

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

Kajian pustaka merupakan landasan teoritis yang digunakan untuk menjelaskan konsep, variabel, serta hubungan antarvariabel dalam suatu penelitian. Melalui kajian pustaka, peneliti dapat menelaah teori dan hasil penelitian terdahulu yang relevan sehingga permasalahan penelitian memiliki dasar ilmiah yang jelas. Kajian pustaka juga berfungsi sebagai dasar dalam membangun kerangka pemikiran, menentukan posisi penelitian, serta merumuskan hipotesis yang selanjutnya diuji menggunakan data empiris.

Penelitian ini membahas pemanfaatan teknologi pembayaran digital pada UMKM kuliner, khususnya mengenai Adopsi QRIS, *Payment Method Concentration*, dan *Digital Transaction Volume*. Oleh karena itu, pembahasan teoritis disusun mulai dari teori yang menjelaskan penerimaan teknologi, kemudian konteks bisnis digital dan sistem pembayaran digital, hingga konsep-konsep yang secara langsung berkaitan dengan variabel penelitian.

Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989) digunakan sebagai Grand Theory dalam penelitian ini. TAM dipilih karena memberikan kerangka untuk menjelaskan bagaimana pengguna menerima dan menggunakan suatu teknologi. Davis (1989) menempatkan *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* sebagai dua keyakinan utama yang berperan dalam

penerimaan teknologi. Penelitian Davis menjadi salah satu fondasi utama literatur penerimaan teknologi informasi.

Dalam penelitian ini, TAM terutama digunakan untuk menjelaskan Adopsi QRIS pada sisi pelaku UMKM. Namun, penelitian tidak menguji seluruh konstruk TAM sebagai variabel empiris. *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* digunakan sebagai landasan teoritis untuk memahami proses penerimaan teknologi, sedangkan perhatian empiris diarahkan pada penggunaan teknologi yang benar-benar terjadi, khususnya konsistensi penggunaan QRIS dalam transaksi harian. Pendekatan tersebut relevan karena penelitian tidak hanya ingin mengetahui apakah QRIS tersedia atau diterima, tetapi apakah teknologi tersebut benar-benar digunakan secara rutin dalam aktivitas usaha.

Selain TAM, kajian mengenai Bisnis Digital dan Sistem Pembayaran Digital digunakan sebagai landasan kontekstual untuk menjelaskan lingkungan bisnis tempat QRIS dan berbagai metode pembayaran digunakan. Selanjutnya, kajian diarahkan secara lebih spesifik pada Adopsi QRIS sebagai variabel independen pertama (X1), *Payment Method Concentration* sebagai variabel independen kedua (X2), dan *Digital Transaction Volume* sebagai variabel dependen (Y).

Dengan demikian, penyusunan kajian pustaka dalam penelitian ini bergerak dari teori penerimaan teknologi menuju penerapannya dalam pembayaran digital, kemudian menuju penggunaan QRIS, pola metode pembayaran pelanggan, dan akhirnya *outcome* transaksi digital yang benar-benar terjadi pada UMKM.

2.1.1 Technology Acceptance Model

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan teori yang dikembangkan untuk menjelaskan dan memprediksi penerimaan pengguna terhadap teknologi informasi. Teori ini menjadi landasan utama dalam penelitian ini karena secara langsung menjelaskan proses penerimaan dan penggunaan aktual QRIS sebagai teknologi pembayaran digital oleh pelaku UMKM kuliner.

2.1.1.1 Pengertian Technology Acceptance Model

Technology Acceptance Model pertama kali dikembangkan oleh Fred D. Davis sebagai model untuk menjelaskan penerimaan pengguna terhadap teknologi informasi. Model tersebut berangkat dari pemikiran bahwa perilaku seseorang dalam menggunakan teknologi dapat dijelaskan melalui keyakinan dan penilaiannya terhadap teknologi yang digunakan.

Menurut Davis (1989), dua faktor utama yang menjadi dasar penerimaan teknologi adalah *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use*. *Perceived Usefulness* berkaitan dengan sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu teknologi dapat memberikan manfaat atau meningkatkan kinerjanya, sedangkan *Perceived Ease of Use* berkaitan dengan sejauh mana seseorang percaya bahwa teknologi dapat digunakan tanpa membutuhkan usaha yang berlebihan. Davis menunjukkan bahwa kedua konstruk tersebut memainkan peranan penting dalam menjelaskan penerimaan pengguna terhadap teknologi informasi.

Pandangan tersebut menunjukkan bahwa pengguna tidak secara otomatis menerima teknologi hanya karena teknologi tersedia. Pengguna akan terlebih

dahulu menilai apakah teknologi tersebut memberikan manfaat dan apakah penggunaannya relatif mudah. Ketika suatu teknologi dianggap memberikan manfaat yang nyata dan mudah dioperasikan, kemungkinan teknologi tersebut untuk diterima dan digunakan menjadi lebih besar.

Selanjutnya, Venkatesh dan Davis (2000) mengembangkan model TAM menjadi TAM2. Pengembangan tersebut dilakukan untuk memberikan penjelasan yang lebih luas mengenai faktor-faktor yang membentuk persepsi manfaat dan niat menggunakan teknologi. Mereka menunjukkan bahwa penerimaan teknologi tidak hanya dipengaruhi oleh karakteristik teknologi, tetapi juga dapat dipengaruhi oleh proses sosial dan proses kognitif. Faktor sosial antara lain berkaitan dengan norma subjektif dan citra, sedangkan proses kognitif berkaitan dengan relevansi pekerjaan, kualitas keluaran, dan kemampuan pengguna melihat hasil dari penggunaan teknologi.

Pengembangan tersebut memperlihatkan bahwa penerimaan teknologi merupakan proses yang lebih kompleks daripada sekadar tersedianya suatu sistem. Pengguna dapat mempertimbangkan manfaat, kemudahan, pengaruh lingkungan, kebutuhan pekerjaan, serta hasil yang diperoleh sebelum memutuskan untuk terus menggunakan teknologi.

Dalam konteks pembayaran digital pada UMKM Indonesia, Najib dan Fahma (2020) menggunakan pengembangan TAM untuk menjelaskan adopsi sistem pembayaran digital pada usaha kecil dan menengah. Penelitian tersebut menunjukkan relevansi konstruk TAM dalam memahami penerimaan pembayaran

digital pada konteks UMKM Indonesia dan memasukkan faktor tambahan untuk memberikan pemahaman yang lebih luas mengenai keputusan pelaku usaha dalam mengadopsi sistem pembayaran digital.

Sementara itu, **Sholihah dan Nurhapsari (2023)** secara lebih spesifik menerapkan TAM dalam konteks QRIS pada UMKM. Penelitian terhadap 100 pedagang pasar tradisional di Kota Semarang tersebut menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi menggunakan QRIS. Temuan tersebut memperkuat relevansi TAM untuk menjelaskan penerimaan QRIS pada pelaku UMKM.

Berdasarkan beberapa pendapat dan hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa *Technology Acceptance Model* merupakan model yang menjelaskan proses penerimaan teknologi melalui penilaian pengguna terhadap manfaat dan kemudahan teknologi, yang selanjutnya berkaitan dengan sikap, niat, dan penggunaan teknologi. Dalam penelitian ini, TAM digunakan sebagai Grand Theory untuk memberikan landasan dalam memahami penerimaan dan penggunaan QRIS oleh UMKM kuliner di Kecamatan Coblong, Kota Bandung.

2.1.1.2 Konstruk Technology Acceptance Model

Konstruk utama dalam *Technology Acceptance Model* meliputi *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use*.

Perceived Usefulness menggambarkan keyakinan pengguna bahwa teknologi dapat memberikan manfaat terhadap aktivitas atau pekerjaan yang dilakukan. Dalam konteks pembayaran digital, manfaat teknologi dapat berupa

proses transaksi yang lebih cepat, kemudahan dalam penerimaan pembayaran, efisiensi operasional, serta pencatatan transaksi yang lebih baik.

Dalam konteks QRIS pada UMKM, persepsi manfaat penting karena pelaku usaha akan lebih mudah menerima suatu teknologi apabila teknologi tersebut dirasakan memberikan manfaat nyata terhadap kegiatan transaksi. Sholihah dan Nurhapsari (2023) menemukan bahwa *Perceived Usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi penggunaan QRIS pada UMKM.

Perceived Ease of Use menggambarkan tingkat keyakinan pengguna bahwa suatu teknologi mudah untuk dipelajari, dipahami, dan digunakan. Teknologi yang tidak membutuhkan usaha berlebihan dalam pengoperasiannya memiliki peluang lebih besar untuk diterima oleh pengguna.

Dalam konteks QRIS, kemudahan penggunaan dapat terlihat dari sederhana atau tidaknya proses penerimaan pembayaran, kemudahan *merchant* memeriksa transaksi, dan kemudahan sistem untuk digunakan dalam kegiatan transaksi sehari-hari.

Sholihah dan Nurhapsari (2023) menemukan bahwa *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif terhadap intensi penggunaan QRIS pada UMKM. Penelitian Najib dan Fahma (2020) pada UMKM Indonesia juga menggunakan pengembangan TAM dan menunjukkan relevansi persepsi kemudahan serta manfaat dalam menjelaskan adopsi sistem pembayaran digital.

2.1.1.3 Pengembangan Technology Acceptance Model

Technology Acceptance Model terus berkembang setelah diperkenalkan oleh Davis (1989). Venkatesh dan Davis (2000) mengembangkan TAM2 dengan memasukkan faktor sosial dan kognitif untuk memberikan penjelasan yang lebih komprehensif mengenai penerimaan teknologi.

Pengembangan TAM menunjukkan bahwa penerimaan teknologi tidak hanya bergantung pada karakteristik teknologi, tetapi juga berkaitan dengan kondisi lingkungan, kebutuhan pengguna, relevansi teknologi dengan pekerjaan, serta pengaruh sosial.

Dalam konteks pembayaran digital, pendekatan penerimaan teknologi telah digunakan dalam berbagai penelitian. Najib dan Fahma (2020) menggunakan *extended Technology Acceptance Model* untuk mengkaji adopsi pembayaran digital pada UMKM Indonesia. Sholihah dan Nurhapsari (2023) menggunakan TAM untuk mengkaji intensi penggunaan QRIS pada UMKM, sedangkan Rafferty dan Fajar (2022) mengkaji penerimaan QRIS dari perspektif *merchant* Indonesia.

Rafferty dan Fajar (2022) menemukan bahwa faktor seperti kompatibilitas *merchant*, *facilitating conditions*, kepercayaan, dan *relative advantage* memiliki peranan dalam penerimaan QRIS oleh *merchant*. Temuan tersebut menunjukkan bahwa penerimaan pembayaran digital pada pelaku usaha dapat dipengaruhi oleh berbagai kondisi yang mendukung penggunaan teknologi.

2.1.1.4 Pengembangan Technology Acceptance Model

Technology Acceptance Model digunakan sebagai Grand Theory dalam penelitian ini untuk menjelaskan penerimaan dan penggunaan QRIS sebagai teknologi pembayaran digital.

Meskipun TAM menjelaskan penerimaan teknologi melalui *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use*, penelitian ini tidak menguji keseluruhan struktur TAM sebagai model empiris. Kedua konstruk tersebut digunakan sebagai dasar teoritis untuk menjelaskan mengapa teknologi dapat diterima, sedangkan fokus empiris penelitian diarahkan pada tahap penggunaan aktual teknologi.

Pembedaan antara penerimaan atau kepemilikan suatu teknologi dan penggunaannya secara aktual penting dalam konteks pembayaran. Koulayev, Rysman, Schuh, dan Stavins (2016) secara eksplisit membedakan keputusan konsumen untuk mengadopsi suatu instrumen pembayaran dengan keputusan untuk menggunakan instrumen tersebut. Seseorang dapat memiliki suatu instrumen pembayaran, tetapi belum tentu menggunakan instrumen tersebut secara konsisten dalam setiap transaksi.

Dalam konteks penelitian ini, kondisi tersebut relevan karena kepemilikan QRIS oleh UMKM belum tentu menunjukkan bahwa QRIS digunakan secara rutin dalam transaksi harian. Oleh karena itu, penelitian memfokuskan Adopsi QRIS pada penggunaan aktual yang tercermin melalui konsistensi penggunaan QRIS.

2.1.2 Bisnis Digital

Bisnis digital merupakan salah satu bentuk perkembangan kegiatan usaha yang muncul seiring dengan pesatnya kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Dalam era digital, aktivitas bisnis tidak lagi dijalankan hanya melalui cara-cara konvensional, tetapi juga didukung oleh pemanfaatan teknologi digital dalam berbagai aspek usaha. Penggunaan teknologi tersebut dapat dilihat dalam kegiatan pemasaran, penjualan, pelayanan pelanggan, komunikasi bisnis, pengelolaan data, hingga pengambilan keputusan. Dengan demikian, bisnis digital tidak hanya berkaitan dengan penjualan produk secara *online*, tetapi juga mencerminkan perubahan cara usaha dijalankan secara lebih modern, cepat, dan terintegrasi.

2.1.2.1 Pengertian Bisnis Digital

Bisnis digital pada dasarnya merujuk pada kegiatan bisnis yang memanfaatkan teknologi digital sebagai bagian penting dalam menjalankan proses usaha. Pemanfaatan tersebut tidak hanya terlihat pada aktivitas penjualan secara online, tetapi juga pada cara perusahaan atau pelaku usaha mengelola pemasaran, hubungan dengan pelanggan, operasional, distribusi, sampai pengambilan keputusan. Dengan demikian, bisnis digital dapat dipahami sebagai bentuk perkembangan bisnis yang memadukan teknologi, informasi, dan komunikasi ke dalam aktivitas usaha secara lebih luas.

Menurut Chaffey, *digital business* memiliki cakupan yang lebih luas dibandingkan *e-commerce*. Bisnis digital berkaitan dengan bagaimana organisasi menerapkan teknologi dan media digital untuk meningkatkan daya saing melalui

optimalisasi proses internal, serta penggunaan saluran digital maupun saluran tradisional dalam kegiatan pemasaran dan penyediaan produk atau jasa. Pendapat ini menunjukkan bahwa bisnis digital tidak hanya berkaitan dengan aktivitas jual beli secara elektronik, tetapi juga mencakup seluruh proses bisnis yang didukung oleh teknologi digital (Chaffey *et al.*, 2019:13).

Selanjutnya, Laudon menjelaskan bahwa perusahaan digital atau digital firm merupakan organisasi yang hampir seluruh hubungan pentingnya dengan pelanggan, pemasok, dan karyawan dimediasi secara digital. Selain itu, proses bisnis inti dalam perusahaan digital juga dijalankan melalui jaringan digital yang terintegrasi. Dari pendapat tersebut dapat dipahami bahwa bisnis digital bukan hanya berhubungan dengan penggunaan internet untuk transaksi, tetapi juga menyangkut perubahan cara kerja organisasi secara menyeluruh melalui pemanfaatan teknologi digital (Laudon & Laudon, 2021:42).

Sejalan dengan itu, Chaffey juga menegaskan bahwa *e-commerce* merupakan bagian dari digital business. Artinya, bisnis digital memiliki ruang lingkup yang lebih luas karena tidak hanya mencakup transaksi elektronik, tetapi juga komunikasi internal, integrasi proses bisnis, pengelolaan hubungan dengan pelanggan, serta pengembangan layanan berbasis digital. Oleh karena itu, bisnis digital dapat dipahami sebagai konsep bisnis yang lebih menyeluruh daripada sekadar perdagangan elektronik (Chaffey *et al.*, 2019:13).

Berdasarkan pendapat para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa bisnis digital adalah kegiatan bisnis yang memanfaatkan teknologi digital untuk menjalankan, mendukung, dan mengembangkan seluruh proses usaha, baik yang

berkaitan dengan aktivitas internal maupun hubungan eksternal dengan pelanggan, pemasok, dan mitra usaha. Dengan kata lain, bisnis digital tidak hanya berfokus pada transaksi online, tetapi juga pada penggunaan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan daya saing usaha. Dalam penelitian ini, konsep bisnis digital menjadi landasan untuk memahami perubahan cara usaha dijalankan di era digital.

2.1.2.2 Tujuan Bisnis Digital

Pada dasarnya, penerapan bisnis digital dilakukan untuk membantu organisasi atau pelaku usaha menjalankan kegiatan bisnis secara lebih efektif, efisien, dan adaptif terhadap perkembangan lingkungan. Kehadiran teknologi digital membuat proses bisnis tidak lagi berjalan secara konvensional semata, tetapi juga didukung oleh sistem, jaringan, data, dan media digital yang dapat mempercepat pelaksanaan kegiatan usaha. Oleh karena itu, tujuan bisnis digital tidak hanya terbatas pada penjualan secara online, tetapi juga mencakup perbaikan proses internal, penguatan hubungan dengan pelanggan, serta peningkatan daya saing usaha.

Menurut Chaffey, bisnis digital pada dasarnya dikembangkan agar organisasi mampu menerapkan teknologi dan media digital untuk meningkatkan daya saing melalui optimalisasi proses internal dan pemanfaatan saluran digital maupun tradisional. Dari pendapat tersebut dapat dipahami bahwa salah satu tujuan utama bisnis digital adalah meningkatkan kemampuan organisasi dalam menjalankan proses bisnis secara lebih baik, sekaligus memperluas cara organisasi menjangkau pasar (Chaffey *et al.*, 2019:13).

Selain itu, Chaffey juga menjelaskan bahwa manfaat nyata dari bisnis digital antara lain dapat dilihat dari meningkatnya penjualan melalui pelanggan baru dan pasar baru, terjadinya pengurangan biaya pemasaran, serta meningkatnya efisiensi dalam pengelolaan informasi. Hal ini menunjukkan bahwa tujuan bisnis digital tidak hanya berorientasi pada pertumbuhan pendapatan, tetapi juga pada efisiensi biaya dan perbaikan pengelolaan aktivitas usaha (Chaffey *et al.*, 2019:13).

Sementara itu, Laudon menjelaskan bahwa pemanfaatan sistem informasi dan teknologi digital dalam perusahaan dilakukan untuk mencapai enam tujuan strategis bisnis, yaitu *operational excellence*, produk, jasa, dan model bisnis baru, kedekatan dengan pelanggan dan pemasok, pengambilan keputusan yang lebih baik, keunggulan bersaing, serta mempertahankan keberlangsungan usaha. Berdasarkan pendapat tersebut, tujuan bisnis digital dapat dipahami secara lebih luas, yaitu sebagai upaya organisasi untuk meningkatkan kualitas operasional, menciptakan inovasi, memperkuat relasi bisnis, dan menjaga kemampuan bertahan dalam lingkungan persaingan yang terus berubah (Laudon & Laudon, 2021:43).

Masih menurut Laudon, organisasi digital juga memiliki kemampuan untuk merespons perubahan lingkungan secara lebih cepat dibandingkan organisasi tradisional, sehingga memberi fleksibilitas yang lebih tinggi dalam menghadapi situasi yang dinamis. Hal ini menunjukkan bahwa salah satu tujuan penting bisnis digital adalah membangun kelincahan usaha agar organisasi mampu menyesuaikan diri dengan perubahan pasar, kebutuhan pelanggan, dan perkembangan teknologi (Laudon & Laudon, 2021:43).

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa tujuan bisnis digital meliputi peningkatan efisiensi operasional, perluasan pasar, peningkatan penjualan, penguatan hubungan dengan pelanggan dan mitra, perbaikan kualitas pengambilan keputusan, penciptaan inovasi, peningkatan daya saing, serta keberlangsungan usaha. Dengan kata lain, bisnis digital bertujuan untuk membantu organisasi atau pelaku usaha agar dapat menjalankan kegiatan bisnis secara lebih modern, cepat, terintegrasi, dan sesuai dengan tuntutan era digital. Dalam penelitian ini, tujuan bisnis digital menjadi salah satu landasan untuk memahami bahwa penggunaan teknologi digital dalam usaha bukan hanya sebagai pelengkap, tetapi sebagai bagian penting dalam mendukung perkembangan dan kinerja usaha.

2.1.3 Sistem Pembayaran Digital

Sistem pembayaran digital merupakan sistem pembayaran yang dilakukan dengan memanfaatkan teknologi elektronik atau digital. Pembayaran digital memungkinkan transaksi dilakukan tanpa menggunakan uang tunai secara langsung. Dalam kegiatan bisnis modern, sistem pembayaran digital menjadi salah satu sarana penting karena dapat mempercepat transaksi, mengurangi hambatan pembayaran, dan meningkatkan kenyamanan konsumen.

2.1.3.1 Pengertian Sistem Pembayaran Digital

Bank for International Settlements (BIS, 2020) mendefinisikan sistem pembayaran sebagai seperangkat instrumen, prosedur, dan aturan untuk memindahkan dana antar pihak, yang didukung oleh infrastruktur teknis dan jaringan institusi keuangan. Dalam konteks digital, *Turban et al.* (2018)

menjelaskan bahwa pembayaran elektronik atau *e-payment* merupakan mekanisme pemindahan nilai moneter melalui media elektronik yang mencakup berbagai instrumen seperti kartu, dompet digital, dan transfer berbasis internet.

Sistem pembayaran digital adalah proses pemindahan nilai uang dari pembeli kepada penjual melalui media elektronik. Bentuk pembayaran digital dapat berupa *mobile banking*, internet banking, dompet digital, kartu debit, kartu kredit, transfer bank, dan pembayaran berbasis QR Code seperti QRIS. Dalam konteks UMKM kuliner, sistem pembayaran digital berfungsi sebagai alternatif pembayaran selain uang tunai. Konsumen dapat memilih metode pembayaran yang dianggap paling mudah, aman, dan sesuai dengan kebiasaannya. Oleh karena itu, semakin baik sistem pembayaran digital yang disediakan oleh pelaku usaha, semakin besar peluang konsumen untuk melakukan transaksi secara digital.

2.1.3.2 Jenis-Jenis Metode Pembayaran Digital

Secara umum, metode pembayaran pada transaksi ritel dapat dibedakan menjadi metode pembayaran tunai dan non-tunai.

Metode pembayaran tunai menggunakan uang kartal sebagai alat pembayaran. Sementara pembayaran non-tunai menggunakan instrumen seperti transfer bank, kartu debit, kartu kredit, uang elektronik, dompet digital, maupun pembayaran berbasis QR.

Bagnall et al. (2016) melalui studi perbandingan tujuh negara menunjukkan bahwa pilihan metode pembayaran dapat berbeda antarnegara, antarindividu, dan

menurut karakteristik transaksi. Penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa uang tunai tetap banyak digunakan, khususnya dalam transaksi bernilai relatif kecil.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa munculnya berbagai alternatif pembayaran digital tidak otomatis menghilangkan penggunaan uang tunai. Beberapa metode pembayaran dapat tersedia secara bersamaan, tetapi penggunaannya tetap bergantung pada pilihan konsumen saat melakukan transaksi

2.1.3.3 Sistem Pembayaran Digital pada UMKM

Bagi UMKM, tersedianya sistem pembayaran digital memberikan alternatif bagi pelanggan dalam menyelesaikan transaksi.

Bank Indonesia menetapkan QRIS sebagai standardisasi pembayaran menggunakan QR Code sehingga *merchant* dapat menerima pembayaran melalui berbagai aplikasi pembayaran yang telah mendukung standar QRIS. QRIS dirancang agar transaksi berbasis QR berlangsung cepat, mudah, murah, aman, dan andal.

Dari perspektif *merchant*, Bank Indonesia menjelaskan bahwa QRIS dapat memberikan beberapa manfaat seperti mengurangi kebutuhan pengelolaan uang tunai, mengurangi risiko uang palsu, mempermudah pencatatan dan pemantauan transaksi, serta membantu rekonsiliasi transaksi.

Namun demikian, ketersediaan suatu metode pembayaran tidak selalu berarti metode tersebut digunakan secara intensif. Pilihan metode pembayaran aktual tetap ditentukan oleh konsumen serta kondisi pada titik transaksi.

Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya mengkaji penggunaan QRIS oleh pelaku UMKM, tetapi juga pola metode pembayaran yang paling dominan digunakan pelanggan.

2.1.4 Adopsi QRIS

Adopsi QRIS merupakan salah satu variabel utama dalam penelitian ini yang menunjukkan sejauh mana pelaku UMKM kuliner menerima, memanfaatkan, dan merasakan manfaat dari penggunaan QRIS dalam kegiatan usahanya. Adopsi dalam konteks ini tidak hanya dimaknai sebagai kepemilikan kode QRIS, tetapi mencakup penggunaan aktual QRIS yang konsisten dalam setiap transaksi usaha sehari-hari.

2.1.4.1 Pengertian QRIS

Quick Response Code Indonesian Standard atau QRIS merupakan standar nasional pembayaran berbasis kode QR yang ditetapkan oleh Bank Indonesia untuk memfasilitasi transaksi pembayaran di seluruh Indonesia. QRIS dirancang agar berbagai instrumen pembayaran digital dapat digunakan melalui satu kode QR yang terintegrasi, sehingga *merchant* tidak perlu menyediakan banyak kode QR dari berbagai penyedia jasa pembayaran.

Berikut ini beberapa pengertian QRIS yang dikemukakan, di antaranya:

Bank Indonesia (2023:1) menjelaskan bahwa:

"QRIS adalah standar QR Code pembayaran yang dikembangkan oleh industri sistem pembayaran bersama Bank Indonesia untuk memfasilitasi kegiatan transaksi dengan QR Code agar lebih cepat, mudah, murah, aman, dan andal."

Hal ini menunjukkan bahwa QRIS bukan sekadar alat pembayaran, melainkan sebuah standar nasional yang memiliki tujuan untuk mendorong ekosistem pembayaran digital yang inklusif dan efisien. Pendapat lain dikemukakan oleh Sholihah dan *Nurhapsari* (2023:3) bahwa:

"QRIS merupakan instrumen pembayaran digital berbasis kode QR yang memungkinkan transaksi dilakukan hanya dengan memindai satu kode QR dari berbagai aplikasi pembayaran yang telah mendukung standar QRIS."

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa QRIS adalah standar pembayaran berbasis kode QR yang ditetapkan oleh Bank Indonesia yang memungkinkan *merchant* menerima pembayaran dari berbagai aplikasi pembayaran melalui satu kode QR. Bagi UMKM kuliner, QRIS memberikan kemudahan karena konsumen dapat memilih aplikasi pembayaran yang mereka miliki tanpa harus menyesuaikan dengan penyedia tertentu.

2.1.4.2 Pengertian Adopsi QRIS

Adopsi teknologi merupakan proses penerimaan dan penggunaan suatu inovasi oleh individu atau organisasi dalam kehidupan atau kegiatan usahanya. Dalam konteks QRIS, adopsi tidak cukup hanya dengan mendaftarkan diri sebagai *merchant* QRIS, melainkan harus tercermin dari penggunaan aktual QRIS yang konsisten dan memberikan manfaat nyata dalam transaksi.

Berikut ini beberapa pengertian adopsi teknologi yang dikemukakan oleh para ahli, di antaranya:

Rogers (2003:177) mengemukakan bahwa:

"Adoption is a decision of full use of an innovation as the best course of action available."

Yang artinya adopsi adalah keputusan untuk menggunakan suatu inovasi secara penuh sebagai pilihan terbaik yang tersedia dari berbagai alternatif yang ada.

Adapun pendapat lain dikemukakan oleh Koulayev et al. (2016) menegaskan bahwa adopsi instrumen pembayaran dan penggunaan instrumen pembayaran merupakan dua keputusan yang berbeda. Pengguna dapat memiliki beberapa instrumen pembayaran, tetapi tidak berarti seluruh instrumen tersebut digunakan secara aktual dengan intensitas yang sama.

Dalam konteks QRIS, Rafferty dan Fajar (2022) mengkaji adopsi QRIS dari perspektif *merchant* Indonesia dan menunjukkan bahwa penerimaan QRIS berkaitan dengan kompatibilitas, kondisi pendukung, kepercayaan, dan keuntungan relatif.

Sholihah dan Nurhapsari (2023) juga menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* berperan dalam intensi UMKM menggunakan QRIS. Sementara Najib dan Fahma (2020) menunjukkan relevansi pendekatan TAM dalam menjelaskan adopsi sistem pembayaran digital pada UMKM Indonesia.

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut, Adopsi QRIS dalam penelitian ini didefinisikan sebagai penerimaan dan penggunaan aktual QRIS oleh UMKM yang tercermin dari kepemilikan serta konsistensi penggunaan QRIS dalam kegiatan

transaksi usaha sehari-hari, dengan konsistensi penggunaan menjadi dimensi utama yang diuji dalam model penelitian.

2.1.4.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Adopsi QRIS

Berdasarkan Technology Acceptance Model, penerimaan teknologi berkaitan dengan persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan (Davis, 1989).

Sholihah dan Nurhapsari (2023) menemukan bahwa persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap intensi penggunaan QRIS pada UMKM. Najib dan Fahma (2020) juga menunjukkan relevansi *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan faktor lain seperti kepercayaan dalam menjelaskan penerimaan pembayaran digital pada UMKM.

Rafferty dan Fajar (2022) menemukan bahwa kompatibilitas *merchant*, *facilitating conditions*, kepercayaan, dan *relative advantage* merupakan faktor yang mendukung adopsi QRIS oleh *merchant*.

Muchtar et al. (2024), melalui pendekatan UTAUT dari perspektif pelanggan, menunjukkan bahwa *social influence* dan *facilitating conditions* memiliki peranan dalam niat mengadopsi QRIS.

Dengan demikian, adopsi QRIS dapat dipengaruhi oleh faktor teknologi, faktor pengguna, faktor lingkungan, dan kondisi pendukung. Namun penelitian ini tidak menguji faktor-faktor tersebut secara terpisah dan memusatkan pengukuran pada kondisi penggunaan QRIS yang terjadi secara aktual.

2.1.4.4 Dimensi dan Indikator Adopsi QRIS

Dalam penelitian ini, Adopsi QRIS dijelaskan melalui dua dimensi operasional yang menggambarkan keberadaan dan penggunaan aktual QRIS pada UMKM. Penetapan dimensi tersebut didasarkan pada *Technology Acceptance Model* dari Davis (1989) yang menjelaskan bahwa penerimaan teknologi pada akhirnya tercermin dalam penggunaan aktual (*actual use*), serta diperkuat oleh Najib dan Fahma (2020), Sholihah dan Nurhapsari (2023), dan Muchtar et al. (2024) yang menunjukkan bahwa penerimaan teknologi pembayaran digital tidak hanya berkaitan dengan persepsi terhadap teknologi, tetapi juga dengan penerimaan dan penggunaannya dalam aktivitas transaksi. Adapun dimensi dan indikator Adopsi QRIS dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Kepemilikan QRIS

Kepemilikan QRIS menggambarkan kondisi apakah UMKM telah memiliki fasilitas QRIS yang dapat digunakan untuk menerima pembayaran digital. Indikator: status kepemilikan QRIS pada UMKM, yaitu memiliki atau tidak memiliki QRIS. Dimensi ini digunakan sebagai informasi deskriptif pendukung untuk menggambarkan tingkat ketersediaan fasilitas QRIS pada UMKM.

2) Konsistensi Penggunaan QRIS

Konsistensi penggunaan QRIS menggambarkan sejauh mana QRIS benar-benar digunakan secara rutin dalam kegiatan transaksi usaha sehari-hari. Davis (1989) menjelaskan bahwa *actual use* menunjukkan penggunaan teknologi secara nyata setelah teknologi tersebut diterima oleh pengguna.

Sejalan dengan itu, Najib dan Fahma (2020) serta Sholihah dan Nurhapsari (2023) menunjukkan bahwa penerimaan pembayaran digital pada UMKM pada akhirnya berkaitan dengan penggunaan teknologi dalam aktivitas transaksi.

Indikator: penggunaan QRIS secara rutin atau konsisten dalam transaksi harian. Dimensi ini menjadi representasi utama Adopsi QRIS (X1) yang digunakan dalam model analisis.

2.1.5 *Payment Method Concentration*

Payment Method Concentration merupakan variabel independen kedua dalam penelitian ini. Konsep ini digunakan untuk menggambarkan pola pemusatan penggunaan metode pembayaran pada transaksi pelanggan.

2.1.5.1 Pengertian *Payment Method Concentration*

Shy (2021) mengkaji sejauh mana konsumen mengonsentrasikan atau mendiversifikasikan penggunaan instrumen pembayaran pada transaksi tatap muka. Konsumen dapat menggunakan satu instrumen secara dominan atau menggunakan beberapa instrumen pembayaran secara bergantian.

Dalam penelitian *Shy* (2021), tingkat pemusatan tersebut dianalisis menggunakan ukuran konsentrasi dan ketimpangan terhadap distribusi penggunaan beberapa instrumen pembayaran.

Berdasarkan konsep tersebut, *Payment Method Concentration* dapat dipahami sebagai tingkat pemusatan penggunaan metode pembayaran pada satu

atau beberapa instrumen tertentu dibandingkan dengan penggunaan yang lebih tersebar pada berbagai alternatif pembayaran.

Dalam konteks UMKM kuliner, keberadaan beberapa metode pembayaran belum berarti bahwa pelanggan menggunakan seluruh metode tersebut secara merata. Transaksi dapat tetap terkonsentrasi pada metode pembayaran tertentu.

2.1.5.2 Jenis-Jenis Metode Pembayaran

Metode pembayaran dapat dibedakan menjadi metode pembayaran tunai dan non-tunai. Pembayaran tunai dilakukan dengan uang fisik, sedangkan pembayaran non-tunai dilakukan melalui instrumen digital atau elektronik. Metode pembayaran non-tunai dapat berupa transfer bank, *mobile banking*, dompet digital, kartu debit, kartu kredit, dan QRIS.

Dalam konteks UMKM kuliner, metode pembayaran yang tersedia dapat memengaruhi kenyamanan konsumen. Konsumen yang terbiasa menggunakan pembayaran digital cenderung lebih nyaman apabila *merchant* menyediakan QRIS atau metode pembayaran digital lainnya. Sebaliknya, apabila *merchant* hanya menerima pembayaran tunai, maka konsumen yang tidak membawa uang tunai dapat mengalami hambatan transaksi.

Berbagai jenis metode pembayaran tersebut menunjukkan bahwa konsumen memiliki beberapa alternatif dalam menyelesaikan transaksi. Namun, dalam praktiknya, ketersediaan beberapa metode pembayaran belum tentu membuat penggunaan metode pembayaran tersebar secara merata. Konsumen dapat tetap

cenderung memilih metode pembayaran tertentu yang dianggap paling praktis, familier, atau sesuai dengan kebiasaannya. Oleh karena itu, pemahaman mengenai jenis-jenis metode pembayaran menjadi dasar untuk melihat bagaimana pola penggunaan metode pembayaran dapat terkonsentrasi pada metode tertentu dalam transaksi UMKM kuliner.

2.1.5.3 Diversifikasi Metode Pembayaran

Konsumen dapat memiliki dan menggunakan lebih dari satu instrumen pembayaran. Namun, keberadaan beberapa instrumen tersebut belum tentu menghasilkan penggunaan yang merata.

Koulayev et al. (2016) menunjukkan bahwa konsumen terlebih dahulu memiliki atau mengadopsi suatu portofolio instrumen pembayaran dan kemudian menentukan instrumen yang benar-benar digunakan ketika melakukan transaksi.

Shy (2021) menunjukkan adanya variasi dalam konsentrasi penggunaan metode pembayaran, yaitu terdapat konsumen yang menggunakan satu metode secara dominan dan konsumen yang menggunakan beberapa metode pembayaran.

Arango, Huynh, dan Sabetti (2015) menunjukkan bahwa penerimaan instrumen pembayaran oleh *merchant* memiliki peranan penting dalam pilihan instrumen pembayaran konsumen. Dengan demikian, metode yang tersedia pada *merchant* dapat membatasi atau memperluas pilihan pembayaran yang dapat direalisasikan pelanggan pada titik transaksi.

Bagnall et al. (2016) juga menunjukkan bahwa karakteristik transaksi, termasuk nilai transaksi, berkaitan dengan pilihan instrumen pembayaran.

Pembayaran tunai masih memiliki posisi penting khususnya untuk transaksi bernilai relatif kecil.

Berdasarkan uraian tersebut, *Payment Method Concentration* berkaitan dengan interaksi antara ketersediaan pembayaran di *merchant* dan metode yang benar-benar dipilih pelanggan.

2.1.5.4 Faktor-Faktor yang mempengaruhi *Payment Method Concentration*

Payment Method Concentration dipengaruhi oleh beberapa faktor yang berasal dari sisi konsumen maupun sisi *merchant*. Dari sisi konsumen, kebiasaan dan preferensi pembayaran menjadi faktor penting karena konsumen cenderung memilih metode pembayaran yang dianggap paling familier, mudah, dan sesuai dengan pengalaman transaksi sebelumnya. *Shy* (2021) menjelaskan bahwa sebagian konsumen dapat memusatkan transaksi pada satu instrumen pembayaran dominan, sedangkan sebagian lainnya menggunakan beberapa instrumen pembayaran secara bergantian.

Dari sisi *merchant*, penerimaan dan penyediaan metode pembayaran juga berperan dalam membentuk pola pilihan pembayaran konsumen. *Arango, Huynh, dan Sabetti* (2015) menjelaskan bahwa penerimaan *merchant* terhadap instrumen pembayaran dapat memengaruhi pilihan metode pembayaran konsumen pada titik transaksi, terutama pada transaksi bernilai kecil. Hal ini menunjukkan bahwa metode pembayaran yang tersedia di usaha dapat memengaruhi peluang konsumen untuk menggunakan metode pembayaran tertentu.

Selain itu, *Koulayev et al.* (2016) menegaskan bahwa terdapat perbedaan antara ketersediaan instrumen pembayaran dan penggunaan aktualnya. Artinya, meskipun suatu metode pembayaran tersedia, belum tentu metode tersebut digunakan secara aktif oleh konsumen. Kondisi ini relevan dalam transaksi UMKM kuliner, karena pelanggan sering kali memilih metode pembayaran berdasarkan kebiasaan, kecepatan, dan kenyamanan pada saat melakukan pembayaran.

Berdasarkan uraian tersebut, faktor-faktor yang memengaruhi *Payment Method Concentration* dalam penelitian ini meliputi dominasi metode pembayaran, preferensi atau kebiasaan pembayaran konsumen, dan pemanfaatan alternatif metode pembayaran. Ketiga faktor tersebut digunakan untuk menjelaskan sejauh mana penggunaan metode pembayaran pada UMKM kuliner cenderung terpusat pada metode tertentu atau mulai tersebar pada beberapa pilihan pembayaran yang tersedia.

2.1.5.5 Dimensi dan Indikator *Payment Method Concentration*

Dalam penelitian ini, *Payment Method Concentration* dijelaskan melalui dua dimensi operasional yang menggambarkan ketersediaan metode pembayaran pada *merchant* dan metode pembayaran yang secara aktual paling dominan digunakan pelanggan. Penetapan dimensi tersebut didasarkan pada *Shy* (2021) yang menjelaskan bahwa penggunaan instrumen pembayaran dapat terkonsentrasi pada satu instrumen tertentu atau tersebar pada beberapa instrumen. Konsep tersebut diperkuat oleh Arango, Huynh, dan Sabetti (2015) yang menunjukkan bahwa penerimaan metode pembayaran oleh *merchant* berperan dalam menentukan pilihan pembayaran konsumen, serta *Koulayev et al.* (2016) yang menegaskan

bahwa ketersediaan atau kepemilikan instrumen pembayaran perlu dibedakan dari penggunaan aktualnya. Adapun dimensi dan indikator *Payment Method Concentration* dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Ketersediaan Metode Pembayaran

Ketersediaan metode pembayaran menggambarkan jenis metode pembayaran yang disediakan dan dapat diterima oleh UMKM dalam melayani transaksi pelanggan. Arango, Huynh, dan Sabetti (2015) menjelaskan bahwa instrumen pembayaran yang diterima *merchant* membentuk pilihan pembayaran yang tersedia bagi konsumen pada saat transaksi.

Indikator: tersedia atau tidak tersedianya masing-masing metode pembayaran pada UMKM, yaitu QRIS, transfer bank, *e-wallet*, serta kartu debit/kredit. Dimensi ini digunakan sebagai informasi deskriptif pendukung untuk menggambarkan pilihan metode pembayaran yang tersedia pada usaha.

2) Dominasi Metode Pembayaran

Dominasi metode pembayaran menggambarkan jenis metode pembayaran yang paling banyak atau paling dominan digunakan pelanggan dalam melakukan transaksi pada UMKM. *Shy* (2021) menjelaskan bahwa penggunaan instrumen pembayaran dapat terkonsentrasi pada satu instrumen tertentu, sedangkan Koulayev et al. (2016) menunjukkan bahwa konsumen yang memiliki akses terhadap beberapa instrumen pembayaran tetap dapat memilih satu instrumen tertentu dalam transaksi aktual.

Indikator: jenis metode pembayaran yang paling dominan digunakan pelanggan, yang meliputi tunai, QRIS, transfer bank, *e-wallet*, atau kartu debit/kredit. Dimensi ini menjadi representasi utama *Payment Method Concentration* (X2) dalam model analisis.

2.1.6 Digital Transaction Volume

Digital Transaction Volume merupakan variabel dependen dalam penelitian ini yang digunakan untuk mengukur besarnya manfaat nyata dari penerapan sistem pembayaran digital pada UMKM kuliner. Variabel ini mencerminkan sejauh mana pembayaran digital benar-benar dimanfaatkan dalam kegiatan transaksi usaha, bukan hanya tersedia sebagai fasilitas.

2.1.6.1 Pengertian Digital Transaction Volume

Volume transaksi digital merupakan ukuran yang menggambarkan jumlah, nilai, proporsi, dan perkembangan transaksi yang dilakukan melalui metode pembayaran digital dalam periode tertentu. Semakin tinggi volume transaksi digital suatu usaha, semakin besar pula peran pembayaran digital dalam mendukung aktivitas usaha tersebut.

Berikut ini beberapa pengertian *Digital Transaction Volume* yang dikemukakan oleh para ahli, di antaranya:

DeLone dan McLean (2003:24) menyatakan bahwa:

"Net benefits represent the extent to which IS are contributing to the success of individuals, groups, organizations, industries, and nations. In the context of

digital payment systems, net benefits can be observed through the actual volume and value of digital transactions that occur as a result of system adoption and use."

Yang artinya net *benefits* merepresentasikan sejauh mana sistem informasi berkontribusi pada keberhasilan individu, kelompok, organisasi, industri, dan negara. Dalam konteks sistem pembayaran digital, net *benefits* dapat diamati melalui volume dan nilai aktual transaksi digital yang terjadi sebagai hasil dari adopsi dan penggunaan sistem.

Adapun *Mohamed* (2023:3) mengemukakan bahwa:

"The use of digital payment methods, including mobile money, is Significantly associated with improvements in the performance of small and medium enterprises, particularly in terms of increased frequency and value of business transactions over time."

Sementara itu, *Ledi et al.* (2023:4) menyatakan bahwa:

"QR code-based payment adoption positively affects SME performance in developing countries, with the effect being amplified by the presence of dynamic capabilities that enable firms to leverage digital payment systems more effectively."

Yang artinya adopsi pembayaran berbasis kode QR berpengaruh positif terhadap kinerja UKM di negara berkembang, dengan pengaruh yang diperkuat oleh kemampuan dinamis yang memungkinkan perusahaan memanfaatkan sistem pembayaran digital secara lebih efektif.

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut, *Digital Transaction Volume* dapat dipahami sebagai tingkat aktivitas transaksi yang terealisasi melalui metode pembayaran digital dalam suatu periode tertentu. Dalam penelitian ini, *Digital Transaction Volume* diamati melalui Proporsi Transaksi Digital dan Nilai Transaksi Digital. Proporsi Transaksi Digital digunakan sebagai representasi operasional utama variabel Y, sedangkan Nilai Transaksi Digital digunakan sebagai informasi deskriptif pendukung.

2.1.6.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Digital Transaction Volume*

Volume transaksi digital suatu usaha dipengaruhi oleh berbagai faktor yang bersumber dari sisi teknologi, pelaku usaha, maupun dari perilaku konsumen. Berikut faktor-faktor yang mempengaruhi *Digital Transaction Volume* berdasarkan pendapat para ahli:

DeLone dan McLean (2003:14) mengemukakan bahwa:

"System quality, information quality, and service quality collectively influence system use and user satisfaction, which in turn determine the net benefits derived from information system implementation."

Yang artinya kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan secara bersama-sama memengaruhi penggunaan sistem dan kepuasan pengguna, yang pada akhirnya menentukan manfaat bersih yang diperoleh dari implementasi sistem informasi.

Adapun Kilay, Simamora, dan Putra (2022:4) menyatakan bahwa:

"The use of e-payment services by MSMEs in Indonesia has a positive effect on supply chain performance, reflecting increased efficiency, transaction speed, and overall business performance driven by digital payment adoption."

Yang artinya penggunaan layanan *e-payment* oleh UMKM di Indonesia berdampak positif terhadap kinerja rantai pasok, mencerminkan peningkatan efisiensi, kecepatan transaksi, dan kinerja bisnis secara keseluruhan yang didorong oleh adopsi pembayaran digital.

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa *Digital Transaction Volume* dipengaruhi oleh kualitas sistem pembayaran digital, tingkat adopsi teknologi pembayaran oleh pelaku usaha, ketersediaan dan kesesuaian metode pembayaran dengan preferensi konsumen, kepercayaan terhadap keamanan sistem, serta kebiasaan konsumen dalam menggunakan pembayaran digital.

2.1.6.3 Digital Transaction Volume pada UMKM

Digital Transaction Volume pada UMKM dapat menjadi indikator penting dalam menilai keberhasilan penerapan sistem pembayaran digital. Pembayaran digital tidak hanya mempermudah transaksi, tetapi juga dapat membantu pencatatan keuangan, mengurangi penggunaan uang tunai, dan meningkatkan efisiensi operasional.

DeLone dan McLean (2003) dalam *Information Systems Success Model* menjelaskan bahwa keberhasilan sistem informasi dapat dilihat dari beberapa dimensi, seperti kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas layanan, penggunaan,

kepuasan pengguna, dan manfaat bersih (*net benefits*). Dalam penelitian ini, *Digital Transaction Volume* dapat dipahami sebagai salah satu bentuk manfaat nyata dari penggunaan sistem pembayaran digital. Artinya, QRIS tidak hanya dinilai dari ada atau tidaknya penggunaan, tetapi juga dari kontribusinya terhadap peningkatan transaksi digital secara aktual.

2.1.6.4 Dimensi dan Indikator *Digital Transaction Volume*

Dalam penelitian ini, *Digital Transaction Volume* diamati melalui dua dimensi yang menggambarkan aktivitas transaksi digital aktual pada UMKM. Penetapan dimensi tersebut didasarkan pada perspektif *Information Systems Success Model* dari DeLone dan McLean (2003) yang menekankan penggunaan sistem dan manfaat nyata (*net benefits*) sebagai bagian dari keberhasilan sistem informasi, serta diperkuat secara empiris oleh Mohamed (2023), Ledi et al. (2023), dan Kilay, Simamora, dan Putra (2022) yang menunjukkan bahwa penggunaan pembayaran digital berkaitan dengan aktivitas transaksi dan kinerja usaha. Adapun dimensi dan indikator yang digunakan adalah sebagai berikut:

1) Proporsi Transaksi Digital

Proporsi transaksi digital menggambarkan persentase transaksi yang dilakukan melalui metode pembayaran digital dibandingkan dengan keseluruhan transaksi usaha dalam satu bulan.

Indikator: persentase transaksi digital terhadap total transaksi bulanan, yang dinyatakan dalam rentang 0–100%. Dimensi ini menjadi representasi utama *Digital Transaction Volume* (Y) dalam analisis penelitian.

2) Nilai Transaksi Digital

Nilai transaksi digital menggambarkan besarnya nilai moneter transaksi yang dilakukan melalui metode pembayaran digital dalam satu bulan. Indikator: jumlah nilai transaksi digital usaha per bulan yang dinyatakan dalam Rupiah. Dimensi ini digunakan sebagai informasi deskriptif pendukung untuk memberikan gambaran mengenai besarnya transaksi digital pada UMKM.

2.1.7 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang digunakan dalam penelitian ini sebagai referensi mengenai pengaruh adopsi QRIS dan *Payment Method Concentration* terhadap *Digital Transaction Volume* pada UMKM. Penelitian-penelitian tersebut menjadi dasar dalam penyusunan kerangka pemikiran serta pengembangan hipotesis penelitian. Dengan membandingkan hasil penelitian sebelumnya, peneliti dapat mengidentifikasi kesenjangan penelitian yang akan diisi dalam penelitian ini. Tabel 2.1 di bawah ini menunjukkan penelitian-penelitian terdahulu yang digunakan sebagai acuan dalam penelitian ini.

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

No.	Nama, Tahun, Judul, dan Sumber Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian	Posisi Penelitian
1.	Muchtar, E.H., et al. (2024) Quick response code Indonesia standard (QRIS) E-payment adoption: customers perspective Cogent Business & Management Volume 11, 2024	Penelitian ini menemukan bahwa minat penggunaan QRIS dipengaruhi secara <i>Signifikan</i> oleh <i>social influence</i> dan <i>facilitating conditions</i> , sedangkan <i>performance expectancy</i> dan <i>effort expectancy</i> tidak berpengaruh	1. Variabel Adopsi QRIS dan minat penggunaan e-payment.	1.Fokus penelitian pada niat konsumen	Penelitian ini tidak hanya membahas niat penggunaan QRIS, tetapi meneliti pengaruh Adopsi QRIS terhadap <i>Digital Transaction Volume</i> pada UMKM.

No.	Nama, Tahun, Judul, dan Sumber Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian	Posisi Penelitian
	https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/23311975.2024.2316044	Signifikan. Selain itu, karakteristik responden tidak memoderasi hubungan tersebut.			
2.	Judijanto, L., & Wardhani, D. (2024) The Impact of Mobile Payment Systems and User Interface DeSign on Customer Adoption and Transaction Volume in E-commerce Companies in Jakarta Vol. 2 No. 01 https://doi.org/10.58812/esiscs.v2i01.321	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>social influence</i> dan <i>facilitating conditions</i> berpengaruh positif dan Signifikan terhadap minat penggunaan QRIS. Sedangkan <i>performance expectancy</i> dan <i>effort expectancy</i> tidak berpengaruh Signifikan terhadap minat penggunaan QRIS.	1. Variabel Adopsi QRIS dan penggunaan pembayaran digital.	1. Variabel <i>Payment Method Concentration</i> dan <i>Digital Transaction Volume</i> 2. Lokasi penelitian 3. Fokus e-commerce	Penelitian ini menempatkan Adopsi QRIS berbasis TAM dan <i>Payment Method Concentration</i> sebagai faktor baru dalam menjelaskan <i>Digital Transaction Volume</i> pada UMKM kuliner.
3.	Erlinda Sholihah & Risma Nurhapsari, 2023 Percepatan Implementasi Digital Payment Pada UMKM: Intensi Pengguna QRIS Berdasarkan Technology Acceptance Model Vol. 12 No. 1 (2023): Nominal April 2023 https://doi.org/10.21831/nominal.v12i1.52480	Intensi penggunaan QRIS pada UMKM dijelaskan melalui TAM, terutama kemanfaatan dan kemudahan penggunaan.	1. Variabel Adopsi QRIS	1. Variabel <i>Payment Method Concentration</i> 2. Variabel <i>Digital Transaction Volume</i> 3. Fokus pada intensi penggunaan QRIS	Penelitian ini memperluas TAM dengan tidak hanya mengukur intensi, tetapi penggunaan aktual QRIS terhadap transaksi digital.
4.	Aditya Rian Ramadhan & Perli Iswanto, 2025 Adopsi QRIS oleh UMKM Bekasi: Peran Kemudahan, Manfaat, dan Kepercayaan Vol. 5 No. 3 (2025): Desember: Jurnal Akuntansi dan Manajemen Bisnis https://doi.org/10.56127/jaman.v5i3.2566	Adopsi QRIS pada UMKM dijelaskan melalui kemudahan, manfaat, dan kepercayaan sebagai faktor utama.	1. Variabel Adopsi QRIS	1. Variabel <i>Payment Method Concentration</i> 2. Variabel <i>Digital Transaction Volume</i> 3. Lokasi penelitian di Bekasi	Penelitian ini mengembangkan kajian adopsi QRIS dengan menguji dampaknya terhadap <i>Digital Transaction Volume</i> .

No.	Nama, Tahun, Judul, dan Sumber Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian	Posisi Penelitian
5.	Dwi Resti Amanda, Fitri Nazira, Ilfa Rahmi, & Hildawati, 2025 Alasan Konsumen Memilih QRIS Sebagai Metode Pembayaran Utama (Studi Kasus Mahasiswa Stia Lancang Kuning Dumai) Vol.4, No.1, 2025, pp. 37-45 DOI: https://doi.org/10.62108/asrj.v4i1.10297	Penelitian ini mengindikasikan bahwa sejumlah besar mahasiswa STIA Lancang Kuning Dumai menganggap QRIS sebagai metode pembayaran yang lebih superior dan efisien dibandingkan dengan pendekatan tradisional. Peserta mengakui bahwa QRIS secara signifikan mempermudah proses transaksi, terutama dalam konteks lingkungan kampus, karena hanya memerlukan ponsel pintar dan aplikasi pembayaran	1. Variabel <i>Payment Method Concentration</i>	1. Variabel Adopsi QRIS 2. Variabel <i>Digital Transaction Volume</i> 3. Objek penelitian pada mahasiswa	Penelitian ini berfokus pada konsumen, sedangkan penelitian ini menitikberatkan pada UMKM dan dampak QRIS terhadap transaksi digital.
6.	Dinar Kurnia Setyaningrum & Shinta Permata Sari, 2026 Keputusan Penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Sebagai Alternatif Pembayaran Digital: di Solo Raya Vol 8No1 (2026) DOI: https://journal-laaroiba.com/ojs/index.php/alikharaj/article/view/11279/8423	Hasil penelitian ini Perilaku penggunaan QRIS berkaitan dengan <i>hedonic motivation</i>, kebiasaan, dan niat perilaku dalam pemilihan metode pembayaran digital.	1. Variabel <i>Payment Method Concentration</i>	1. Lokasi penelitian	Penelitian ini menggunakan konsep perilaku pembayaran untuk membentuk variabel <i>Payment Method Concentration</i> dan mengaitkannya dengan transaksi digital.
7.	Ni Made Yuuka Narita Putri dkk., 2025 Pengaruh Persepsi Kemanfaatan dan Kemudahan terhadap Keputusan Penggunaan Digital Payment QRIS pada UMKM di Kabupaten Bandung	Hasil penelitian ini Keputusan penggunaan QRIS pada Generasi Z dibentuk oleh persepsi kemudahan, kemanfaatan, keamanan, dan minat.	1. Variabel <i>Payment Method Concentration</i>	1. Objek penelitian pada Generasi Z di Denpasar	Penelitian ini tidak hanya membahas keputusan penggunaan QRIS, tetapi dampaknya terhadap volume transaksi digital UMKM.

No.	Nama, Tahun, Judul, dan Sumber Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian	Posisi Penelitian
	Volume 2, Number 3, September 2025 https://doi.org/10.70451/ca-krawala.v2i3.635				
8.	Oz Shy, 2021 <i>Consumer Use of Multiple Payment Methods</i> , Review of Industrial Organization Volume 58, pages 339–355, (2021) DOI: 10.1007/s11151-020-09803-w	Hasil Penelitian ini Penggunaan banyak metode pembayaran dapat diukur dengan ukuran konsentrasi untuk melihat apakah pembayaran terpusat pada satu instrumen atau tersebar pada beberapa instrumen.	1.Variabel <i>Payment Method Concentration</i>	1.Fokus penelitian pada konsumen	Penelitian ini menjadikan konsep konsentrasi pembayaran sebagai dasar utama variabel <i>Payment Method Concentration</i> .
9.	Gita Mai Rani & Rika Desiyanti, 2024 Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan dan Digital Payment terhadap Kinerja UMKM Makanan & Minuman di Kota Padang Volume 5 Issue 2 – Jul 2024 https://doi.org/10.37366/ekomabis.v5i02.1403	Hasil Penelitian ini Digital payment diposisikan sebagai salah satu faktor yang berkaitan dengan kinerja UMKM makanan dan minuman.	1.Variabel <i>Digital Transaction Volume</i>	1.Lokasi Penelitian	Penelitian ini memperjelas kinerja UMKM dengan fokus khusus pada <i>Digital Transaction Volume</i> .
10.	Abdul Malik&Dita Ayu Pramesyilia, 2025 Pengaruh Literasi Keuangan, Kemudahan Digital Payment dan Pengelolaan Keuangan terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Rumah Makan Warteg di Kota Cilegon Vol 4 Nomor 2 DOI: https://ejurnal.lppmunsera.org/index.php/Jakmen/article/view/11619/3752	Hasil Penelitian ini Kemudahan digital payment dianalisis sebagai salah satu faktor yang berkaitan dengan kinerja UMKM rumah makan/warteg.	1.Variabel <i>Digital Transaction Volume</i>	1.Objek Penelitian Pada Rumah Makan warteg di Cilegon	Penelitian ini tidak hanya melihat kinerja UMKM, tetapi fokus pada pengaruh QRIS terhadap transaksi digital.

No.	Nama, Tahun, Judul, dan Sumber Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian	Posisi Penelitian
11.	Andrew Patrick Marunduh, Pebisitona Mesajaya Purba, & Cristofer Sumiok, 2025 Pengaruh Literasi Keuangan dan Digital Payment terhadap Kinerja UMKM Kota Tomohon Vol.19 No.1 DOI: https://www.scribd.com/document/925360716/Pengaruh-Literasi-Kuangan-Dan-Digital-Payment-Terhadap	Hasil Penelitian ini Digital payment diuji sebagai salah satu penjas kinerja UMKM di Kota Tomohon.	1.Variabel <i>Digital Transaction Volume</i>	1.Lokasi Penelitian	Penelitian ini menempatkan digital payment sebagai variabel umum, sedangkan penelitian ini fokus pada QRIS dan volume transaksi digital.
12.	Nur Salsa Auliya & Rachmat Agus Santoso, 2026 DETERMINAN KINERJA KEUANGAN UMKM DALAM PERSPEKTIF LITERASI KEUANGAN, IMPLEMENTASI QRIS DAN PENGENDALIAN INTERNAL Vol. 15 No. 01 DOI: https://doi.org/10.22437/jmk.v15i01.53650	Hasil penelitian ini Implementasi QRIS dianalisis sebagai salah satu determinan kinerja keuangan UMKM sektor kuliner di Kota Bandung.	1.Variabel <i>Digital Transaction Volume</i>	1.Fokus penelitian Pada kinerja keuangan UMKM	Penelitian ini berbeda karena fokus pada kinerja keuangan, sedangkan penelitian ini fokus pada <i>Digital Transaction Volume</i> UMKM kuliner Coblong.
13.	Alfonz Lawrenz Kilay, Bachtiar H. Simamora, & Danang Pinardi Putra, 2022 <i>The Influence of E-Payment and E-Commerce Services on Supply Chain Performance: Implications of Open Innovation and Solutions for the Digitalization of MSMEs in Indonesia,</i> Volume 8, Issue 3 DOI: 10.3390/joitmc8030119	Hasil ini penelitian Penggunaan e-payment dan layanan e-commerce berpengaruh positif terhadap performa rantai pasok MSME di Indonesia.	1.Variabel <i>Digital Transaction Volume</i>	1.Fokus penelitian pada supply chain performance	Penelitian ini membahas supply chain, sedangkan penelitian ini fokus pada transaksi digital UMKM.

No.	Nama, Tahun, Judul, dan Sumber Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian	Posisi Penelitian
14.	Abdinur Ali <i>Mohamed</i>, 2023 The influence of the mobile money payment on the performance of small and medium enterprises in Somalia Volume 196, November 2023 DOI: 10.1016/j.techfore.2023.122821	Hasil Penelitian ini Peningkatan penggunaan mobile money berhubungan dengan peningkatan pertumbuhan usaha kecil dan menengah.	1.Variabel <i>Digital Transaction Volume</i>	1.Lokasi Penelitian	Penelitian ini menggunakan mobile money, sedangkan penelitian ini menggunakan QRIS pada UMKM Indonesia.
15.	Klenam Korbla Ledi, Enya Ameza-Xemalordzo, George Kofi Amoako, & Bernice Asamoah, 2023 Effect of QR code and mobile money on performance of SMEs in developing countries: The role of dynamic capabilities Volume 10, 2023 DOI: 10.1080/23311975.2023.2238977	Hasil penelitian ini Penggunaan pembayaran berbasis QR code dan mobile money berkaitan dengan performa SMEs, dengan kemampuan dinamis memperkuat hubungan tersebut.	1.Variabel <i>Digital Transaction Volume</i>	1Fokus penelitian pada SME performance dan dynamic capabilities	Penelitian ini fokus pada SME performance, sedangkan penelitian ini fokus pada volume transaksi digital.
16	Najib, M., & Fahma, F. (2020) Investigating the Adoption of Digital Payment System through an Extended Technology Acceptance Model: an InSight from the Indonesian Small and Medium Enterprises Vol. 10 No. 4 (2020) https://doi.org/10.18517/ijas.eit.10.4.11616	Penelitian ini menemukan bahwa <i>Perceived Ease of Use</i>, <i>Perceived Usefulness</i>, sikap terhadap pembayaran digital, dan kepercayaan merupakan faktor Signifikan yang memengaruhi niat adopsi sistem pembayaran digital pada UMKM Indonesia. Secara spesifik, penelitian ini dilakukan pada UMKM kuliner skala kecil dan menengah, dengan temuan bahwa	1.Adopsi Qris	1. Lokasi Penelitian	Penelitian ini membahas niat adopsi, sedangkan penelitian ini menguji penggunaan aktual QRIS terhadap transaksi.

No.	Nama, Tahun, Judul, dan Sumber Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian	Posisi Penelitian
		kepercayaan dan kemudahan penggunaan menjadi prediktor utama adopsi pembayaran digital.			
17	Rafferty & Fajar (2022) Integrated QR Payment System (QRIS): Cashless Payment Solution in Developing Country from Merchant Perspective Vol. 32 No. 3 DOI: 10.14329/apjis.2022.32.3.630	Hasil Penelitian ini QRIS terbukti menjadi solusi pembayaran non-tunai efektif bagi <i>merchant</i> di negara berkembang, meski terhambat oleh literasi digital dan infrastruktur.	1.Variabel Adopsi QRIS	Tidak meneliti PMC dan DTV. Tidak spesifik UMKM kuliner Bandung.	Penelitian ini fokus pada solusi sistem QRIS, sedangkan penelitian ini menambahkan variabel <i>Payment Method Concentration</i> dan volume transaksi
18	Lolowang, Tasik, Gunawan, & Tumbuan (2024) <i>UNLOCKING THE QRIS IMPACT: AN ANALYSIS OF MOBILE PAYMENT AMONG MSMEs USING ACCEPTANCE MODEL (TAM)</i> Vol. 12 No. 4 (2024): JE. VOL 12 NO 4. 2024 DOI: 10.35794/emba.v12i4.59378	Hasil Penelitian ini <i>Perceived Usefulness</i> dan <i>Perceived Ease of Use</i> berpengaruh signifikan terhadap sikap dan niat adopsi QRIS pada UMKM.	1.Variabel Adopsi Qris	Lokasi penelitian	Penelitian ini fokus pada niat penggunaan QRIS, sedangkan penelitian ini fokus pada penggunaan aktual dan dampaknya.
19	Santika, A. Z., Musyaffi, A. M., & Zairin, G. M. (2024) <i>Factors Influencing the Adoption of QRIS Digital Payments in MSMEs</i> Vol. 5 No. 1 (2024) https://doi.org/10.21009/japa.0501.13	Hasil penelitian menunjukkan bahwa performance expectancy, effort expectancy, dan literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap behavioral intention dalam menggunakan QRIS pada UMKM.	1.adopsi QRIS pada UMKM.	Berfokus pada intensi penggunaan QRIS, sedangkan penelitian ini menekankan penggunaan aktual QRIS dan pengaruhnya terhadap volume transaksi digital.	Penelitian ini fokus pada behavioral intention, sedangkan penelitian ini fokus pada dampak terhadap transaksi digital nyata.
20	Widowati (2022) ADOPSI PEMBAYARAN DIGITAL QRIS PADA	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendekatan TAM relevan digunakan	Penggunaan TAM dan objek kajian berupa adopsi	penelitian ini tidak hanya mengkaji adopsi QRIS, tetapi	Penelitian ini hanya membahas adopsi QRIS berbasis TAM,

No.	Nama, Tahun, Judul, dan Sumber Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian	Posisi Penelitian
	UMKM BERDASARKAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL http://dx.doi.org/10.21776/jdess.2022.01.1.01 .	untuk menjelaskan penerimaan QRIS pada UMKM, terutama melalui faktor persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan kesiapan pelaku usaha dalam menerima teknologi pembayaran digital.	QRIS pada UMKM.	juga mengaitkannya dengan <i>Payment Method Concentration</i> dan <i>Digital Transaction Volume</i> pada UMKM kuliner di Kecamatan Coblong	sedangkan penelitian ini mengintegrasikan dua variabel dan output transaksi digital.

2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran penelitian ini dibangun atas dasar bahwa transformasi pembayaran digital pada UMKM tidak cukup dijelaskan hanya oleh keberadaan teknologi. Dalam konteks UMKM kuliner, keberhasilan transaksi digital merupakan hasil dari interaksi antara adopsi teknologi pembayaran, struktur pilihan metode pembayaran, dan pemanfaatan sistem tersebut dalam transaksi aktual. Oleh karena itu, penelitian ini tidak memandang QRIS sebagai faktor tunggal, melainkan sebagai bagian dari sistem pembayaran digital yang efektivitasnya dipengaruhi oleh cara *merchant* mengelola pilihan pembayaran serta bagaimana pelanggan merespons pilihan tersebut.

Secara teoritis, hubungan antar variabel dalam penelitian ini ditopang oleh tiga landasan utama. Pertama, *Technology Acceptance Model* (Davis, 1989) menjelaskan bahwa teknologi cenderung diadopsi ketika dipersepsikan bermanfaat dan mudah digunakan. Kedua, teori pilihan metode pembayaran menjelaskan bahwa perilaku pembayaran dipengaruhi oleh struktur penerimaan *merchant*, preferensi konsumen, serta insentif dan kenyamanan pada titik transaksi (*Arango et*

al., 2015; Rysman, 2007). Ketiga, *Information Systems Success Model* (DeLone dan McLean, 2003) menjelaskan bahwa manfaat sistem tidak berhenti pada penggunaan, tetapi harus terlihat pada hasil nyata atau net *benefits*, sehingga dalam penelitian ini manfaat tersebut dibaca melalui *Digital Transaction Volume*.

2.2.1 Hubungan Adopsi QRIS dan *Payment Method Concentration*

Adopsi QRIS dan *Payment Method Concentration* memiliki hubungan konseptual yang erat karena QRIS merupakan salah satu bentuk metode pembayaran digital, sedangkan *Payment Method Concentration* menggambarkan apakah transaksi usaha cenderung terpusat pada satu metode tertentu atau tersebar pada beberapa metode pembayaran. Dalam praktiknya, *merchant* yang telah memiliki QRIS belum tentu langsung mengalami perubahan struktur transaksi. Ada kemungkinan QRIS hanya tersedia sebagai alternatif tambahan, sementara transaksi aktual tetap terkonsentrasi pada pembayaran tunai.

Secara analitis, hubungan tersebut menunjukkan bahwa adopsi teknologi dan struktur metode pembayaran tidak dapat dipisahkan. *Arango et al.* (2015) menunjukkan bahwa penerimaan *merchant* terhadap instrumen pembayaran memengaruhi alat pembayaran yang akhirnya dipilih konsumen, terutama pada transaksi bernilai kecil. *Koulayev et al.* (2016) menegaskan perlunya membedakan antara ketersediaan dan penggunaan aktual suatu instrumen pembayaran. Artinya, perubahan struktur pembayaran pada UMKM kuliner bukan semata persoalan teknologi yang tersedia, tetapi juga persoalan bagaimana teknologi itu ditempatkan dalam sistem pilihan pembayaran yang ditawarkan kepada pelanggan.

2.2.2 Pengaruh Adopsi QRIS terhadap *Digital Transaction Volume*

Adopsi QRIS diperkirakan berpengaruh terhadap *Digital Transaction Volume* karena QRIS menurunkan hambatan pembayaran digital pada tingkat *merchant* maupun pelanggan. Dalam perspektif TAM (Davis, 1989), teknologi yang dipersepsikan bermanfaat dan mudah digunakan cenderung lebih mungkin diterima dan digunakan secara aktual. Pada konteks QRIS, manfaat itu dapat berupa kemudahan penerimaan pembayaran, percepatan proses transaksi, pengurangan risiko uang tunai, serta pencatatan transaksi yang lebih rapi. Muchtar *et al.* (2024) menunjukkan bahwa adopsi QRIS dalam konteks Indonesia ditujukan untuk mendorong migrasi transaksi dari tunai ke non-tunai. Sholihah dan Nurhapsari (2023) menemukan bahwa kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat merupakan faktor utama yang memengaruhi intensi penggunaan QRIS pada UMKM, yang secara implisit mendorong peningkatan frekuensi transaksi digital. Ramadhan dan Iswanto (2025) menambahkan bahwa kepercayaan terhadap sistem turut memperkuat adopsi QRIS, sehingga berpotensi meningkatkan volume transaksi digital secara konsisten. Berdasarkan uraian tersebut, semakin tinggi Adopsi QRIS, maka semakin besar kemungkinan *Digital Transaction Volume* meningkat.

2.2.3 Pengaruh *Payment Method Concentration* Terhadap *Digital Transaction Volume*

Payment Method Concentration diperkirakan berpengaruh terhadap *Digital Transaction Volume* karena struktur metode pembayaran menentukan seberapa besar peluang pelanggan menyelesaikan transaksi melalui kanal digital. Bila

struktur pembayaran suatu UMKM terlalu terkonsentrasi pada tunai, maka peluang pembayaran digital menjadi lebih kecil. Sebaliknya, bila *merchant* menyediakan beberapa metode pembayaran yang sesuai dengan kebiasaan dan preferensi pelanggan, maka probabilitas transaksi digital meningkat.

Arango et al. (2015) menunjukkan bahwa *merchant acceptance* memainkan peran besar dalam pilihan instrumen pembayaran konsumen, terutama pada transaksi bernilai rendah, dan kurangnya penerimaan metode tertentu dapat mempertahankan dominasi uang tunai. *Bagnall et al.* (2016) memperkuat temuan ini dengan menunjukkan bahwa konsumen lebih cenderung menggunakan pembayaran digital pada transaksi berulang dengan nominal kecil, yang sangat relevan untuk konteks UMKM kuliner. *Shy* (2021) menegaskan bahwa ketika transaksi tersebar pada beberapa instrumen digital, volume transaksi non-tunai cenderung lebih tinggi dibanding ketika transaksi terkonsentrasi hanya pada satu metode.

2.2.4 Pengaruh Adopsi QRIS dan *Payment Method Concentration* terhadap *Digital Transaction Volume*

Secara simultan, Adopsi QRIS dan *Payment Method Concentration* ditempatkan sebagai dua variabel independen yang diduga secara bersama-sama berpengaruh terhadap *Digital Transaction Volume*. Adopsi QRIS merepresentasikan penggunaan teknologi pembayaran pada sisi pelaku usaha, sedangkan *Payment Method Concentration* merepresentasikan pola dominasi metode pembayaran yang digunakan pelanggan. Pengujian simultan dilakukan

untuk mengetahui apakah kedua variabel independen tersebut secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap *Digital Transaction Volume* dalam model penelitian.

Kerangka tersebut relevan karena transaksi digital pada tingkat usaha dapat dikaji dari sisi penggunaan teknologi pembayaran oleh pelaku usaha dan pola metode pembayaran yang secara aktual digunakan pelanggan. Namun, penelitian ini tidak menguji efek interaksi antara Adopsi QRIS dan Payment Method Concentration.

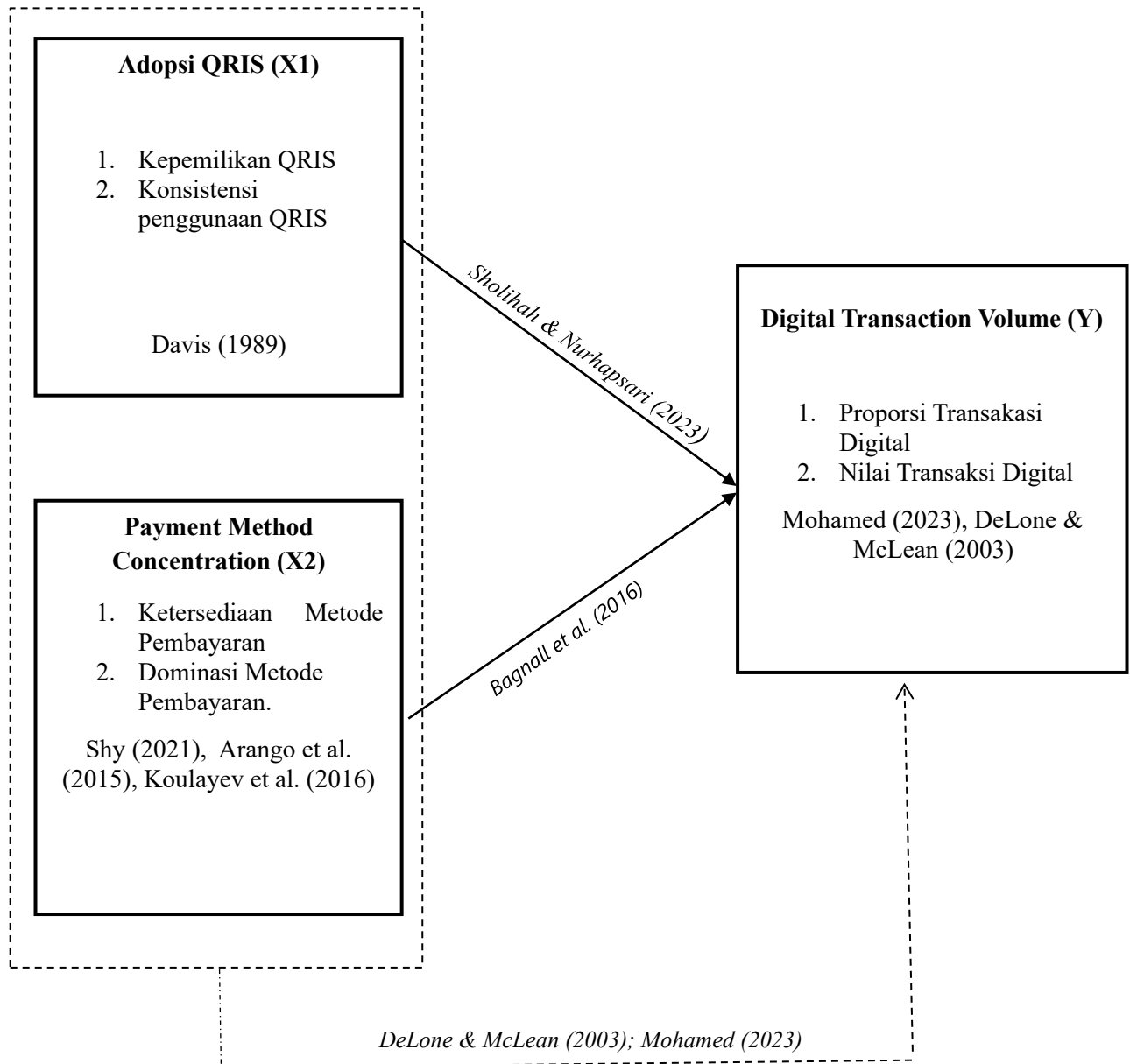
Merchant yang mengadopsi QRIS secara kuat tetapi tetap mempertahankan struktur transaksi yang sangat terpusat pada tunai kemungkinan belum memperoleh *Digital Transaction Volume* yang optimal. Sebaliknya, *merchant* yang menyediakan beberapa pilihan pembayaran digital tetapi tidak benar-benar mendorong penggunaan QRIS juga mungkin belum mencapai hasil transaksi digital yang maksimal.

Hubungan simultan ini dapat dijelaskan melalui *Information Systems Success Model*. DeLone dan McLean (2003) menegaskan bahwa keberhasilan sistem informasi tidak hanya diukur dari ada atau tidaknya penggunaan, tetapi juga dari manfaat nyata (*net benefits*) yang dihasilkan oleh kualitas sistem, informasi, layanan, penggunaan, dan kepuasan pengguna. Dalam penelitian ini, *Digital Transaction Volume* merupakan salah satu bentuk manfaat nyata tersebut. Dengan demikian, pengujian simultan X1 dan X2 terhadap Y menjadi logis, karena manfaat transaksi digital lahir dari teknologi yang diadopsi sekaligus pilihan pembayaran yang dikelola secara tepat.

2.3 Paradigma penelitian

Paradigma penelitian merupakan gambaran konseptual mengenai hubungan antar variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini, paradigma disusun berdasarkan kajian pustaka, penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran yang telah diuraikan sebelumnya. Paradigma ini menunjukkan bahwa Adopsi QRIS (X1) dan *Payment Method Concentration* (X2) diduga berpengaruh terhadap *Digital Transaction Volume* (Y) pada UMKM kuliner di Kota Bandung.

Berdasarkan uraian tersebut, paradigma penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut.



Gambar 2. 1
Paradigma Penelitian

2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang masih harus dibuktikan melalui pengumpulan dan analisis data. Dalam penelitian ini, hipotesis disusun berdasarkan kajian pustaka, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan paradigma penelitian yang telah menjelaskan hubungan antara Adopsi QRIS, *Payment Method Concentration*, dan *Digital Transaction Volume* pada UMKM kuliner di Kota Bandung.

Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut, Adopsi QRIS diduga berpengaruh terhadap *Digital Transaction Volume* karena semakin tinggi tingkat penerimaan dan penggunaan aktual QRIS dalam aktivitas usaha, maka semakin besar peluang meningkatnya transaksi digital. Demikian pula, *Payment Method Concentration* diduga berpengaruh terhadap *Digital Transaction Volume* karena struktur metode pembayaran yang sesuai dengan preferensi dan kemudahan akses konsumen dapat mendorong peningkatan transaksi digital. Secara simultan, kedua variabel independen tersebut diperkirakan bersama-sama memengaruhi *Digital Transaction Volume* pada UMKM kuliner di Kota Bandung.

Dengan demikian, hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut:

H1 : Terdapat pengaruh Adopsi QRIS terhadap *Digital Transaction Volume* pada UMKM kuliner di Kecamatan Coblong, Kota Bandung.

H2 : Terdapat pengaruh *Payment Method Concentration* terhadap *Digital Transaction Volume* pada UMKM kuliner di Kecamatan Coblong, Kota Bandung.

H3 : Terdapat pengaruh Adopsi QRIS dan *Payment Method Concentration* secara simultan terhadap *Digital Transaction Volume* pada UMKM kuliner di Kecamatan Coblong, Kota Bandung.