

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Indonesia telah menetapkan QRIS sebagai standar nasional pembayaran berbasis kode QR terintegrasi, yang memungkinkan berbagai penyedia layanan memproses transaksi digital dengan satu standar QR di seluruh Indonesia. Sejak diperlakukan pada 2020, pertumbuhan penggunaan QRIS termasuk sangat besar, tercermin dari lonjakan nilai transaksi yang meningkat dari sekitar Rp226 triliun pada 2023 menjadi mencapai Rp659,93 triliun pada 2024, yang menggambarkan fase perluasan yang pesat dari sistem pembayaran ini. (Goodstats, 2025). Hal ini menunjukkan tren baik terhadap inovasi baru Sistem pembayaran Qris (Quick Response Indonesian Standard).

Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) merupakan inovasi nasional yang dikembangkan oleh Bank Indonesia bersama Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) sebagai standar resmi pembayaran digital di Indonesia. QRIS dirancang untuk mengintegrasikan berbagai metode pembayaran berbasis kode QR ke dalam satu sistem terpadu guna meningkatkan kemudahan dan efisiensi transaksi elektronik, sehingga berkontribusi terhadap perluasan inklusi keuangan dan peningkatan penggunaan transaksi non-tunai di Indonesia (Natalia Kristanty, 2024). Keberhasilan penerapan sistem ini tidak hanya bergantung pada ketersediaan teknologi, tetapi juga pada niat penggunaan (*Behavioral Intention*) dalam memanfaatkan QRIS secara berkelanjutan (Ferdian et al., 2024).

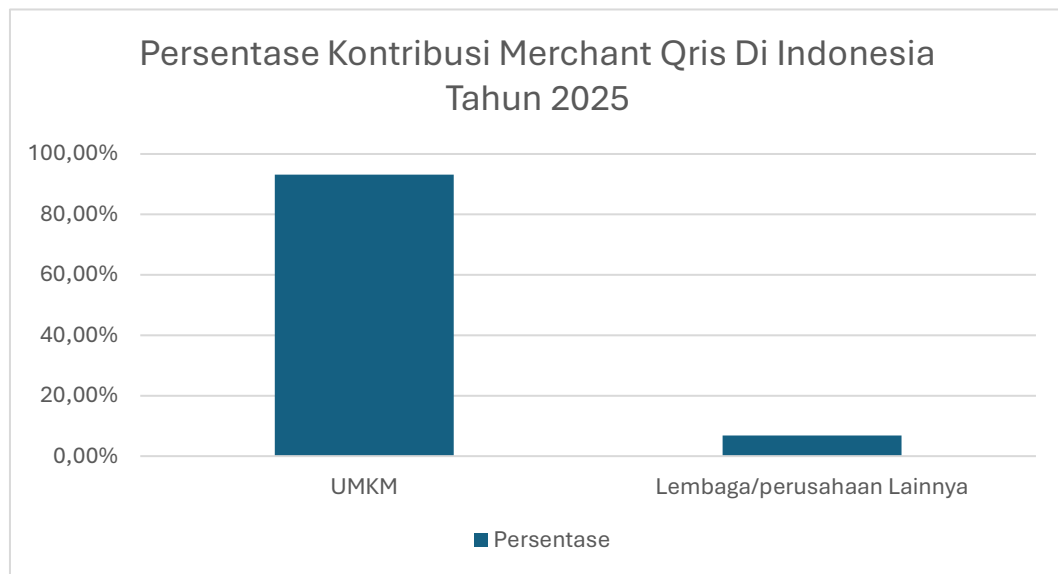
Salah satu faktor penting dalam memahami penerimaan teknologi pembayaran digital adalah melihat niat perilaku penggunanya. Beberapa penelitian dari Konsep *Behavioral Intention* mengukur kecenderungan niat individu dalam menggunakan suatu teknologi, yang tercermin melalui indikator frekuensi penggunaan (*frequently use*), perkiraan untuk menggunakan (*predict to use*), serta rencana penggunaan di masa mendatang (*plan to use*) (Karyoto et al., 2024). Pembahasan berikut akan menampilkan data terkait pertumbuhan teknologi QRIS berdasarkan volume transaksinya:

Tabel 1. 1 Volume Transaksi Qris di Indonesia Tahun 2020-2024

No	Tahun	Volume Transaksi
1.	2020	124,11 Juta
2.	2021	374,69 Juta
3.	2022	1 miliar
4.	2023	2,14 miliar
5.	2024	6,24 miliar

Sumber: Goodstast, Data Diolah peneliti Januari 2026

Berdasarkan Tabel 1.1 Volume Transaksi Qris di Indonesia Tahun 2020-2024, menunjukan Terjadi peningkatan volume transaksi yang sangat pesat sepanjang periode 2020–2024, dari 124,11 juta transaksi pada 2020 hingga mencapai 6,24 miliar transaksi pada 2024. Kenaikan paling signifikan terlihat setelah tahun 2021, saat jumlah transaksi berkembang dari skala jutaan menuju miliaran, yang merefleksikan percepatan tingkat adopsi serta intensitas pemanfaatan sistem pembayaran digital di masyarakat. Tren pertumbuhan yang stabil dan berkesinambungan tersebut mengindikasikan adanya kecenderungan niat penggunaan secara berkelanjutan antara pelaku usaha dan pengguna dari tahun sebelumnya.



Sumber: Bank Indonesia

Gambar 1. 1 Diagram Persentase Kontribusi Merchant Qris Di Indonesia Tahun 2025

Berdasarkan gambar 1.1, Para Pelaku Usaha di berbagai Skala Bisnis dianggap memiliki peran besar dalam Kecenderungan niat penggunaan qris secara konsisten. Anggapan ini didukung oleh data dari Bank Indonesia yang mencatat bahwa hingga Semester I 2025, sistem pembayaran QRIS telah digunakan oleh 39,3 juta *merchant* (Pedagang), sekitar 93,16 % dari jumlah *merchant* tersebut merupakan pelaku UMKM, kemudian 6,84% dari Lembaga atau Perusahaan Lainnya (Bank Indonesia, 2025). Informasi tersebut mengarah pada tingginya kecenderungan niat penggunaan QRIS pada pelaku UMKM di berbagai daerah Indonesia, tercermin dari dominasi mereka sebagai merchant pengguna QRIS.

Tabel 1. 2 Jumlah Merchant Qris Berdasarkan Wilayah Provinsi di Indonesia Tahun 2025

No	Provinsi	Jumlah Merchant QRIS
1	Jawa Barat	9,379 Juta
2	Jakarta	5,602 Juta
3	Jawa Timur	5,227 Juta
4	Jawa Tengah	4,800 Juta

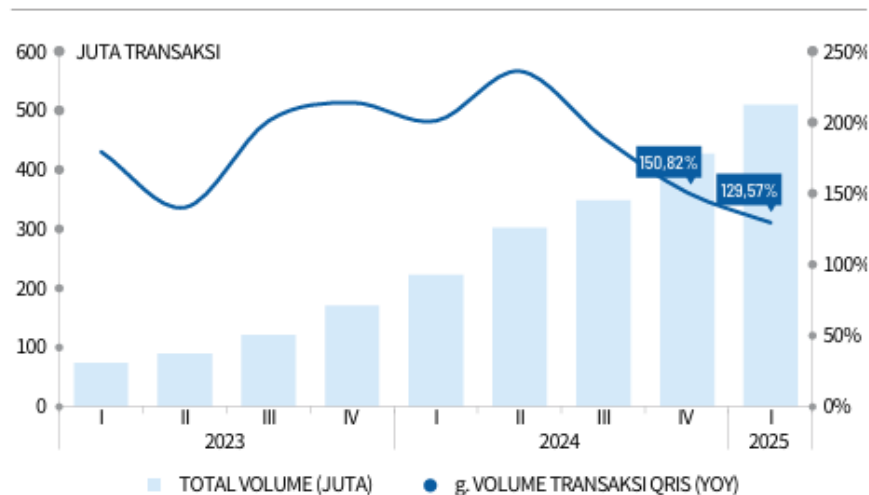
No	Provinsi	Jumlah Merchant QRIS
5	Banten	2,616 Juta
6	Sumatra Utara	1,361 Juta
7	Sulawesi Selatan	1,137 Juta
8	Sumatra Selatan	1,102 Juta
9	Bali	1,081 Juta
10	DI Yogyakarta	1,044 Juta

Sumber: Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI), Diolah Peneliti 2026

Berdasarkan Tabel 1.2 Penyebaran penggunaan QRIS di Indonesia menunjukkan adanya perbedaan tingkat adopsi antarwilayah. Provinsi Jawa Barat tercatat sebagai wilayah dengan jumlah *merchant* QRIS terbanyak di Indonesia, dengan sekitar 8,8 juta *merchant* pengguna QRIS, unggul dibandingkan provinsi lain di tingkat nasional (ASPI, 2025). Kondisi ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Pangestu & Pasaribu, (2022) bahwa Penggunaan QRIS yang tinggi di kalangan UMKM Kota Jambi mencerminkan potensi niat kuat merchant untuk memanfaatkan sistem secara berkelanjutan. Pertumbuhan volume transaksi tahunan di Jawa Barat berpotensi mencerminkan kuatnya niat merchant menggunakan QRIS.

Gambar 1.2 dibawah, menginformasikan Volume transaksi QRIS menunjukkan peningkatan yang konsisten secara Frekuensi transaksi pada setiap periode pengamatan. Meskipun laju pertumbuhan *year-on-year* tercatat mengalami perlambatan dari 150,82% pada triwulan IV 2024 menjadi 129,57%, kondisi tersebut tidak menunjukkan penurunan minat penggunaan, melainkan mengindikasikan bahwa QRIS mulai memasuki fase adopsi yang lebih matang. Pertumbuhan volume transaksi yang tetap positif mengindikasikan adanya

pengguna berkelanjutan dalam memanfaatkan QRIS sebagai sarana transaksi non-tunai dalam aktivitas ekonomi Di Jawa Barat dari 2023-2025 Triwulan 1.



Sumber: Bank Indonesia Laporan Perokonomian Provinsi Jawa Barat 2025

Gambar 1. 2 Perkembangan Volume Transaksi QRIS di Jawa Barat

Para Pelaku Usaha dalam berbagai Skala Bisnis memiliki peran besar dalam Adopsi Qris untuk mendukung standarisasi sistem pembayaran Nasional. Hal Ini dipublikasi oleh Bank Indonesia Bahwa Sampai Semester I 2025, QRIS telah menjangkau 57 juta pengguna dan 39,3 juta *merchant* yang 93,16% di antaranya adalah UMKM. Berikut ini merupakan data persentase kontribusi yang diberikan oleh UMKM di Provinsi Jawa Barat pada konteks Adopsi Sistem pembayaran digital Nasional Qris:

Tabel 1. 3 Persentase merchant Qris Di Jawa Barat Berdasarkan Skala Usaha, tahun 2025

No	Skala Usaha	Persentase
1.	Usaha Mikro	55,42%
2.	Usaha Kecil	36,52%
3.	Usaha Menengah	5,16%

No	Skala Usaha	Persentase
4.	Usaha Besar	2,46%

Sumber: Bank Indonesia Laporan Perokonomian Provinsi Jawa Barat 2025, Diolah peneliti 2026

Tabel menunjukan Kontribusi Adopsi Sistem pembayaran Qris oleh Merchant dari masing-masing Skala Usaha di Provinsi Jawa Barat 2025. Kontributor terbanyak disumbang sebesar 55,42% oleh para pelaku usaha yang beroperasi dengan skala Mikro, Kemudian Kontribusi ter-rendah dari adopsi Sistem pembayaran Qris ditempati oleh para pelaku usaha skala besar dengan persentase sebanyak 2,46%. Data ini menunjukkan bahwa skala usaha tidak dapat dijadikan sebagai satu-satunya parameter dalam menentukan tingkat adopsi teknologi QRIS.

Terbukti Skala Usaha Mikro memiliki peran dalam perluasan inklusi Keuangan serta digitalisasi UMKM pada kota-kota yang ada di Provinsi Jawa Barat. Fakta ini tercermin dari distribusi jumlah merchant QRIS di berbagai kota di Provinsi Jawa Barat, yang menunjukkan pertumbuhan signifikan setiap tahunnya. Tabel berikut menyajikan data jumlah merchant QRIS pada tahun 2024-2025 beserta persentase pertumbuhannya di masing-masing Kabupaten/Kota yang berada di Provinsi Jawa Barat:

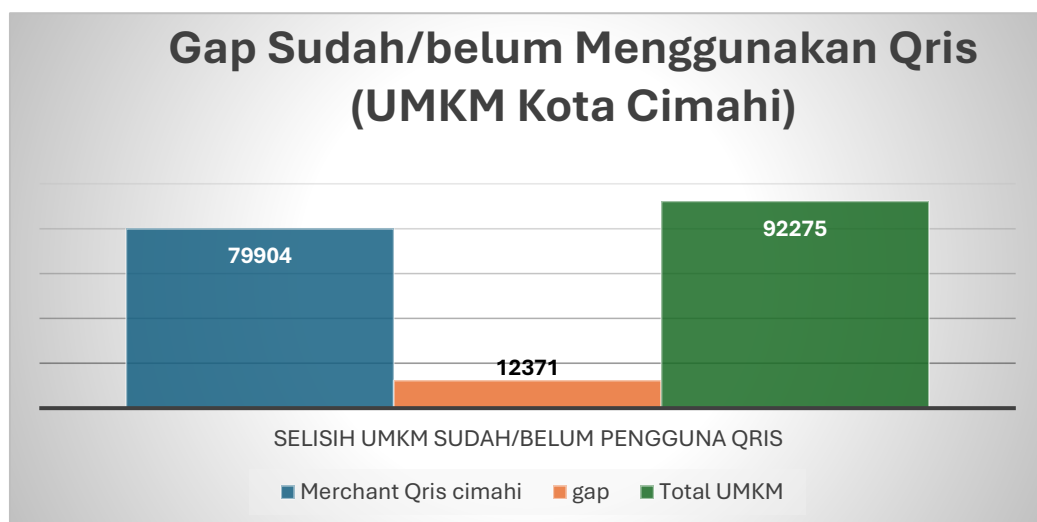
Tabel 1. 4 11 Kota/Kabupaten dengan Data Jumlah Merchant Qris serta persentase Pertumbuhannya di Provinsi Jawa Barat Tahun 2024-2025

No	Kabupaten/Kota	Jumlah Merchant Qris		Persentase Pertumbuhan (%)
		2024	2025	
1.	Kota Bandung	1.953.201	2.209.350	13,11%
2.	Kota Bekasi	1.053.249	1.290.531	22,52%
3.	Kota Bogor	888.921	1.083.673	21,91%
4.	Kota Depok	439.756	547.744	24,55%
5.	Kota Cirebon	289.192	362.352	25,31%
6.	Kabupaten Karawang	280.767	354.403	26,21%

No	Kabupaten/Kota	Jumlah Merchant Qris		Persentase Pertumbuhan (%)
		2024	2025	
7.	Kota Sukabumi	269.436	328.575	21,93%
8.	Kota Tasikmalaya	203.052	257.363	26,74%
9.	Kabupaten Garut	174.925	217.759	24,49%
10.	Kabupaten Bandung Barat	151.133	192.265	27,22%
11.	Kota Cimahi	71.559	79.904	11,16%

Sumber: Bank Indonesia Laporan Perokonomian Provinsi Jawa Barat 2024-2025, Diolah peneliti 2026

Berdasarkan data Tabel 1.4, Kota Cimahi tercatat memiliki 71.559 merchant pada 2024 dengan pertumbuhan 11,16% pada 2025, relatif lebih rendah dibandingkan kota besar lain di Jawa Barat. Kondisi ini menjadikan Kota Cimahi representatif sebagai kota menengah, sehingga memungkinkan penelitian fokus pada analisis faktor-faktor yang memengaruhi Niat Penggunaan secara berkelanjutan terhadap teknologi pembayaran digital Qris, sekaligus memberikan gambaran yang lebih spesifik mengenai dinamika digitalisasi UMKM di tingkat lokal.

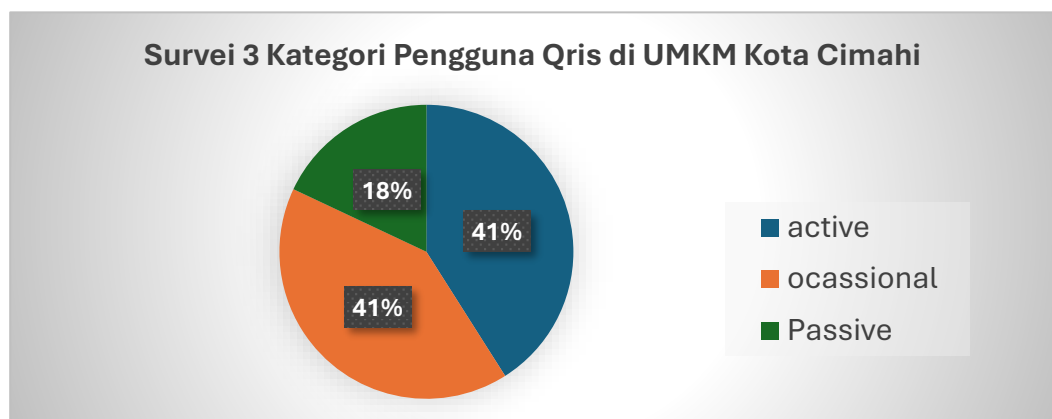


Sumber: Dinas Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, dan Perindustrian Kota Cimahi, diolah Peneliti 2026

Gambar 1. 3 Grafik UMKM yang Belum dan sudah menerapkan Qris

Gambar 1.3 grafik memperlihatkan adanya kesenjangan antara UMKM Kota Cimahi yang telah mengadopsi QRIS dan yang belum. Dari total 92.275 UMKM, sebanyak 79.904 telah memanfaatkan sistem pembayaran digital ini, sementara sekitar 12.371 UMKM belum mengimplementasikannya. Fenomena ini menegaskan urgensi penelitian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi penerapan sistem pembayaran digital Qris. Kesenjangan ini menjadi indikasi adanya masalah yang perlu dianalisis secara sistematis dan ilmiah.

Berlandaskan Fenomena Kesenjangan pengadopsian Qris yang tidak merata ini, bisa diasumsikan dalam penggunaan sistem pembayaran digital Qris masih belum optimal di pelaku-pelaku usaha Kota Cimahi. Keberhasilan implementasi sistem QRIS dipengaruhi tidak hanya oleh ketersediaan teknologi, tetapi juga oleh niat perilaku (*Behavioral Intention*) pengguna dalam memanfaatkan sistem secara konsisten dan berkelanjutan (Ferdian et al., 2024). Untuk melihat fenomena yang menggambarkan niat penggunaan keberlanjutan pada sistem pembayaran Qris ini maka berikut ini data Identifikan 3 kategori pengguna Qris di Kota Cimahi:



Sumber: Dinas Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, dan Perindustrian Kota Cimahi, diolah Peneliti 2026

Gambar 1. 4 Survei 3 Kategori Pengguna Qris di UMKM Kota Cimahi

Hasil survei mengelompokkan pengguna QRIS di UMKM Kota Cimahi menjadi tiga kategori, yaitu pengguna aktif (active), pengguna sesekali (occasional), dan pengguna pasif (passive), Disdagkoperin Cimahi Melakukan Survei terhadap 480 UMKM pengguna Qris di Kota Cimahi. Masing-masing kategori aktif dan sesekali memiliki proporsi yang sama, yakni 41%, sedangkan pengguna pasif sebanyak 18%. Adanya kategori pengguna pasif ini mengindikasikan rendahnya niat (*Behavioral Intention*) sebagian UMKM dalam memanfaatkan QRIS secara konsisten, sehingga digitalisasi pembayaran belum sepenuhnya optimal.

Semakin tinggi intensitas penggunaan QRIS, semakin relevan perannya dalam aktivitas transaksi sehari-hari dan semakin banyak pengalaman penggunaan yang diperoleh oleh pengguna, sehingga pembelajaran dan pemahaman terhadap sistem tersebut turut meningkat (Pagini & Liliyan, 2026). Artinya Merchant yang sering bertransaksi menggunakan Qris memiliki banyak pengalaman dan data terkait sistem tersebut sehingga relevan untuk dijadikan sumber data responden. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik, Berikut ini persentase tujuan penggunaan internet pada Sektor Kuliner:



Sumber: Badan Pusat Statistik, diolah Peneliti 2026

Gambar 1. 5 Persentase penggunaan Internet di Usaha Sektor Kuliner Indonesia 2024

Grafik menggambarkan persentase penggunaan internet dalam usaha sektor kuliner di Indonesia pada 2024, dengan porsi tertinggi pada transaksi pembayaran sebesar 90,86%, diikuti penjualan produk 5,34%, pemasaran/promosi produk 1,94%, dan kategori lainnya 1,86%. Temuan ini menegaskan bahwa sektor kuliner secara signifikan memanfaatkan internet untuk kegiatan pembayaran digital, sehingga memperkuat relevansi pemilihan sektor ini sebagai objek penelitian dalam konteks penggunaan QRIS.

Berdasarkan fenomena yang terjadi terhadap dinamika penggunaan QRIS, walaupun Secara keseluruhan UMKM di Kota Cimahi Teridentifikasi 18% pengguna Pasif Qris dan dominasi Penggunaan Internet untuk transaksi di usaha sektor kuliner Indonesia, hal ini belum sepenuhnya mencerminkan keseragaman niat perilaku penggunaan di tingkat pelaku usaha, khususnya usaha mikro sektor kuliner di Kota Cimahi. Fenomena ini menunjukkan perlunya pendekatan yang lebih spesifik dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi Niat penggunaan Qris QRIS di kalangan pelaku usaha mikro sektor Kuliner di Kota Cimahi, agar mengetahui juga kondisi yang terjadi dalam perilaku penggunaan Qris ini.

Untuk memperoleh gambaran awal, Pra-survei dilakukan pada pelaku usaha mikro sektor kuliner di Kota Cimahi melalui penyebaran kuesioner secara daring dan luring dengan jumlah responden sebanyak 30 orang yang bersedia mengisi kuesioner. Berikut disajikan data hasil pra-survei mengenai niat perilaku para pelaku usaha terhadap penggunaan sistem transaksi QRIS berbasis kode QR:

Tabel 1. 5 Hasil Pra-Survei *Behavioral Intention* Qris pada Pelaku Usaha Mikro Sektor Kuliner Di Kota Cimahi

Dimensi	pernyataan	jawab					Jumla h Skor	Rata -rata
		STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)		
Behavioral Intention								
Niat Penggunaan	Saya akan terus menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran dalam kegiatan usaha saya sehari-hari.	6	7	4	6	7	91	3,03
Niat Penggunaan	Saya berniat menggunakan QRIS secara rutin untuk menerima pembayaran dari pelanggan.	7	9	1	7	6	86	2,86
Niat Merekomendasikan	Saya akan merekomendasikan penggunaan QRIS kepada sesama pelaku usaha.	6	5	9	4	6	89	2,96
Nilai Rata -rata								2,95
Jumlah Skor = Nilai x Frekuensi								
Rata-Rata = Jumlah Skor : Jumlah Responden (30)								
Skor Rata-Rata = Total Rata-Rata : Jumlah Pernyataan								

Sumber : Pra-Survei, 2026

Tabel 1.6, hasil Pra-Survei pelaku usaha mikro sektor kuliner di Kota Cimahi, diperoleh nilai rata-rata variabel *Behavioral Intention* sebesar 2,95 yang mencerminkan tingkat niat perilaku pelaku usaha dalam menggunakan QRIS berada pada kategori Kurang Baik. pernyataan yang diberi latar kuning pada tabel terkait intensi penggunaan QRIS secara rutin menunjukkan nilai rata-rata terendah sebesar 2,86. Temuan ini mengindikasikan bahwa sebagian pelaku usaha belum

sepenuhnya memiliki intensi yang kuat untuk mengimplementasikan QRIS secara konsisten dalam kegiatan usahanya.

Gambaran awal terkait *Behavioral Intention of qris* mencerminkan adanya faktor-faktor yang bisa mempengaruhinya pada pelaku usaha mikro sektor kuliner di kota Cimahi. Studi tentang *Behavioral Intention* penggunaan QRIS menemukan bahwa selain *performance* dan *effort expectancy*, aspek psikologis seperti *Personal Innovativeness* dan *Trust* turut memengaruhi niat penggunaan QRIS pada UMKM dan konsumen muda (Pangestu & Pasaribu, 2022). Sejalan dengan penelitian Inzaghi & Priyono, (2022) bahwa Integrasi *Personal Innovativeness* dan *Trust* membuat pengguna merasa aman dan percaya diri dalam menggunakan QRIS, sehingga niat penggunaan semakin tinggi. Penelitian terdahulu mengartikan Faktor psikologis yang memengaruhi niat penggunaan QRIS turut mendorong minat dan volume transaksi pelaku usaha.

Minat tinggi pelaku usaha terhadap QRIS berbanding lurus dengan volume transaksi berkelanjutan, meningkatkan pendapatan UMKM secara signifikan (Alifia et al., 2025), hal ini sejalan dengan salah satu pengalaman yang disampaikan oleh salah satu pelaku usaha yang saya wawancarai sekaligus Pengisi questioner. Berkaitan dengan Niat penggunaan Qris, Terdapat kutipan bahwa Sikap berpengaruh signifikan positif terhadap niat pelaku UMKM dalam penggunaan QRIS sebagai *digital payment* (Nila Himaya et al., 2022). Sumber ini memberikan arti Bahwa tingkat kesediaan dan niat penggunaan Qris di dorong oleh Sikap sebagai variabel yang bisa mempengaruhi keberlanjutan penggunaan pada Qris.

Sikap terhadap QRIS didefinisikan sebagai predisposition positif/negatif pelaku usaha untuk berinteraksi dengan sistem pembayaran digital ini (Nila Himaya et al., 2022). Variabel *Attitude* ini mencerminkan kecenderungan penilaian pelaku usaha terhadap sistem pembayaran QRIS, baik secara positif maupun negatif, yang akan memengaruhi kesiapan mereka dalam menggunakan QRIS sebagai sarana transaksi digital. Maka dari itu sikap sangat amat penting dikaji pada penelitian ini agar mengetahui dampaknya pada Niat keberlanjutan penggunaan sistem pembayaran Qris.

Pada objek penelitian ini, kondisi fenomena yang terjadi pada pelaku usaha mikro sektor kuliner dapat diamati melalui sikap terhadap sistem pembayaran digital QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard). Sikap tersebut mencerminkan kecenderungan penilaian positif maupun negatif terhadap QRIS sebagai sistem pembayaran digital, sebagaimana diuraikan sebagai berikut:

Tabel 1. 6 Hasil Pra-Survei Attitude Qris pada Pelaku Usaha Mikro Sektor Kuliner Di Kota Cimahi

Dimensi	pernyataan	jawab					Jumlah Skor	Rata-rata
		STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)		
Attitude Toward Using the System								
Penilaian Kognitif	Menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran di usaha saya adalah pilihan yang bijak.	4	6	8	7	5	93	3,1
Penilaian Kognitif	Saya menilai penggunaan QRIS di usaha saya bermanfaat	3	9	5	7	6	94	3,13

Dimensi	pernyataan	jawab					Jumlah Skor	Rata-rata
		STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)		
Penilaian Afektif	Menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran terasa menyenangkan.	3	6	9	7	5	95	3,16
Penilaian Afektif	Menggunakan QRIS sebagai sistem pembayaran di usaha saya terasa menarik.	5	4	7	9	5	95	3,16
Nilai Rata-rata								3,13

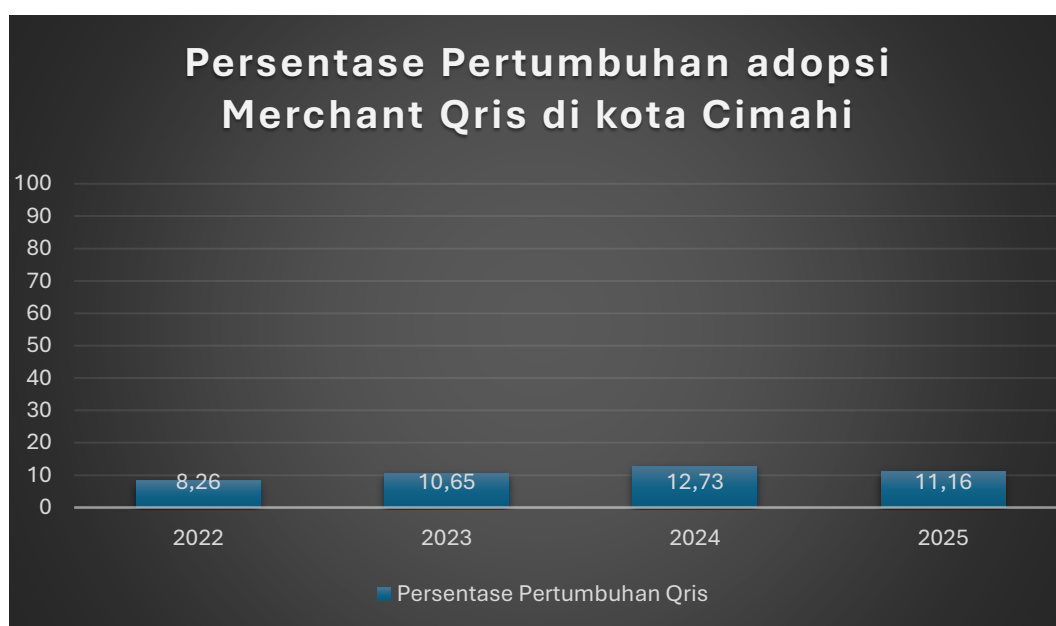
Sumber: Pra-Survei, 2026

Tabel 1.7, Hasil survei pra-survei yang melibatkan 30 usaha mikro sektor kuliner di Kota Cimahi menunjukkan bahwa sikap pelaku usaha terhadap QRIS berada pada kategori cukup baik. Pernyataan yang menyatakan bahwa menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran adalah pilihan yang bijak memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,10 dan menjadi nilai terendah dibandingkan dengan indikator lainnya. Hasil ini menunjukkan bahwa beberapa bisnis masih belum benar-benar yakin bahwa QRIS adalah sistem pembayaran terbaik untuk digunakan dalam bisnis mereka, yang artinya Sikap pelaku bisnis bisa dipengaruhi oleh faktor tertentu Sehingga berdampak pada penilaian Aktor bisnis.

Faktor *Personal Innovativeness* berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan QRIS pada UMKM, karena individu inovatif lebih terbuka mencoba teknologi baru yang meningkatkan efisiensi bisnis. Pengguna dengan tingkat inovasi tinggi lebih fleksibel terhadap QRIS, menghasilkan sikap positif yang signifikan dibandingkan non-inovator dalam konteks UMKM (Pernanda

Pramestiani et al., 2025). Penelitian terdahulu menunjukkan bahawa Personal Inovativeness adalah Salah satu faktor yang bisa mempengaruhi Sikap.

Personal Innovativeness menjadi salah satu variabel kunci dalam penelitian ini karena menggambarkan kesiapan individu untuk menerima serta mencoba teknologi baru. Karakteristik tersebut dapat tercermin melalui data adopsi teknologi yang menunjukkan sejauh mana pelaku usaha memanfaatkan sistem pembayaran digital seperti QRIS. Berikut disajikan data pertumbuhan adopsi QRIS di kota dan kabupaten di Provinsi Jawa Barat:



Sumber: Dinas Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, dan Perindustrian Kota Cimahi, diolah Peneliti 2026

Gambar 1. 6 Persentase Pertumbuhan adopsi Merchant Qris di kota Cimahi

Berdasarkan grafik, terlihat bahwa persentase pertumbuhan adopsi Merchant QRIS di Kota Cimahi mengalami tren peningkatan dari 2022 hingga 2024, dengan nilai 8,26% pada 2022, naik menjadi 12,73% pada 2024, namun terdapat penurunan adopsi Qris menjadi 11,16% pada 2025. Hal ini mengindikasikan adanya pertumbuhan yang relatif stabil dalam adopsi QRIS,

namun penurunan pada 2025 menyoroiti perlunya peningkatan inovasi individu dari pelaku usaha untuk mendorong pemanfaatan QRIS secara konsisten dan adaptif di kalangan UMKM Kota Cimahi.

Personal Innovativeness mencerminkan sejauh mana individu mengasimilasi ide-ide baru dan membuat keputusan inovatif secara independen dari pengalaman orang lain (Pernanda Pramestiani et al., 2025). Dalam konteks QRIS, PI menjadi prediktor sikap signifikan, mendorong UMKM menjadi early adopter pembayaran digital (Samberi et al., 2024). Oleh karena itu Peneliti melakukan Pra Survei untuk mengetahui Fenomena yang terjadi pada pelaku usaha sektor kuliner dalam konteks *Personal Innovativeness*, Berikut adalah Kondisi pada usaha mikro sektor kuliner Kota Cimahi:

Tabel 1. 7 Hasil Pra-Survei *Personal Innovativeness* Qris pada Pelaku Usaha Mikro Sektor Kuliner Di Kota Cimahi

Dimensi	pernyataan	jawab					Jumlah Skor	Rata-rata
		STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)		
Personal Innovativeness								
Willingness to experiment	Saya senang mencoba cara pembayaran baru seperti QRIS untuk usaha saya.	4	8	8	5	5	89	2,96
Willingness to experiment	Secara umum, saya tidak ragu untuk mencoba layanan QRIS yang baru.	3	12	7	3	5	85	2,83
Early Adoption	Saya termasuk pelaku usaha yang cepat mencoba metode pembayaran baru seperti QRIS	7	10	5	5	3	77	2,56

Dimensi	pernyataan	jawab					Jumlah Skor	Rata-rata
		STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)		
	dibandingkan pedagang lain							
<i>Early Adoption</i>	Jika ada sistem pembayaran baru seperti QRIS, saya tertarik untuk mencoba menggunakannya di usaha saya..	8	7	5	6	4	81	2,7
Nilai Rata-rata								2,76

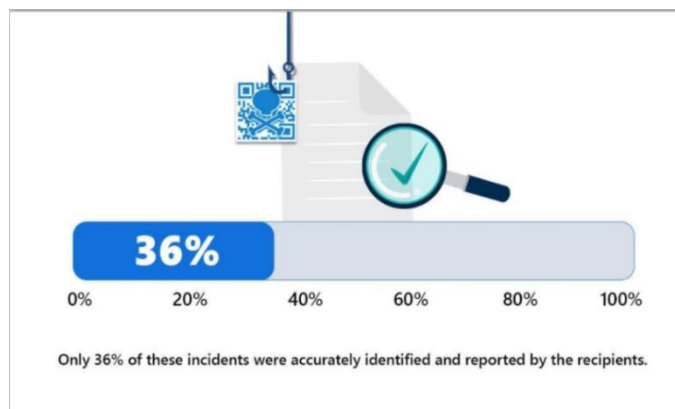
Sumber: Pra-Survei, 2026

Tabel 1.8 Hasil survei awal terhadap 30 pelaku usaha mikro sektor kuliner di Kota Cimahi menunjukkan bahwa variabel *Personal Innovativeness* memiliki nilai rata-rata sebesar 2,76 yang mencerminkan tingkat kecenderungan pelaku usaha dalam mengadopsi sistem pembayaran baru berada pada kategori cukup. Pernyataan Nomor 2 memperoleh nilai rata-rata terendah sebesar 2,56, sementara pernyataan Nomor 3 memperoleh nilai rata-rata sebesar 2,70. Temuan ini mengindikasikan bahwa bahwa sebagian pelaku usaha belum sepenuhnya memiliki motivasi yang kuat untuk mengadopsi QRIS sebagai sistem pembayaran digital dalam kegiatan usahanya.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi Variabel *Attitude* bisa dilihat dari temuan dalam penelitian berikut yang menjelaskan bahwa *Trust* menjadi prediktor sikap terhadap QRIS pada UMKM sektor kuliner, dengan pengaruh positif melalui persepsi keandalan sistem pembayaran. *Trust* terhadap QRIS didefinisikan sebagai keyakinan pelaku UMKM kuliner bahwa sistem pembayaran digital ini aman,

andal, dan melindungi data transaksi dari risiko penipuan (Arini & Ismanto, 2025). berdasarkan penelitian tersebut Variabel *Trust* menjadi pertimbangan yang bisa berpengaruh terhadap Variabel Sikap.

Tingginya kepercayaan dalam menggunakan QRIS pada para pelaku UMKM disebabkan karena pelaku UMKM percaya bahwa QRIS dapat menjamin keamanan bagi pembeli maupun penjual produk dalam transaksi pembayarannya (Buluati et al., 2023). Kepercayaan berkaitan dengan persepsi keamanan, keandalan, dan manfaat teknologi, sehingga penurunannya dapat menghambat kecenderungan penggunaan dan rekomendasi. Kondisi ini relevan dengan meningkatnya kasus penipuan berbasis kode QR yang berpotensi menurunkan kepercayaan pelaku usaha terhadap sistem pembayaran QRIS.



Sumber: Interactive Qris 2025, Diolah Peneliti 2026

Gambar 1. 7 Tren & Statistik Penipuan QR Code

Data tersebut menunjukkan bahwa hanya 36% insiden transaksi digital yang berhasil diidentifikasi dan dilaporkan, sementara sekitar 64% lainnya tidak disadari, tidak dilaporkan, atau korban tidak mengetahui bahwa dirinya telah mengalami penipuan. Insiden tersebut mencakup penipuan QR code palsu, kesalahan

pengalihan pembayaran, serta manipulasi informasi transaksi. Kondisi ini berpotensi memengaruhi tingkat kepercayaan pengguna dan pelaku usaha terhadap keamanan QRIS sebagai sistem pembayaran digital. Isu ini menjadi salah satu yang berpotensi mempengaruhi niat para pelaku usaha untuk keputusan penggunaan di masa depan.

Maka dari itu Peneliti melakukan Pra-Survei terkait kepercayaan para pelaku usaha mikro sektor kuliner di Kota Cimahi dengan tujuan mengetahui kondisi dilapangan terkait hal tersebut. Kondisi ini bisa dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 1. 8 Hasil Pra-Survei *Trust* Qris pada Pelaku Usaha Mikro Sektor Kuliner Di Kota Cimahi

Dimensi	pernyataan	jawab					Jumlah Skor	Rata-rata
		STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)		
Trust								
Keandalan	Saya percaya QRIS dapat diandalkan sebagai alat pembayaran.	5	6	8	5	6	91	3,03
Keamanan	Saya percaya QRIS aman digunakan untuk menerima pembayaran	6	7	4	9	4	88	2,93
Benovolance	Saya percaya Penyedia Jasa Qris (Bank)dapat dipercaya.	6	4	7	7	6	93	3,1
Nilai Rata-rata								3,02

Sumber: Pra-Survei, 2026

Tabel 1.9 hasil pra-survei terhadap 30 pelaku usaha mikro sektor kuliner di Kota Cimahi, tingkat kepercayaan (*Trust*) terhadap penggunaan QRIS berada pada kategori cukup baik. Pernyataan mengenai keamanan QRIS sebagai alat pembayaran memperoleh nilai rata-rata terendah sebesar 2,93 dibandingkan dengan indikator lainnya. Perolehan ini menunjukkan bahwa, meskipun QRIS diposisikan sebagai alat pembayaran yang cukup andal, beberapa pelaku usaha masih belum sepenuhnya yakin tentang fitur keamanan QRIS selama proses transaksi.

Faktor yang memengaruhi *Behavioral Intention* secara langsung telah banyak dikaji dalam konteks adopsi QRIS pada pelaku usaha. Sejumlah studi ditemukan membahas *Behavioral Intention* penggunaan QRIS, namun belum memasukkan *Trust* dan *Personal Innovativeness* sebagai konstruk utama dalam model analisis. Tabel di bawah disajikan untuk memetakan temuan penelitian terdahulu tersebut dan menegaskan research gap yang mendasari perumusan penelitian ini.

Tabel 1. 9 Research Gap

No	Sumber Penelitian	Variabel Independen	Variabel Dependen
1.	(Ciptowati & Setiawan, 2024)	<i>Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influencing, Facilitating Conditions</i>	<i>Behavioral Intention</i>
2.	(Santika et al., 2024)	<i>Performance Expectancy, Effort Expectancy, Financial Literacy.</i>	
3.	(Syanova & Fajar, 2024)	<i>Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influencing</i>	
4.	(Buchdadi et al., 2024)	<i>Perceived Risk, Perceived Cost</i>	

No	Sumber Penelitian	Variabel Independen	Variabel Dependen
5.	(Nurhapsari & Sholihah, 2022)	<i>Product Knowledge, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Risk</i>	

Sumber: Dari berbagai Sumber

Tabel 1.9 memperlihatkan bahwa studi terdahulu umumnya menempatkan *Behavioral Intention* penggunaan QRIS sebagai variabel dependen, dengan variabel independen yang didominasi konstruk ekspektasi dan persepsi. Sejumlah penelitian mengacu pada UTAUT, seperti *performance expectancy*, *effort expectancy*, pengaruh sosial, *facilitating conditions*, serta literasi keuangan. Penelitian lain menekankan hambatan adopsi melalui *perceived risk* dan *perceived cost*, atau menggunakan konstruk TAM seperti *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* disertai *product knowledge*. Pola ini menegaskan celah riset terkait *Trust* dan *Personal Innovativeness* untuk diteliti pengaruhnya pada *Behavioral Intention of Qris* dari perspektif pelaku usaha.

Sebagian besar penelitian sebelumnya dilakukan di wilayah di luar Provinsi Jawa Barat, sehingga kajian yang secara khusus menguji niat penggunaan sistem pembayaran QRIS pada usaha mikro sektor kuliner di kota kecil seperti Kota Cimahi masih terbatas. Kondisi tersebut, diperkuat oleh temuan pra-survei yang menunjukkan adanya nilai yang rendah dari tingkat inovasi individu, kepercayaan, serta sikap, juga Niat penggunaan QRIS di kalangan pelaku usaha, menjadi dasar penting dilakukannya penelitian ini. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman empiris mengenai faktor-faktor perilaku yang memengaruhi niat

penggunaan QRIS guna mendukung pemanfaatan sistem pembayaran digital yang berkelanjutan pada usaha mikro di Kota Cimahi.

Berdasarkan uraian latar belakang, fenomena empiris di lapangan, serta tinjauan teoritis dan temuan penelitian terdahulu, penelitian ini diarahkan untuk mengkaji secara lebih mendalam melalui penyusunan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Personal Innovativeness* dan *Trust* terhadap *Behavioral Intention of Qris* dengan *Attitude* sebagai variabel *Intervening* pada Usaha Mikro Sektor Kuliner di Kota Cimahi (Survei Terhadap Merchant Qris Pada Usaha Mikro Sektor Kuliner Di Kota Cimahi)”**

1.2. Identifikasi Masalah Penelitian

Identifikasi dan perumusan masalah dalam penelitian ini dimaksudkan untuk merumuskan serta menjelaskan permasalahan pokok yang menjadi fokus kajian, sehingga dapat mempermudah pelaksanaan penelitian dan analisis hasil penelitian. Penelitian ini berfokus pada faktor-faktor yang memengaruhi *Behavioral Intention* penggunaan QRIS dengan *Attitude* sebagai variabel *intervening*. Adapun faktor utama yang dianalisis dalam penelitian ini meliputi *Personal Innovativeness* dan *Trust*.

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka permasalahan yang terdapat dalam penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. *Behavioral Intention*

Terdapat nilai dibawah rata-rata pada pelaku usaha mikro kuliner di Kota Cimahi terkait niat penggunaan Qris secara rutin untuk menerima pembayaran dari pelanggan.

2. *Attitude*

Rata-rata Pelaku usaha mikro sektor kuliner di Kota Cimahi belum benar benar yakin bahwa penggunaan Qris di usaha mereka Adalah pilihan yang bijak

3. *Personal Innovativeness*

- a. Rata-rata pelaku usaha mikro sektor kuliner di Kota Cimahi belum memiliki karakter inovatif yang cepat dalam mencoba metode pembayaran baru seperti Qris.
- b. Ketertarikan pelaku usaha mikro sektor kuliner di Kota Cimahi terhadap inovasi pembayaran digital seperti Qris masih dibawah rata-rata.

4. *Trust*

Tingkat kepercayaan Pelaku usaha mikro sektor kuliner di Kota Cimahi terhadap aspek keamanan sistem terbukti dibawah rata-rata.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian yang telah disampaikan sebelumnya, guna memperjelas fokus penelitian serta menyederhanakan ruang lingkup permasalahan sesuai dengan judul yang diajukan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini disusun untuk menganalisis:

1. Bagaimana *Personal Innovativeness of Qris* pada pelaku usaha mikro Sektor Kuliner di Kota Cimahi

2. Bagaimana *Trust of Qris* pada pelaku usaha mikro Sektor Kuliner di Kota Cimahi
3. Bagaimana *Attitude of Qris* pada pelaku usaha mikro Sektor Kuliner di Kota Cimahi
4. Bagaimana *Behavioral Intention of Qris* pada pelaku usaha mikro Sektor Kuliner di Kota Cimahi
5. Seberapa besar pengaruh langsung *Personal Innovativeness, Trust* terhadap *Attitude of Qris* pada pelaku usaha mikro Sektor Kuliner di Kota Cimahi
6. Seberapa besar pengaruh langsung *Personal Innovativeness, Trust* dan *Attitude* terhadap *Behavioral Intention of Qris* pada pelaku usaha mikro Sektor Kuliner di Kota Cimahi
7. Seberapa besar pengaruh tidak langsung *Personal Innovativeness* dan *Trust* terhadap *Behavioral Intention of Qris* melalui *Attitude* pada pelaku usaha mikro Sektor Kuliner di Kota Cimahi

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi serta rumusan masalah yang telah dikemukakan, tujuan penelitian ini dirumuskan untuk mengetahui:

1. Tanggapan pelaku usaha mikro sektor kuliner di kota Cimahi mengenai *Personal Innovativeness of Qris*
2. Tanggapan pelaku usaha mikro sektor kuliner di kota Cimahi mengenai *Trust of Qris*
3. Tanggapan pelaku usaha mikro sektor kuliner di kota Cimahi mengenai *Attitude of Qris*

4. Tanggapan pelaku usaha mikro sektor kuliner di kota Cimahi mengenai Behavioural of Qris
5. Besarnya pengaruh langsung *Personal Innovativeness* dan *Trust* terhadap *Attitude of Qris* pada pelaku usaha mikro Sektor Kuliner di Kota Cimahi
6. Besarnya pengaruh langsung *Personal Innovativeness*, *Trust* dan *Attitude* terhadap *Behavioral Intention of Qris* pada pelaku usaha mikro Sektor Kuliner di Kota Cimahi
7. Besarnya pengaruh tidak langsung *Personal Innovativeness* dan *Trust* terhadap *Behavioral Intention of Qris* melalui *Attitude* pada pelaku usaha mikro Sektor Kuliner di Kota Cimahi

1.4. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, manfaat penelitian ini ditinjau dari dua aspek, yaitu manfaat teoretis dan manfaat praktis. Uraian lebih lanjut mengenai masing-masing manfaat tersebut disajikan sebagai berikut:

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi keilmuan diantaranya:

1. Menambah wawasan dan pengetahuan dalam bidang Bisnis digital, Khususnya Terkait *Personal Innovativeness*, *Trust*, *Behavioral Intention of Qris*, *Attitude*, Berfokus pada Transformasi digital.

2. Memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai bagaimana faktor-faktor tersebut saling mempengaruhi dalam meningkatkan atau menurunkan *Behavioral Intention* melalui *Attitude* sebagai variabel intervening.
3. Menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang ingin mengkaji hubungan antara *Personal Innovativeness*, *Trust*, *Behavioral Intention of Qris*, *Attitude*, dalam kontes transformasi digital pada bisnis.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi berbagai pemangku kepentingan. Pihak-pihak yang memperoleh manfaat dari penelitian ini meliputi:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini berfungsi sebagai media bagi peneliti untuk memperluas pengetahuan serta pemahaman dalam bidang Bisnis Digital, khususnya yang berkaitan dengan *Personal Innovativeness dan Trust, Attitude, Behavioral Intention of Qris*. Selain itu, penelitian ini memberikan pengalaman empiris dalam mengimplementasikan konsep dan teori ke dalam praktik penelitian

2. Bagi Penyedia Jasa Pembayaran Digital

Penelitian ini dapat menjadi masukan dalam pengembangan layanan QRIS yang lebih mudah digunakan serta sesuai dengan kebutuhan pelaku usaha mikro.

3. Bagi Pihak lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat serta menjadi referensi tambahan dalam kajian mengenai *Personal*

Innovativeness dan *Trust*, *Attitude*, dan *Behavioral Intention* penggunaan QRIS dengan *Attitude* sebagai variabel intervening. Selain itu, temuan penelitian ini dapat dijadikan sebagai dasar pengembangan penelitian selanjutnya pada bidang kajian yang relevan.