



Preferensi Penggunaan QRIS oleh Konsumen UMKM

QRIS use Preference by MSME Consumers

Maysha¹⁾ Sri Nathasya Br Sitepu²⁾

Fakultas Ekonomi Universitas Ciputra Surabaya

email: maysha01@student.ciputra.ac.id

Disubmit: 4 Juli 2023; Direvisi; 11 September 2023; Dipublish; 1 April 2024

Abstract

This study aims to examine customer preferences or interests in adopting QRIS (Quick Response QR code Indonesian Standard), which is evaluated based on perceived risk, usefulness, and usefulness, as well as perceived simplicity of use and trust. 277 people responded to the questionnaire that was used to collect the data. We used binary logistic regression analysis to process the data. The study's findings suggest that consumer preferences for adopting QRIS as a method of payment transactions for MSMEs in the city of Surabaya are influenced by views of perceived ease of use, trust, perceived utility, and risk.

Keywords : QRIS; perceived usability; trust; perceived of utility; risk

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis preferensi atau minat dari konsumen terhadap penggunaan QRIS (*Quick Response QR code Indonesian Standard*) yang diukur berdasarkan persepsi kemudahan, kepercayaan, kemanfaatan, dan risiko. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner dengan 277 responden. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi logistik biner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh dari persepsi kemudahan, kepercayaan, kemanfaatan, dan risiko terhadap preferensi konsumen dalam menggunakan QRIS sebagai alat transaksi pembayaran pada UMKM di Kota Surabaya.

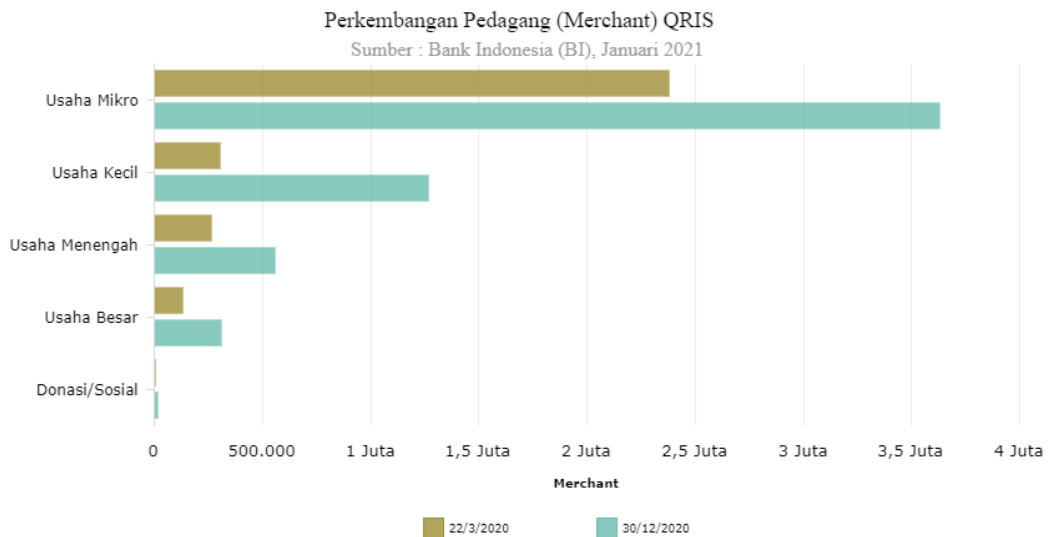
Kata kunci: QRIS; kemudahan; kepercayaan; kemanfaatan; risiko

1. PENDAHULUAN

Setiap negara yang ada di dunia ini pasti mengalami kenaikan maupun penurunan pada berbagai bidang, terutama bidang ekonomi. Indonesia pun tidak luput dari hal tersebut. Pemerintah Indonesia pun ikut turun tangan dalam mempertahankan perekonomian negara. Salah satunya adalah dengan mengeluarkan beberapa kebijakan yang membantu para pelaku UMKM karena UMKM merupakan salah satu pilar penting bagi pembangunan ekonomi negara (Ikmal & Noor, 2021).

Teknologi yang terus mengalami perkembangan pun memberikan pengaruh pada bidang perekonomian, salah satunya adalah metode pembayaran. Saat ini sudah banyak masyarakat yang melakukan transaksi pembayaran tanpa menggunakan uang tunai atau *cashless*. Pembayaran *cashless* diklasifikasikan menjadi 2 jenis yaitu *e-money* dan *e-wallet* (Silaen et al., 2021)

Dalam rangka mendukung perkembangan teknologi, Bank Indonesia (BI) dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) meluncurkan sistem pembayaran digital yaitu QRIS (*Quick Response code Indonesian Standard*) secara resmi pada tanggal 17 Agustus 2019 dan efektif digunakan pada tanggal 1 Januari 2020 (Ningsih et al., 2021). Dengan adanya QRIS pada *e-wallet*, bermanfaat bagi UMKM. Hal ini dibuktikan dengan proses transaksi pembayaran menjadi jauh lebih efektif dan efisien (Sihaloho et al., 2020). Sudah banyak pelaku UMKM yang menyediakan layanan pembayaran *cashless* menggunakan QRIS. Gambar 1 adalah data penggunaan QRIS pada pedagang dan UMKM dari bank Indonesia



Gambar 1. Perkembangan Pedagang Pengguna QRIS
Sumber: Bank Indonesia, (2021)

Meskipun demikian, setiap individu tentunya memiliki preferensi masing-masing dalam menggunakan QRIS sebagai alat transaksi pembayaran digital. QRIS meningkatkan daya saing UMKM untuk melakukan transaksi digital (Aryawati et al., 2022). Penggunaan QIS dapat menyentuh hingga sektor terkecil pada level pedagang mikro (Aini et al., 2018). Beberapa hal yang dapat menjadi pengukur dari preferensi konsumen dalam penggunaan QRIS sebagai alat transaksi pembayaran digital adalah :1) persepsi kemudahan melihat kapasitas QRIS untuk

meningkatkan transaksi sehingga bermanfaat bagi pengguna; 2) kepercayaan adalah kondisi dimana pelanggan yakin terhadap pelayanan ketika bertransaksi; 3) kemanfaatan adalah seberapa besar keuntungan yang diterima oleh konsumen ketika menggunakan QRIS; 4) risiko adalah kemungkinan terjadinya kegagalan atau kerugian saat menggunakan QRIS (Saputri, 2020).

Tujuan dan manfaat dari penelitian ini dapat menganalisis manfaat penggunaan QRIS sebagai alat transaksi pembayaran digital pada UMKM di Kota Surabaya. Dengan latar belakang dan berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya, maka hipotesis yang muncul adalah:

H₀: Terdapat pengaruh antara variabel kemudahan, kepercayaan, kemanfaatan, dan risiko terhadap preferensi konsumen menggunakan QRIS pada UMKM di Kota Surabaya.

H₁: Tidak terdapat pengaruh antara variabel kemudahan, kepercayaan, kemanfaatan, dan risiko terhadap preferensi konsumen menggunakan QRIS pada UMKM di Kota Surabaya.

2. METODE PENELITIAN

Objek penelitian ini adalah usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Kota Surabaya. Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 usaha mikro aset maksimal Rp.50.000.000 sementara usaha menengah kapasitas modal maksimal Rp. 10.000.000.000. UMKM merujuk kepada industri rumah tangga. Jumlah UMKM di Kota Surabaya 215.364 berdasarkan data dinas koperasi dan UMKM pada tahun 2021. Metode pendekatan yang digunakan adalah metode kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling*. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan dari jawaban para responden dari survei yang telah diberikan selaku objek penelitian. Sedangkan data sekunder didapatkan dari studi literasi seperti buku maupun jurnal penelitian terdahulu. Data yang terkumpul adalah sebanyak 277 responden dari penyebaran kuesioner secara daring melalui *Google Form*. Peneliti menggunakan skala Likert dan skala Guttman serta analisis regresi logistik biner pada SPSS 22 untuk menganalisis data.

Tabel 2.1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Sumber
Kemudahan (X1)	Sejauh mana suatu hal dapat meningkatkan kinerja seseorang sehingga menguntungkan penggunaannya	1. Mudah dimengerti 2. Mudah digunakan 3. Fleksibel	Joan & Sitinjak (2019)
Kepercayaan (X2)	Merupakan keyakinan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang disediakan oleh suatu perusahaan atau organisasi.	1. Jaminan 2. Reputasi 3. Orientasi Teknologi	1. Primadineska & Jannah (2021) 2. Mukherjee & Nath (2003)

			3. Iisnawati, Nailis, & Yunita (2021)
Kemanfaatan (X3)	Semakin banyak manfaat yang diterima oleh konsumen, maka semakin besar potensi konsumen untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan secara berkelanjutan.	1. Efektivitas 2. Menguntungkan	1. Han, Wu, Wang, & Hong (2018) 2. Joan & Sitinjak (2019)
Risiko (X4)	Merupakan ketidakpastian dan akibat atau konsekuensi negatif yang mungkin akan diterima oleh seseorang atas pilihan terhadap sesuatu.	1. Ketidakpastian (<i>uncertainty</i>) 2. Konsekuensi (<i>consequences</i>) 3. Ketidakamanan (<i>unsecurity</i>)	Wahyuni & Dahmiri (2021)
Preferensi Konsumen (Y)	Konsumen menunjukkan perasaan suka atau puas terhadap suatu hal dari berbagai pilihan yang tersedia.	Kepuasan konsumen (<i>customer satisfaction</i>)	Puspitasari & Nasihin (2022)

Sumber: Data diolah (2023)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Data berupa jawaban para responden penelitian ini diolah berdasarkan skala Likert dan skala Guttman dengan rentang skala dan pembobotan masing-masing. Variabel independen pada penelitian ini dianalisis menggunakan skala Likert. Sedangkan variabel dependen dianalisis menggunakan skala Guttman.

Tabel 3.1 Skala Likert

Nilai	Bobot	Keterangan
1	1,00 – 1,80	Sangat tidak setuju
2	1,81 – 2,60	Tidak setuju
3	2,61 – 3,40	Cukup setuju
4	3,41 – 4,20	Setuju
5	4,21 – 5,00	Sangat setuju

Sumber: Data diolah (2023)

Rumus yang digunakan untuk pembobotan nilai skala Likert adalah nilai terbesar dikurangi dengan nilai terkecil kemudian dibagi dengan

jumlah total kategori nilai $((5-1)/5)$. Pembobotan tersebut digunakan untuk menentukan kategori jawaban responden dari nilai *mean* yang muncul setelah data diolah. Nilai *mean* tidak menunjukkan angka yang pas seperti pada skala Likert, maka diperlukan pembobotan (Hardilawati et al., 2019).

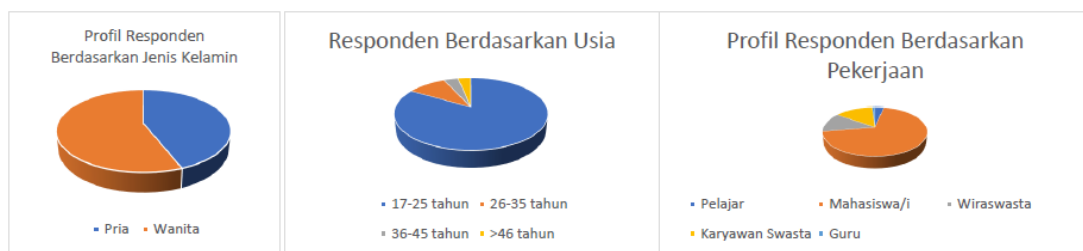
Tabel 3.2 Skala Guttman

Nilai	Bobot	Keterangan
0	0,00 – 0,25	Low association
	0,26 – 0,50	Moderately low association
1	0,51 – 0,75	Moderately high association
	0,76 – 1,00	High association

Sumber: Data diolah (2023)

Pengukuran data kuesioner dari variabel dependen yaitu preferensi konsumen menggunakan skala Guttman. Skala tersebut bersifat *dichotomous*, dimana hanya terdapat 2 kategori jawaban. Responden yang memiliki preferensi menggunakan QRIS menjawab “Ya” dengan kode nilai “1” dan yang tidak menggunakan QRIS menjawab “Tidak” dengan kode nilai “0”. Pembobotan juga diperlukan pada skala Guttman karena nilai *mean* tidak menunjukkan angka yang pas seperti nilai dari skala Guttman (Yulia & Setianingsih, 2020).

Berdasarkan kuesioner yang telah dibagikan kepada 277 responden, diperoleh data demografi dari responden. Data tertinggi jenis kelamin responden sebesar 55,6% (154 orang) adalah wanita, sedangkan sisanya responden pria. Data tertinggi usia responden adalah usia 17-25 tahun sebanyak 231 orang (83,4%) dan terendah dari usia 46 tahun keatas sebanyak 9 orang (3,2%). Data tertinggi jenis pekerjaan responden yaitu mahasiswa/I sebanyak 191 orang (69%) dan terendah adalah guru sebanyak 3 orang (1,1%). Platform untuk mengakses QRIS yang paling banyak digunakan oleh responden adalah BCA Mobile (56,7%) dengan jumlah responden 157 orang. Sedangkan yang terendah adalah Mandiri (*Livein' by Mandiri*) sebanyak 1 orang (0,4%). Profil responden ini dapat dilihat pada gambar 2.



Gambar 2. Profil Responden

Sumber: Data Penelitian

3.1. Uji Validitas

Hasil uji validitas dari tabel 3.3. uji validitas dibawah, dapat dilihat bahwa nilai *pearson correlation* indikator dari masing-masing variabel adalah 1 (tidak negatif) yang berarti memiliki korelasi positif. Kemudian nilai signifikansi indikator dari masing-masing variabel adalah 0,000 (lebih kecil dari 0,05), sehingga alat ukur (kuesioner) penelitian ini dapat dikatakan valid. Artinya, kuesioner sudah mengandung pernyataan-pernyataan yang mampu untuk mengungkapkan hal-hal yang diukur.

Tabel 3.3 Uji Validitas

Pernyataan	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	Keterangan
Kemudahan (X1)			
X1.1	1	0,000	Valid
X1.2	1	0,000	Valid
X1.3	1	0,000	Valid
X1.4	1		
Kepercayaan (X2)			
X2.1	1	0,000	Valid
X2.2	1	0,000	Valid
X2.3	1	0,000	Valid
X2.4	1	0,000	Valid
Kemanfaatan (X3)			
X3.1	1	0,000	Valid
X3.2	1	0,000	Valid
X3.3	1	0,000	Valid
Risiko (X4)			
X4.1	1	0,000	Valid
X4.2	1	0,000	Valid
X4.3	1	0,000	Valid
X4.4	1	0,000	Valid
Preferensi Konsumen (Y)			
Y	1	0,000	Valid

Sumber: Data diolah (2023)

3.2. Uji Reliabilitas

Tabel 3.4 Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kemudahan (X1)	0,677	Reliabel
Kepercayaan (X2)	0,843	Reliabel
Kemanfaatan (X3)	0,765	Reliabel
Risiko (X4)	0,752	Reliabel
Preferensi Konsumen (Y)	0,807	Reliabel

Sumber: Data diolah (2023)

Uji reliabilitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur penelitian dapat dipercaya atau reliabel dan dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Alat ukur (kuesioner) yang reliabel berarti menghasilkan hasil yang sama jika pengukuran dilakukan berulang kali. Syarat yang harus dipenuhi agar suatu data dapat dikatakan reliabel adalah nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,6 (Anggraini et al., 2022). Data di atas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* masing-masing variabel lebih dari 0,6 maka kuesioner dapat dikatakan reliabel.

3.3. Analisis Regresi Logistik

Metode ini menggambarkan hubungan antara satu atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel dependen pada regresi logistik biner bersifat dikotomus atau memiliki kategori ganda. Pada penelitian ini, kategori "Tidak" diberi kode "0" dan kategori "Ya" diberi kode "1". Berikut persamaan dari analisis regresi logistik (Widarjono, 2018):

$$\ln = \left(\frac{P_i}{1-P_i} \right) = Z_i = \beta_0 + \beta_1 X_{1i} + \beta_2 X_{2i} + \dots + \beta_k X_{ki} \quad (1)$$

$$Y_{\text{preferensi}} = \beta_0 + \beta_{\text{kemudahan}} + \beta_{\text{kepercayaan}} + \beta_{\text{kemanfaatan}} + \beta_{\text{risiko}} \quad (2)$$

Sumber: Data diolah (2023)

Setelah pengolahan data dilakukan, muncul nilai B dari variabel independen melalui tabel *variables in the equation*, sehingga jika dimasukkan ke dalam persamaan logistik adalah sebagai berikut:

$$\ln = 4,210 + 0,446 X_1 - 0,396 X_2 - 0,339 X_3 + 0,152 X_4$$

Kemudian persamaan tersebut dapat diartikan sebagai:

1. Adanya pengaruh kemudahan, kepercayaan, kemanfaatan, dan risiko sehingga nilai prediksi dari preferensi konsumen adalah sebesar 4,210.
2. Setiap perubahan dari variabel kemudahan, maka prediksi preferensi konsumen mengalami perubahan sebesar 0,446 kali (variabel lain tetap).
3. Setiap perubahan dari variabel kepercayaan, maka prediksi preferensi konsumen mengalami perubahan sebesar -0,396 kali (variabel lain tetap).
4. Setiap perubahan dari variabel kemanfaatan, maka prediksi preferensi konsumen mengalami perubahan sebesar -0,339 kali (variabel lain tetap).
5. Setiap perubahan variabel risiko, maka prediksi preferensi konsumen mengalami berubah 0,152 kali (variabel lain tetap).

3.4. Uji Goodness of Fit

Tabel 3.5 Hosmer and Lemeshow's Test

Chi-square	df	Sig.
9,592	7	0,213

Sumber: Data diolah (2023)

Uji kecocokan model atau uji *goodness of fit* menunjukkan bahwa suatu model penelitian dapat menjelaskan hubungan antar variabel dengan tepat atau sesuai. Uji *Hosmer-Lemeshow* merupakan alat yang digunakan untuk melihat kecocokan dari suatu model penelitian. Syarat yang harus dipenuhi agar suatu model penelitian dapat dikatakan sesuai adalah nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 (Novantara, 2018). Pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka model penelitian ini telah *fit*.

3.5. Koefisien Determinasi

Tabel 3.6 Model Summary

-2 Log Likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
9,592	0,044	0,109

Sumber: Data diolah (2023)

Dapat dilihat bahwa nilai *Cox & Snell R Square* pada tabel di atas 0,44 yang berarti seluruh variabel independent memiliki kontribusi sebesar 44% dalam menjelaskan keragaman variabel dependen. Kemudian nilai dari *Nagelkerke R Square* sebesar 0,109 yang berarti kemampuan variabel independent dalam menjelaskan variabel

dependen secara simultan yaitu sebesar 10,9%. Sedangkan sisanya (89,1%) ditentukan oleh variabel lain di luar model penelitian.

3.6. Matriks Klasifikasi

Tabel 3.7 *Matrix Classification Table*

Observed	Predicted		Percentage Correct
	Tidak Menggunakan QRIS	Menggunakan QRIS	
Tidak Menggunakan QRIS	20	0	7,2%
Menggunakan QRIS	0	257	92,8%

Sumber: Data diolah (2023)

Pada tabel matriks klasifikasi di atas, dapat dilihat bahwa preferensi responden untuk tidak menggunakan QRIS adalah 20 orang (7,2%) dan yang menggunakan QRIS adalah 257 orang (92,8%). Maka dari itu, mayoritas responden lebih berminat untuk menggunakan QRIS sebagai alat transaksi pembayaran.

3.7. Pengujian Hipotesis

3.7.1 Uji Simultan

Tabel 3.8 *Omnibus Tests of Model Coefficients*

Chi-square	df	Sig.
12,536	4	0,014

Sumber: Data diolah (2023)

Menurut Saputri, (2020), uji simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen memengaruhi variabel dependen secara serentak atau simultan. *Omnibus tests of model coefficients* merupakan alat ukur yang dapat menunjukkan hal tersebut. Kriterianya nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Tabel 3.8 nilai signifikansi 0,014, lebih rendah dari 0,05. Artinya, variabel persepsi kemudahan, kepercayaan, kemanfaatan, dan risiko berpengaruh secara simultan atau serentak terhadap variabel dependen (preferensi konsumen).

Tabel 3.9 *Iteration History*

-2Log Likelihood awal (<i>step 0</i>)	143,651
-2Log Likelihood akhir (<i>step 1</i>)	131,115

Sumber: Data diolah (2023)

Tabel *iteration history* nilai -2LL awal (*step 0*) lebih tinggi daripada nilai -2LL akhir (*step 1*). Maka, terjadi penurunan yang berarti model penelitian ini lebih baik jika variabel-variabel independent dimasukkan, sehingga H_0 diterima (Dewi & Novyarni, 2020).

3.7.2 Uji Parsial

Tabel 3.10 *Variables in The Equation*

Variabel	B	Sig.	Exp(B)
Kemudahan (X1)	0,446	0,002	1,562
Kepercayaan (X2)	-0,396	0,171	0,673
Kemanfaatan (X3)	-0,339	0,342	0,713
Risiko (X4)	0,152	0,308	1,164
<i>Constant</i>	4,210	0,344	67,380

Sumber: Data diolah (2023)

Uji parsial digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen memengaruhi variabel dependen secara individu atau parsial. *Wald test* merupakan alat ukur yang menunjukkan hal tersebut. Kriteria yang harus dipenuhi adalah nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 (Saputri, 2020). Berdasarkan tabel *variables in the equation* di atas, analisisnya adalah:

1. Nilai sig. persepsi kemudahan (X1) < 0,05 = X1 tidak berpengaruh secara parsial terhadap preferensi konsumen (Y). H_0 ditolak.
2. Nilai sig. kepercayaan (X2) > 0,05 = X2 berpengaruh secara parsial terhadap preferensi konsumen (Y). H_0 diterima.
3. Nilai sig. X3 kemanfaatan (X3) > 0,05 = X3 berpengaruh secara parsial terhadap preferensi konsumen (Y). H_0 diterima.
4. Nilai sig. risiko (X4) > 0,05 = X4 berpengaruh secara parsial terhadap preferensi konsumen (Y). H_0 diterima.

Kesimpulannya adalah persepsi kepercayaan, kemanfaatan, dan risiko berpengaruh secara parsial terhadap preferensi konsumen. Sedangkan persepsi kemudahan tidak berpengaruh secara parsial terhadap preferensi konsumen.

3.8. Pembahasan dan Diskusi

Persepsi kemudahan memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel preferensi konsumen karena nilai signifikansinya yaitu 0,014 lebih kecil dari 0,05. Pengaruh yang diberikan kepada variabel preferensi konsumen positif karena nilai *odds ratio* (Exp(B)) bernilai positif yaitu 1,562. Probabilitas persepsi kemudahan memengaruhi preferensi konsumen dalam menggunakan QRIS sebanyak 1,562 kali. Tetapi, persepsi kemudahan tidak memengaruhi preferensi konsumen secara parsial karena pada tabel *variables in the equation* nilai signifikansinya 0,002 (lebih kecil dari 0,05). Kesimpulannya adalah persepsi kemudahan memiliki pengaruh terhadap preferensi konsumen dalam menggunakan QRIS sebagai alat transaksi pembayaran pada UMKM di Kota Surabaya positif namun tidak signifikan. Penyebabnya adalah beberapa responden merasa tahap penggunaan QRIS dalam melakukan transaksi pembayaran masih kurang mudah dimengerti serta QRIS masih belum banyak tersedia pada UMKM di Kota Surabaya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Hasanah & Sari (2021). Namun, tidak sejalan dengan penelitian dari Nugroho & Pudjihardjo (2022) yang menemukan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap preferensi konsumen.

Persepsi kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap preferensi konsumen karena nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 (0,014). Pengaruh yang diberikan pada variabel preferensi konsumen positif karena nilai *odds ratio* (Exp(B)) bernilai positif yaitu 0,673 dan memiliki arti probabilitas persepsi kepercayaan memengaruhi preferensi konsumen dalam menggunakan QRIS. Persepsi kepercayaan memengaruhi preferensi konsumen secara parsial karena nilai signifikansi pada tabel *variables in the equation* adalah 0,171 (lebih besar dari 0,05). Kesimpulannya adalah persepsi kepercayaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap preferensi konsumen. Penyebabnya adalah responden merasa sangat setuju bahwa QRIS telah terdaftar di OJK, adanya notifikasi transaksi, serta QRIS merupakan teknologi transaksi pembayaran dengan citra atau reputasi yang baik, sehingga transaksi terjamin dan lebih

terpercaya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Iisnawati et al. (2021) dan penelitian dari Szumski (2020).

Persepsi kemanfaatan berpengaruh secara simultan terhadap preferensi konsumen karena nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 (0,014). Pengaruh yang diberikan pada variabel preferensi konsumen positif karena nilai *odds ratio* (ExpB)) bernilai positif yaitu 0,713 dan memiliki arti probabilitas persepsi kemanfaatan memengaruhi preferensi konsumen dalam menggunakan QRIS. Persepsi kemanfaatan memengaruhi preferensi konsumen secara parsial karena nilai signifikansi pada tabel *variables in the equation* adalah 0,342 (lebih besar dari 0,05). Kesimpulannya adalah persepsi kemanfaatan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap preferensi konsumen. Penyebabnya adalah mayoritas responden merupakan generasi Y dan Z (berumur 17-25 tahun). Orang-orang yang lahir pada generasi tersebut cenderung lebih mahir dalam menggunakan teknologi seperti QRIS. Responden juga merasa mendapat manfaat seperti transaksi pembayaran menjadi lebih efektif dan efisien, konsumen terbebas dari uang tunai, serta melakukan pembayaran tanpa adanya biaya transfer. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Joan & Sitinjak (2019) dan penelitian dari Kumala et al. (2020).

Persepsi risiko berpengaruh secara simultan terhadap preferensi konsumen karena nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 (0,014). Pengaruh yang diberikan pada variabel preferensi konsumen positif karena nilai *odds ratio* (ExpB)) bernilai positif yaitu 1,164 dan memiliki arti probabilitas persepsi risiko memengaruhi preferensi konsumen dalam menggunakan QRIS. Persepsi risiko memengaruhi preferensi konsumen secara parsial karena nilai signifikansi pada tabel *variables in the equation* adalah 0,308 (lebih besar dari 0,05). Kesimpulannya adalah persepsi risiko berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap preferensi konsumen. Penyebabnya adalah responden sangat setuju bahwa risiko dalam menggunakan QRIS sebagai alat transaksi pembayaran memberikan informasi yang pasti sesuai dengan nominal transaksi, konsekuensi yang mungkin timbul dimengerti oleh konsumen, dan QRIS dianggap dapat mengatasi risiko keamanan dana dan pemalsuan uang. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Pontoh et al. (2022) dan penelitian dari Seputri et al., (2023).

4. PENUTUP

Berdasarkan hasil dari analisis dan pembahasan, dapat disimpulkan persepsi kemudahan, kepercayaan, kemanfaatan, dan risiko memiliki pengaruh terhadap preferensi konsumen dalam menggunakan QRIS sebagai alat transaksi pembayaran pada UMKM di Kota Surabaya. Persepsi kemudahan tidak memiliki pengaruh signifikan namun positif terhadap preferensi konsumen dalam menggunakan QRIS sebagai alat transaksi pembayaran pada UMKM di Kota Surabaya. Konsumen memiliki preferensi menggunakan QRIS sebagai alat transaksi pembayaran pada UMKM di Kota Surabaya. Sebagai masukan bagi Bank Indonesia (BI) dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) selaku pengembang dari QRIS (*Quick Response code Indonesian Standard*) adalah sebagai berikut: 1) BI dan ASPI dapat memberikan lebih banyak sosialisasi atau edukasi terkait implementasi QRIS kepada seluruh masyarakat Indonesia terutama para pelaku UMKM; 2) Meningkatkan kualitas layanan dari QRIS

dengan menciptakan inovasi-inovasi baru agar cara penggunaan dapat lebih mudah untuk dimengerti; dan 3) Menggandeng perusahaan-perusahaan tertentu untuk bekerja sama demi peningkatan citra/reputasi, keamanan transaksi, dan mengurangi risiko transaksi konsumen maupun *merchant* sehingga menguntungkan semua pihak.

5. DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Novantara, H. T. (2018). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage dan Produktivitas terhadap Peringkat Obligasi*. 11.
- Widarjono, A. (2018). *Ekonometrika: Pengantar dan Aplikasinya disertai Panduan EViews* (5th ed.). UPP STIM YKPN.

Jurnal :

- Aryawati, N. P. A., Mahardika, I. M. N. O., & Wibawa, I. G. J. S. (2022). Persepsi Pengguna QRIS Pada UMKM Di Kota Mataram. *Guna Sewaka*, 1(2), 35–44. <https://doi.org/10.53977/jgs.v1i2.668>
- Sihaloho, J. E., Ramadani, A., & Rahmayanti, S. (2020). Implementasi Sistem Pembayaran Quick Response Indonesia Standard Universitas Sumatera Utara (1)(2)(3). *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(2), 287–297. <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/magister-manajemen/>
- Setyawati, V. A. V., & Hartanto, A. A. (2022). Pembelajaran Statistika Menggunakan Software SPSS untuk Uji Validitas dan Reliabilitas. *Jurnal Basicedu*, 6(4), 6502. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v6i4.3206>
- Hardilawati, W. L., Binangkit, I. D., & Perdana, R. (2019). ENDORSEMENT: MEDIA PEMASARAN MASA KINI. *JIM UPB*, 7(1), 92–93.
- Ikmal, N. M., & Noor, M. (2022). Kebijakan Pemerintah Indonesia Dalam Penanganan Covid-19. *Jurnal Litbang Provinsi Jawa Tengah*, 19(2), 155–167. <https://doi.org/10.36762/jurnaljateng.v19i2.910>
- Ningsih, H. A., Sasmita, E. M., & Sari, B. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (QRIS) Pada Mahasiswa. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 4(1).
- Sanaky, M. M., Saleh, L. Moh., & Titaley, H. D. (2021). Analisis Faktor-faktor Penyebab Keterlambatan pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik*, 11(1), 433–436.
- Saputri, O. B. (2020). Preferensi Konsumen dalam Menggunakan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) sebagai Alat Pembayaran Digital. *KINERJA*, 17(2), 237–247. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/KINERJA>
- Sihaloho, J. E., Ramadani, A., & Rahmayanti, S. (2020). Implementasi Sistem Pembayaran Quick Response Indonesia Standard Universitas Sumatera Utara (1)(2)(3). *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(2), 287–297. <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/magister-manajemen/>

- Silaen, M. F., Manurung, S., Nainggolan, C. D., Lecture, S., Tinggi, I., & Ekonomi, A. (n.d.). Effect Analysis Of Benefit Perception, Ease Perception, Security And Risk Perception Of Merchant Interest In Using Quick Response Indonesia Standard (Qris). In *International Journal of Science*. <http://ijstm.inarah.co.id>
- Yulia, L., Setianingsih, W., Ekonomi, F., & Ciamis, G. (n.d.). STUDI MANAJEMEN MARKETING BERBASIS ONLINE (PENELITIAN PADA UMKM PRODUKSI MEBEL DI Desa TAMANSARI BABAKAN MUNCANG I KOTA TASIKMALAYA). *JURNAL MANEKSI*, 9(1)

Website, Sumber lainnya :

- Aini, Q., Rahardja, U., & Fatillah, A. (2018). Penerapan Qrcode Sebagai Media Pelayanan Untuk Absensi Pada Website Berbasis Php Native. *Sisfotenika*, 8(1), 47. <https://doi.org/10.30700/jst.v8i1.151>
- Anggraini, F. D. P., Aprianti, SeAini, Q., Rahardja, U., & Fatillah, A. (2018). Penerapan Qrcode Sebagai Media Pelayanan Untuk Absensi Pada Website Berbasis Php Native. *Sisfotenika*, 8(1), 47. <https://doi.org/10.30700/jst.v8i1.151>
- Dewi, M., & Novyarni, N. (2020). *Pengaruh Sales Growth, Leverage, Operating Capacity dan Ukuran Perusahaan Terhadap Prediksi Kesulitan Keuangan (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2019)*. www.idx.co.id.