi penelitian	Jurnal IKRA-ITH Ekonomika Vol 4 No 1 Bulan Maret 2021
17	Sulfina Yuliniar, Alfida Aziz (2021) Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Untuk Menggunakan Uang Elektronik (Shopeepay)	variabel persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan sebesar 0.507, variabel persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan sebesar 0.444 dan memperoleh nilai koefisien determinan sebesar 86.9%.	Variabel persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi risiko	Subjek dan lokasi penelitian	Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan Volume 17, No 2 Agustus 2021

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
18	Sallika Marra Rizki Darista (2021) Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan, Persepsi Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Ovo Sebagai Alat Pembayaran E-Money	variabel persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan aplikasi e-money OVO. Sedangkan variabel persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan aplikasi e-money OVO	Variabel persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi risiko	Subjek dan lokasi penelitian	Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi Vol. 09 No. 01, April 2021 Hal: 27 – 37, ISSN Online: 2338-6576
19	Gama Putra Brahanta, Nuruni Ika Kusuma Wardhani (2021) Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan, Risiko Terhadap Minat Menggunakan Ulang Shopeepay Di Surabaya	Pengaruh positif dan signifikan terjadi antara persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko dengan minat menggunakan ulang ShopeePay di Surabaya	Variabel persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi risiko	Subjek dan lokasi penelitian	Jurnal Sains Manajemen Volume. 7 No. 2 Tahun. 2021 e-ISSN: 2443-0064
20	Maulida Swara Mahardika, Achmad Fauzi, Mard (2021) Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Keamanan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Penggunaan Financial Technology Payment (Fintech) Linkaja Syariah	nilai positif yang signifikan antara kemudahan penggunaan dengan minat penggunaan, terdapat hubungan yang signifikan pengaruh positif antara keamanan dan minat penggunaan, ada pengaruh yang signifikan antara persepsi risiko dan kepentingan penggunaan.	Variabel persepsi risiko dan persepsi kemudahan penggunaan	keamanan	Indonesian Journal of Economy, Business, Entrepreneurship and Finance Volume 1, No. 3, Desember 2021

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
21	Okky Natalia & Rini Tesniwati (2021) <i>The Effect Of Perception Of Trust, Perception Of Ease Of Use, Perception Of Benefits, Perception Of Risk And Perception Of Service Quality On Interest In Using Mobile Banking Bank Independent In Bekasi City</i>	persepsi kepercayaan, persepsi kenyamanan, persepsi risiko, persepsi kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking	Variabel persepsi risiko dan persepsi kemudahan penggunaan	Kualitas pelayanan	International Journal of Science, Technology & Management ISSN: 2722 – 4015
22	Vina Meliana (2021) Analisis Kepercayaan, Persepsi Manfaat, Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik Berbasis Server	kepercayaan memengaruhi keputusan untuk menggunakan, persepsi kemudahan memengaruhi keputusan untuk digunakan dan persepsi risiko memengaruhi keputusan untuk menggunakan.	Variabel persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi risiko	Subjek dan lokasi penelitian	Jurnal Akuntansi dan Manajemen Esa Unggul (JAME) Vol 9, No 1 (2021) e:issn 2809-7092
23	Nurdin Nurdin Raihan Basalamah (2022) Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech) Go-Pay Pada Generasi Milenial	Persepsi Kemudahan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Minat dan Risiko secara parsial dan tidak signifikan terhadap variabel Minat.	Variabel persepsi kemudahan penggunaan dan risiko	Subjek dan lokasi penelitian	KIIIES 5.0, 2022, Volume 1 ISSN 2962-7257
24	Ichsan Nur Yasar, Tati Handayani, dan Lili Puspitasari (2022) Persepsi Penggunaan Uang Elektronik QRIS Pada Generasi Milenial di DKI Jakarta	secara simultan dan parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel persepsi masalah, kemudahan penggunaan dan resiko atas keputusan	Variabel persepsi dan persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi risiko	Persepsi dari mulut ke mulut	Journal of Islamic Economics, Finance and Banking E-ISSN : 2598-0955

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
		penggunaan uang elektronik QRIS di generasi milenial di Jakarta, namun persepsi dari mulut ke mulut secara umum pengaruh parsial tidak signifikan.			
25	Yuli Tri Cahyono, Afrizal Hamarta Adha (2022) Pengaruh Manfaat, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Money Pada Aplikasi Dana Di Masa Pandemi Covid-19	ada pengaruh signifikan antara persepsi manfaat, kemudahan, dan keamanan terhadap minat penggunaan e-money pada aplikasi DANA di masa pandemi Covid-19.	Variabel persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan	Keamanan	Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK) Vol 1. April, 2022 E-ISSN : 2829-2006
26	Khadijah, Viola Syukrina E Janrosli (2022) Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Kemudahan Terhadap Fintech Menggunakan Tam (Technology Acceptance Model) Di Kota Batam	persepsi manfaat dan persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan fintech	Variabel persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan	Subjek dan lokasi penelitian	Jrak Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Volume 8 No 1 Januari 2022
27	Andi faisal bahari, Jafar Basalamah Muhammaf (2021) Internet Business: How Perception of Benefits, Risks, and Ease in Decision Makin	persepsi faktor risiko yang tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan	Variabel persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi risiko	Subjek dan lokasi penelitian	Jurnal Manajemen Bisnis Vol. 12 No. 2 (2021)

2.2 Kerangka Pemikiran

Seorang pelaku usaha pada dasarnya memiliki tujuan dalam memperoleh penambahan keuntungan saat melakukan penjualan. Salah satu caranya yaitu dengan menggunakan *QRIS* yang terhubung ke *internet* untuk mempermudah

pelaku usaha dalam melakukan penjualan. Semakin canggihnya teknologi informasi saat ini cukup memberikan kontribusi yang cukup baik bagi penggunaannya dalam penggunaan *QRIS*, dan masih banyak pula pelaku usaha yang berkeinginan untuk menggunakan *QRIS* dalam usaha agar dapat mempermudah mereka dalam melakukan penjualan.

Untuk mengetahui apa saja faktor yang mendorong pelaku usaha untuk terus menggunakan *internet* dalam penjualannya, hal tersebut didasari dengan pemikiran mereka mengenai sesuatu yang akan diperoleh para pelaku usaha. Dengan memiliki pemikiran yang baik mengenai manfaat yang akan diperoleh oleh pelaku usaha, tentu saja akan membuat pelaku usaha dapat memiliki niat pada suatu hal tersebut. Apabila menurut pelaku usaha *QRIS* dapat memberikan manfaat yang baik bagi usahanya, maka tentu saja pelaku usaha akan memperkuat keinginan untuk menggunakan *QRIS* dalam usahanya.

Bukan hanya persepsi manfaat saja, salah satu faktor yang memengaruhi para pelaku usaha berniat untuk menggunakan *QRIS* dalam usahanya, yaitu persepsi kemudahan penggunaan mengenai penggunaan *QRIS*. Semakin mudah suatu sistem baru untuk digunakan, maka semakin besar pula keinginan para pelaku usaha untuk menggunakan *QRIS* dalam usahanya, karena selain dapat digunakan dengan mudah tanpa menghambat pekerjaannya tetapi juga mempermudah pelaku usaha dalam melakukan pekerjaannya.

Dengan demikian, Niat Penggunaan *QRIS* dari para pelaku UMKM Binaan Kantor Perwakilan Bank Indonesia di Wilayah Priangan Timur dipengaruhi oleh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan serta risiko yang dimiliki oleh

pelaku usaha.

Menurut (Davis, 2019) mengatakan bahwa persepsi manfaat didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan suatu manfaat bagi orang yang menggunakannya.

Alifa Mutia (2018) menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan internet banking (studi kasus pada nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Kaliurang Yogyakarta). Selain itu pada penelitian yang dilakukan oleh Mochamad Nurhadi dan Adria Yudi Kurniaputra (2018) menyatakan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan *Mobile-Banking* BRI. Selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Widiyanti (2020) penelitian ini membuktikan bahwa *Perceived of Usefulness* secara parsial memengaruhi penggunaan *E-Money* secara signifikan.

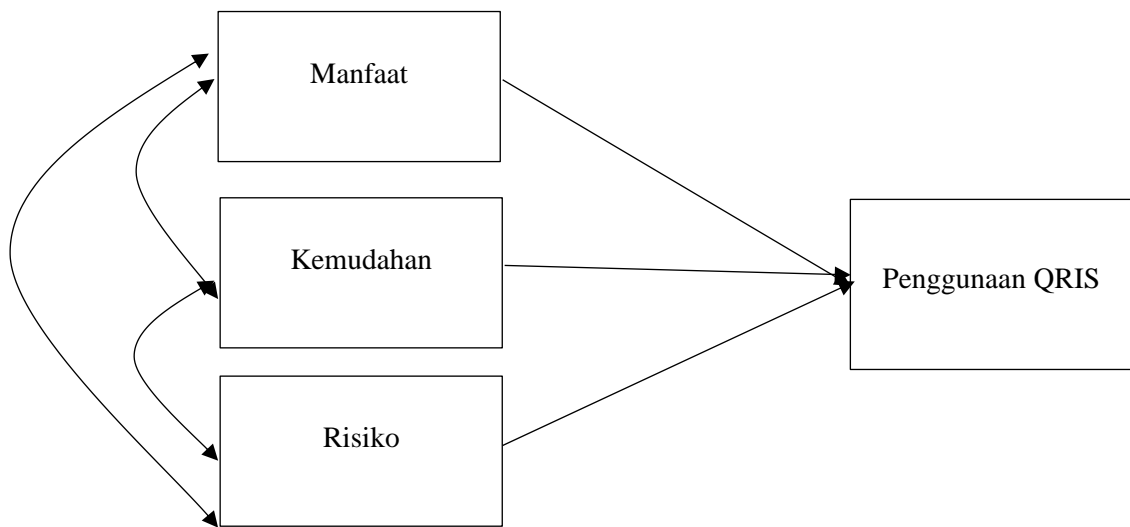
Persepsi kemudahan (*Perceive ease of use*) terhadap kemudahan dalam menggunakan diyakini menjadi dasar dalam menentukan penerimaan dan juga penggunaan bermacam teknologi informasi. *Perceive ease of use* diartikan sebagai tingkat dimana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan system tidak diperlukan usaha yang lebih. Persepsi kemudahan teknologi berhubungan dengan sikap dari pengguna teknologi. Sikap penggunaan sesuatu adalah sikap suka atau tidaknya dalam menggunakan suatu teknologi. Penggunaan suatu sistem layanan m-banking mampu memberikan kemudahan bagi penggunanya.

Risma Afifah (2017) mengatakan bahwa variabel kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan mobile banking Bank Syariah Mandiri.

Selain itu pada penelitian yang dilakukan oleh Arfina (2018) menyatakan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pengguna dalam menggunakan aplikasi *Mobile banking* pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Sidampulan.

Risiko yang dipersepsikan (*perceived risk*) didefinisikan sebagai ketidakpastian yang dihadapi para konsumen ketika mereka tidak mampu melihat kemungkinan-kemungkinan yang akan terjadi akibat dari keputusan pembelian yang dilakukan. Menurut Muamar Azizi (2016) pengaruh risiko yang semakin kecil berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan dalam menggunakan *e-banking* pada nasabah PT Bank BNI Syariah KC Yogyakarta. Selain itu pada penelitian yang dilakukan oleh Nisa Ayu Purwati (2018) mengatakan bahwa risiko berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah. Selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Sari (2020) yang menyatakan bahwa risiko memiliki pengaruh terhadap penggunaan E-Money, Semakin besar risiko pada penggunaan mobile banking, maka semakin menurun pula minat nasabah menggunakannya.

Dari hasil penelitian yang dilakukan Dian Lusia Novitasari (2017) pengaruh manfaat, kemudahan penggunaan dan risiko berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *Mobile banking* Bank syariah. Berdasarkan penelitian Ningsih (2021) menyatakan penggunaan dan persepsi resiko baik secara sendiri-sendiri (parsial) maupun secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif signifikan terhadap variabel keputusan menggunakan uang elektronik berbasis QRIS pada mahasiswa UPI Y.A.I. Jakarta.



Gambar 2.1
Paradigma Penelitian

2.3 Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, maka rancangan hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. Terdapat pengaruh manfaat terhadap penggunaan QRIS;
2. Terdapat pengaruh kemudahan terhadap penggunaan QRIS;
3. Terdapat pengaruh risiko terhadap penggunaan QRIS;
4. Terdapat pengaruh manfaat, kemudahan dan risiko terhadap penggunaan QRIS.