

Adaptasi Model UTAUT2 pada Penggunaan Teknologi QRIS di Samarinda

Rezki Aguswidya Utami^{1*)}, Sarah Anistia²⁾

^{1,2}Universitas Terbuka, Indonesia

*Corresponding Author: rezki.aguswidya@ecampus.ut.ac.id

Abstract: This research aims to analyze the factors influencing the intention and behavior of adopting Quick Response Indonesian Standard (QRIS) technology among consumers of Donutmoo.id in Samarinda. The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2) adaptation model serves as the theoretical framework for this study. Using a quantitative approach, this research focuses on Donutmoo.id customers who utilize QRIS technology for their transactions. Data collection was carried out by distributing online questionnaires. Non-probability sampling with the quota sampling method is used to take the required number of respondents. This study included 153 participants. Partial Least Square (PLS) with SmartPLS 3.0 software was used for data analysis. The result of this research shows that positive influence of performance expectancy, effort expectancy, social influence, hedonic motivation, price value, behavioral intention towards use behavior. One variable does not show significant value, namely social influence

Keywords: QRIS, UTAUT2, performance expectancy, effort expectancy, social influence, hedonic motivation, price value, behavioral intention, use behavior

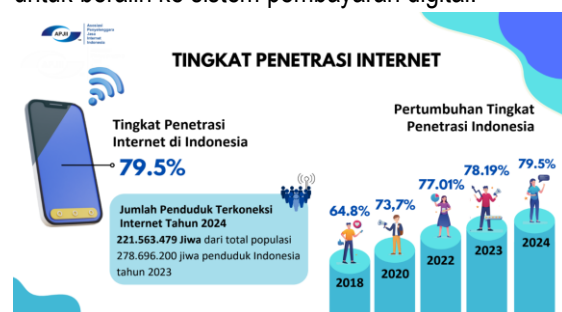
PENDAHULUAN

Teknologi memegang peranan penting dalam kehidupan manusia. Perkembangan teknologi telah mempengaruhi cara manusia dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk pada aspek budaya, pendidikan, dan ekonomi. Salah satu contoh aktivitas yang berubah setelah adanya teknologi adalah kegiatan transaksi pembayaran. Apabila dulu transaksi pembayaran dilakukan dengan menggunakan tunai menggunakan uang kertas, saat ini transaksi pembayaran telah umum dilakukan dengan menggunakan aplikasi pembayaran digital.

Di antara banyaknya aplikasi pembayaran digital, QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) yang digadang-gadang oleh Bank Indonesia hadir untuk menyediakan standar yang sama bagi seluruh cashless society di Indonesia (Bank Indonesia, 2024). QRIS didesain dengan karakteristik UNGGUL, yaitu Universal, GampanG, Untung, dan Langsung. Berbagai layanan yang

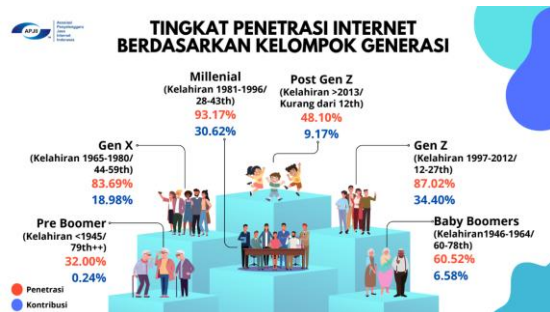
ditawarkan oleh QRIS baik kepada merchant maupun pelanggan mencerminkan karakteristik UNGGUL ini.

Data terbaru menunjukkan bahwa jumlah pengguna QRIS di Kalimantan Timur telah mengalami pertumbuhan signifikan, mencapai 780.563 orang pada akhir kuartal kedua tahun 2024 (Sapos, 2024). Menurut Budi Widihartanto, Kepala Kantor Perwakilan Bank Indonesia Kalimantan Timur, meningkatnya jumlah pengguna QRIS menunjukkan minat masyarakat Kalimantan Timur untuk beralih ke sistem pembayaran digital.



Gambar 1. Tingkat Penetrasi Internet

Dilansir dari Asosiasi Jasa Penyelenggara Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2024, tingkat penetrasi internet di Indonesia sebesar 79,5% dari total populasi atau setara dengan 221.563.479 jiwa.



Gambar 2. Tingkat Penetrasi internet berdasarkan Kelompok Generasi

Berdasarkan kelompok generasinya, gen Z menempati urutan pertama dalam kontribusi penggunaan internet dengan kontribusi sebesar 34,40%, disusun oleh generasi milenial sebesar 30,62%, dan generasi X menempati urutan ketiga dengan persentase sebesar 18,98%.

Donutmoo.id Samarinda merupakan produk donat lokal asli dari Kota Samarinda yang didirikan pada tahun 2023 oleh Juni Ananda, S.T. dan Tangkas Khairi, S.I.Kom, pengusaha di bidang kuliner yang juga berasal dari Kota Samarinda. Donutmoo.id Samarinda menghadirkan menu donat susu dengan aneka pilihan topping favorit konsumennya. Pada satu tahun pertama berdiri, donutmoo.id Samarinda viral di media sosial tiktok dan Instagram dan sudah memiliki 3 cabang di Kota Samarinda. Target market yang disasar adalah generasi milenial (kelahiran 1981-1996), genZ (kelahiran 1997-2023), dan gen Alpha (kelahiran 2013 ke atas) (APJII, 2024).

Dalam penelitian (Maharani, 2020), generasi Z yang sudah terpapar dengan teknologi sepenuhnya merasa faktor-faktor yang ada di dalam UTAUT2 tidak mempengaruhi mereka secara signifikan dalam penggunaan teknologi terbaru.

Sedangkan menurut (Nurqamarani, et. al., 2024), UMKM merasakan hadirnya manfaat QRIS dalam kegiatan bisnis mereka sehari-hari.

Menilik dari uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang menjadi penyebab penelitian ini adalah:

1. Apakah *performance expectancy* mempengaruhi *behavioral intention* penggunaan teknologi QRIS di Samarinda?
2. Apakah *effort expectancy* mempengaruhi *behavioral intention* penggunaan teknologi QRIS di Samarinda?
3. Apakah *social influence* mempengaruhi *behavioral intention* penggunaan teknologi QRIS di Samarinda?
4. Apakah *hedonic motivation* mempengaruhi *behavioral intention* penggunaan teknologi QRIS di Samarinda?
5. Apakah *price value* mempengaruhi *behavioral intention* penggunaan teknologi QRIS di Samarinda?
6. Apakah *behavioral intention* mempengaruhi penggunaan teknologi QRIS di Samarinda?

TINJAUAN PUSTAKA

QR Code Indonesian Standard (QRIS)

QR Code Indonesian Standard (QRIS) merupakan suatu standar nasional yang dikembangkan oleh Bank Indonesia dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) dengan tujuan untuk mengintegrasikan berbagai jenis kode QR pembayaran menjadi satu sistem yang terstandarisasi. Hal ini bertujuan untuk mempermudah transaksi pembayaran secara digital di Indonesia, meningkatkan efisiensi, serta memperluas akses keuangan bagi masyarakat (Bank Indonesia, 2024).

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT 2)

UTAUT 2 merupakan pengembangan dari model UTAUT yang dilakukan oleh (Venkatesh, et.

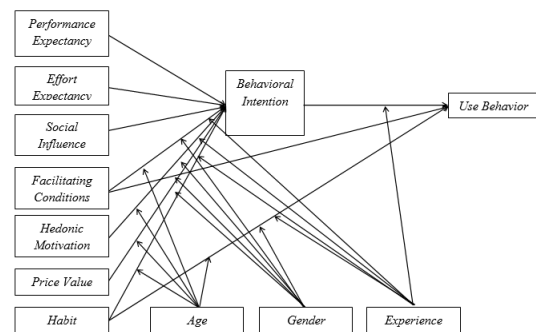


al., 2012). UTAUT 2 bertujuan untuk mempelajari penerimaan dan penggunaan teknologi dalam konteks konsumen (Hidayat, et. al. 2020).

Dalam model ini terdapat tujuh variabel independen, yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *hedonic motivation*, *price value*, dan *habit* yang memiliki peranan penting sebagai faktor yang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap dua variabel independen yaitu *behavioral intention* dan *use behaviour*. Adapun definisi dari masing-masing variabel tersebut adalah sebagai berikut:

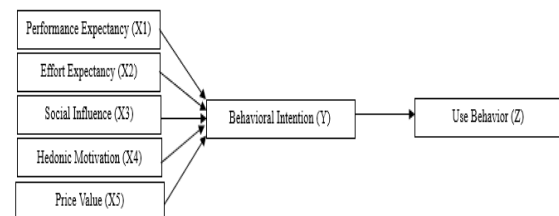
1. *Performance expectancy* adalah tingkat kepercayaan individu dengan menggunakan suatu teknologi akan membantunya untuk mencapai keuntungan dalam meningkatkan kinerja.
2. *Effort Expectancy* adalah tingkat kemudahan dalam menggunakan teknologi.
3. *Social Influence* adalah pengaruh orang lain kepada suatu individu untuk menggunakan suatu teknologi.
4. *Facilitating Conditions* adalah tersedianya sarana dan prasarana dalam penggunaan suatu teknologi.
5. *Hedonic Motivation* adalah kesenangan yang dirasakan saat menggunakan teknologi.
6. *Price Value* adalah biaya yang perlu dikeluarkan oleh konsumen dalam penggunaan teknologi.
7. *Habit* adalah kebiasaan menggunakan suatu teknologi karena sudah dipelajari terlebih dahulu.
8. *Behavioral Intention* adalah harapan atau keinginan pengguna untuk menggunakan teknologi baru.
9. *Use Behavior* adalah penggunaan teknologi yang dinilai dari frekuensi penggunaan teknologi tersebut.

Berikut ini adalah model UTAUT2 yang dirancang oleh (Venkatesh, et. al., 2012):



Gambar 3. Model UTAUT2

Adapun pada hipotesis penelitian, penulis memodifikasi model UTAUT2 di atas dengan menghilangkan variabel *facilitating conditions* dan *habit* agar menyesuaikan model UTAUT2 dengan kondisi objek penelitian. Keputusan ini serupa dengan penelitian penggunaan QRIS di Kota Singaraja yang dilakukan oleh Wardani dan (Masdiantini, 2022).



Gambar 4. Hipotesis Model Penelitian

Hipotesis penelitian ini adalah:

- H1 : *Performance Expectancy* akan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention*
- H2 : *Effort Expectancy* akan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention*
- H3 : *Social Influence* akan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention*
- H4 : *Hedonic Motivation* akan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention*

- H5 : *Price Value* akan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention*
- H6 : *Behavioral Intention* akan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Use Behavior*

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang termasuk dalam explanatory research. Penelitian eksplanatori bertujuan untuk menguji hipotesis yang diajukan untuk mengetahui hubungan antar variabel-variabel penelitian. Peneliti mengumpulkan data melalui kuesioner yang dibagikan kepada 153 pengguna teknologi QRIS yang merupakan pelanggan Donutmoo.id dan berdomisili di Samarinda. Dengan menggunakan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2)*, data kemudian dianalisis dengan menggunakan *software SmartPLS 3.0* agar menemukan temuan penting terkait permasalahan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis data yang telah dijalankan memiliki relevansi dalam memberikan jawaban terhadap hipotesis yang diajukan pada penelitian ini. Pengujian hipotesis dilakukan dengan mengamati nilai T-Statistics dan juga nilai P-Values yang kurang dari 0,05.

Tabel 1. Uji Hipotesis Penelitian

Hipotesis	Hubungan	Path Coefficients		T-Statistics (t /STDEV)	P-Values	Keterangan
		Sample Original (O)	Sample Mean (M)			
H1	<i>Performance Expectancy -> Behavioral Intention</i>	0.175	0.175	2.052	0.041	Diterima
H2	<i>Effort Expectancy -> Behavioral Intention</i>	0.235	0.230	3.177	0.002	Diterima
H3	<i>Social Influence -> Behavioral Intention</i>	-0.013	-0.013	0.137	0.891	Ditolak
H4	<i>Hedonic Motivation -> Behavioral Intention</i>	0.299	0.308	3.307	0.001	Diterima
H5	<i>Price Value -> Behavioral Intention</i>	0.258	0.253	2.760	0.006	Diterima
H6	<i>Behavioral Intention -> Use Behavior</i>	0.728	0.730	19.098	0.000	Diterima

Sumber: SmartPLS 3.0, 2024

Penelitian hipotesis dilakukan dengan mengamati nilai T-Statistics dan juga nilai P-Values yang kurang dari 0.05. Setelah melakukan hasil analisis data kemudian dilanjutkan dengan melakukan pengujian hipotesis untuk menjawab hipotesis-hipotesis yang telah diajukan dalam penelitian ini.

Performance Expectancy berpengaruh signifikan terhadap Behavioral Intention penggunaan Teknologi QRIS

Performance expectancy memperoleh nilai t-Statistic sebesar 2.052 yang lebih besar dari nilai t-tabel yaitu 1.960, serta nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0.041 (lebih kecil dari 0.05). Hasil ini menyatakan bahwa variabel *performance expectancy* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*, maka dari itu hipotesis 1 diterima. Metode pembayaran dengan menggunakan QRIS tengah digabungkan oleh Bank Indonesia

Effort Expectancy berpengaruh signifikan terhadap Behavioral Intention penggunaan Teknologi QRIS

Effort expectancy memperoleh nilai t-Statistic sebesar 3.177 yang lebih besar dari nilai t-tabel yaitu 1.960, serta nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0.002 (lebih kecil dari 0.05). Hasil ini menyatakan bahwa variabel *effort expectancy* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*, maka dari itu hipotesis 2 diterima.

Social Influence berpengaruh signifikan terhadap Behavioral Intention penggunaan Teknologi QRIS

Social influence memperoleh nilai t-statistic sebesar 0.137 yang lebih kecil dari nilai t-tabel yaitu 1.960, serta nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0.891 (lebih besar dari 0.05). Hasil ini menyatakan bahwa variabel *social influence* memiliki pengaruh



yang positif namun tidak signifikan terhadap *behavioral intention*, maka dari itu hipotesis 3 ditolak.

Hedonic Motivation berpengaruh signifikan terhadap Behavioral Intention penggunaan Teknologi QRIS

Hedonic Motivation memperoleh nilai t-statistic sebesar 3.307 yang lebih besar dari nilai t-tabel yaitu 1.960, serta nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0.001 (lebih kecil dari 0.05). Hasil ini menyatakan bahwa variabel *hedonic motivation* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*, maka dari itu hipotesis 4 diterima.

Price Value berpengaruh signifikan terhadap Behavioral Intention penggunaan Teknologi QRIS

Price Value memperoleh nilai t-statistic sebesar 2.706 yang lebih besar dari nilai t-tabel yaitu 1.960, serta nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0.006 (lebih kecil dari 0.05). Hasil ini menyatakan bahwa variabel *hedonic motivation* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*, maka dari itu hipotesis 5 diterima.

Behavioral Intention berpengaruh signifikan terhadap Use Behavior penggunaan Teknologi QRIS

Behavioral Intention memperoleh nilai t-statistic sebesar 19.098 yang lebih besar dari nilai t-tabel yaitu 1.960, serta nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0.000 (lebih kecil dari 0.05). Hasil ini menyatakan bahwa variabel *hedonic motivation* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*, maka dari itu hipotesis 6 diterima

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Seluruh variabel yang diuji dalam model memiliki hubungan yang positif. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh variabel saling berhubungan satu dengan yang lain terhadap penggunaan teknologi QRIS di Samarinda.
2. Namun, dari total enam hipotesis yang diuji, terdapat satu hipotesis yang memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan, yaitu *social influence* terhadap *behavioral intention*. Hal ini menunjukkan bahwa ajakan dari teman, komunitas maupun pemerintah tidak terlalu mempengaruhi keputusan pelanggan dalam menggunakan teknologi QRIS pada saat melakukan transaksi pembayaran

DAFTAR PUSTAKA

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). Survei Penetrasi Internet Indonesia. Retrieved August 25, 2024, from <https://drive.google.com/file/d/1fwbySqjJaWMg9v6V1LJeGQeOJ4dG6n/view>
- Bank Indonesia. (2024). Quick Response Indonesian Standart (QRIS). Retrieved August 25, 2024, from <https://www.bi.go.id/QRIS/default.aspx>
- CNN Indonesia (2024). BI Catat Transaksi QRIS Naik 175,44 Persen Pada April 2024. Retrieved August 25, 2024, from <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20240424200730-78-1090150/bi-catat-transaksi-qr-is-naik-17544-persen-pada-april-2024>
- Hidayat, M.T, Aini, Q. Fetrina, E. (2020). Penerimaan Pengguna E-Wallet Menggunakan UTAUT2 (Studi Kasus). Jurnal Nasional Teknik Elektro dan Teknologi Informasi | Vol. 9, No. 3, Agustus 2020.
- Maharani, Y. (2021). Minat Generasi Z Menggunakan Kembali Transaksi Mobile Payment: Pendekatan Model UTAUT 2. JURNAL AKUNTANSI DAN BISNIS : Jurnal Program Studi Akuntansi, 7(2), 140–154. <https://doi.org/10.31289/jab.v7i2.5641>



Nurqamarani, A.S, Fadilla S, & Juliana, A. (2024)

Journal of Information Systems Engineering and Business Intelligence, Vol.10, No.3, October 2024 Available online at: <http://e-journal.unair.ac.id/index.php/JISEBI>

Venkatesh, James Y. L. Thong, Xin Xu, D. (2012).

Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology, 36(1), 157–178.

<https://www.sapos.co.id/metropolis/2454981325/78>

0-ribu-warga-kaltim-transaksi-dengan-
qris#google_vignette

