

Faktor-Faktor yang Memengaruhi Adopsi Teknologi Pembayaran Kode QR pada Pelaku UMKM

Dzaki Hanif^{1*}, Diena Noviarini², Ringga Sentagi Asa³

Bisnis Digital Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta, Jakarta, Indonesia^{1,2,3}

*Email Korespondensi: dzakihanif1809@gmail.com

Sejarah Artikel:

Diterima 14-08-2026
Disetujui 19-08-2026
Diterbitkan 21-08-2026

ABSTRACT

This study aims to analyze the factors influencing Behavioral Intention to Use QRIS among culinary micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in DKI Jakarta using the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2) model extended with Perceived Security and Perceived Trust variables. This study employed a quantitative approach with a survey method involving 214 MSME respondents who have used QRIS. Data were analyzed using Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS). The results indicate that Performance Expectancy, Effort Expectancy, Price Value, Perceived Security, and Perceived Trust have a positive and significant effect on Behavioral Intention to Use QRIS, with Perceived Trust being the most influential factor. Meanwhile, Social Influence was found to have no significant effect. The R² value of 0.578 indicates that the model explains 57.8% of the variation in behavioral intention to use QRIS. These findings suggest that increasing QRIS adoption among MSMEs should be supported by providing beneficial and easy-to-use services, costs commensurate with benefits, robust security systems, and efforts to build MSME owners' trust in QRIS as a digital payment method. This study contributes to the development of UTAUT2 literature by extending the model in the context of digital payment adoption in the MSME sector.

Keywords: QRIS; UTAUT2; Perceived Security; Perceived Trust; Behavioral Intention to Use; MSMEs

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi *Behavioral Intention to Use* QRIS pada pelaku UMKM subsektor kuliner di DKI Jakarta dengan menggunakan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2) yang diperluas melalui penambahan variabel *Perceived Security* dan *Perceived Trust*. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 214 responden pelaku UMKM yang telah menggunakan QRIS. Data dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares* (SEM-PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Price Value*, *Perceived Security*, dan *Perceived Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention to Use* QRIS, dengan *Perceived Trust* sebagai faktor yang memiliki pengaruh terbesar. Sementara itu, *Social Influence* tidak terbukti berpengaruh signifikan. Nilai R² sebesar 0,578 menunjukkan bahwa model mampu menjelaskan 57,8% variasi niat perilaku penggunaan QRIS. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan penggunaan QRIS di kalangan UMKM perlu didukung melalui penyediaan layanan yang bermanfaat dan mudah digunakan, biaya yang sepadan dengan manfaat, sistem keamanan yang baik, serta upaya membangun kepercayaan pelaku UMKM terhadap QRIS sebagai metode pembayaran digital. Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur UTAUT2 dengan memperluas model pada konteks

adopsi pembayaran digital di sektor UMKM.

Katakunci: QRIS; UTAUT2; Perceived Security; Perceived Trust; Behavioral Intention to Use; UMKM

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Hanif, D., Noviarini, D. ., & Asa, R. S. . (2026). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Adopsi Teknologi Pembayaran Kode QR pada Pelaku UMKM. Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 2(5), 9889-9902. <https://doi.org/10.63822/2jn1jn34>

PENDAHULUAN

Transformasi digital pada sistem pembayaran menjadi salah satu perkembangan penting dalam perekonomian global, termasuk di Indonesia. Perkembangan ini didukung oleh meluasnya penggunaan *smartphone* serta kebijakan pemerintah yang mendorong digitalisasi sektor keuangan, yang berdampak pada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam menjalankan transaksi sehari-hari. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) yang dirilis Kementerian UMKM pada Juli 2025, jumlah UMKM di Indonesia mencapai sekitar 65,5 juta unit usaha dan memberikan kontribusi 61,9 persen terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional (Antara News, 2025). Dari berbagai subsektor, sektor kuliner menjadi salah satu yang memiliki jumlah pelaku usaha cukup besar, dengan sekitar 15–20 persen dari total UMKM bergerak di bidang makanan dan minuman, sejalan dengan pertumbuhan industri makanan dan minuman nasional sebesar 6,49 persen hingga kuartal ketiga 2025.

Seiring perkembangan teknologi keuangan (*fintech*), transaksi tunai secara bertahap beralih ke sistem pembayaran digital yang lebih praktis, efisien, dan aman. Untuk mendukung integrasi sistem pembayaran digital, Bank Indonesia meluncurkan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) pada 17 Agustus 2019 sebagai standar nasional pembayaran berbasis kode QR yang memungkinkan berbagai layanan pembayaran digital terhubung dalam satu sistem. Pertumbuhan QRIS sangat pesat; Bank Indonesia mencatat pada semester I 2025 jumlah pengguna QRIS mencapai 57 juta dengan *merchant* sebanyak 39,3 juta, sekitar 93,16 persen di antaranya merupakan pelaku UMKM, dengan volume transaksi 6,05 miliar dan nilai Rp579 triliun (Tempo, 2025). Berdasarkan Laporan Perekonomian Indonesia 2025, QRIS menjadi sistem pembayaran dengan pertumbuhan volume transaksi tertinggi (139,99% *year-on-year*) dengan pengguna mencapai 59,53 juta (GoodStats, 2025).

Meskipun potensi QRIS terus berkembang, penerapannya di kalangan UMKM belum merata. Dari sekitar 38 juta *merchant* QRIS nasional, Jawa Barat menempati posisi pertama dengan 8,24 juta *merchant* (21%), diikuti DKI Jakarta 6,04 juta, Jawa Timur 4,51 juta, Jawa Tengah 3,87 juta, dan Banten 2,24 juta (GoodStats, 2025). Menariknya, meskipun DKI Jakarta merupakan pusat perekonomian dengan tingkat literasi keuangan dan infrastruktur digital yang maju, jumlah *merchant* QRIS-nya masih di bawah Jawa Barat. Hal ini menunjukkan bahwa kemajuan ekonomi dan infrastruktur digital belum otomatis menghasilkan adopsi teknologi yang lebih tinggi. DKI Jakarta dipilih sebagai lokasi penelitian karena merupakan wilayah metropolitan dengan ekosistem digital pesat (Nugraha et al., 2022) dan menempati peringkat pertama *East Ventures Digital Competitiveness Index* (EV-DCI) 2025 dengan skor 78,4, unggul 16,5 poin dari Jawa Barat (61,9). Perbedaan ini mengindikasikan bahwa adopsi QRIS tidak semata-mata ditentukan oleh kesiapan infrastruktur digital, melainkan juga faktor psikologis, persepsi, dan perilaku pelaku usaha.

Sejumlah isu terkait pandangan pemilik usaha terhadap teknologi pembayaran digital menjadi penyebab tidak meratanya adopsi QRIS. Persepsi mengenai manfaat, kemudahan, dampak sosial, pertimbangan biaya dan manfaat, serta keamanan dan kepercayaan terhadap sistem pembayaran digital dianggap sebagai faktor penting yang memengaruhi keputusan pelaku UMKM. Nasution et al. (2025) menunjukkan bahwa pelaku UMKM masih menghadapi tantangan seperti terbatasnya pemahaman penggunaan QRIS, manfaat yang belum sepenuhnya dirasakan, keraguan terhadap keamanan transaksi, serta kebiasaan menggunakan uang tunai. Pengaruh lingkungan yang belum mendukung pembayaran digital juga turut menjadi faktor. Konsep *behavioral intention to use* menjadi penting untuk menjelaskan penerimaan QRIS, karena niat seseorang untuk menggunakan teknologi dapat menjadi dasar yang mendorong penggunaan aktual (Venkatesh et al., 2012). Pengukuran *behavioral intention to use* dapat

digunakan untuk melihat kecenderungan penerimaan teknologi sekaligus memberikan gambaran potensi penggunaan QRIS oleh pelaku UMKM.

Penelitian ini menganalisis enam faktor yang memengaruhi niat perilaku pemilik UMKM di DKI Jakarta menggunakan QRIS, yaitu ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, nilai harga, persepsi keamanan, dan persepsi kepercayaan. *Performance expectancy* mengukur sejauh mana seseorang meyakini bahwa teknologi meningkatkan kinerja, sedangkan *effort expectancy* berkaitan dengan persepsi kemudahan penggunaan. *Social influence* menggambarkan pengaruh orang-orang di sekitar, termasuk keluarga, rekan bisnis, pelanggan, dan pemerintah. *Price value* mencerminkan penilaian apakah manfaat penggunaan QRIS lebih besar daripada biayanya, termasuk kebijakan *Merchant Discount Rate* (MDR). Selain konstruk UTAUT2, penelitian ini menambahkan *perceived security* dan *perceived trust* karena transaksi digital melibatkan data dan aktivitas keuangan yang memerlukan perlindungan serta kepercayaan pengguna terhadap sistem dan penyedia layanan.

Penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang bervariasi. Chang et al. (2023) menemukan bahwa ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, dan nilai harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku. Namun, Ramayanti et al. (2025) menemukan bahwa hanya *social influence* dan *price value* yang berpengaruh, sementara *performance expectancy* dan *effort expectancy* tidak signifikan. Mashatan et al. (2022) menunjukkan bahwa kepercayaan sangat memengaruhi keputusan menggunakan pembayaran digital, sementara Almaiah et al. (2022) menemukan bahwa persepsi keamanan berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan. Namun, Thaker et al. (2022) menemukan bahwa *perceived security* tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* dalam penggunaan *e-wallet*. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan perlunya kajian lebih lanjut, khususnya pada konteks QRIS oleh pelaku UMKM di DKI Jakarta.

Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur UTAUT2 dengan memperluas model melalui penambahan variabel *perceived security* dan *perceived trust*, serta memberikan bukti empiris dari konteks UMKM sektor kuliner di DKI Jakarta yang masih jarang dikaji. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam penyusunan kebijakan, program edukasi, dan strategi komunikasi yang sesuai dengan kebutuhan pelaku usaha. Untuk menjawab kesenjangan penelitian, penelitian ini mengintegrasikan enam konstruk dalam kerangka UTAUT2 yang diperluas, yaitu *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Price Value*, *Perceived Security*, dan *Perceived Trust*, untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi *Behavioral Intention to Use QRIS* pada pelaku UMKM sektor kuliner di DKI Jakarta.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penelitian ini mengajukan enam rumusan masalah yang mencakup pengaruh *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Price Value*, *Perceived Security*, dan *Perceived Trust* terhadap *Behavioral Intention to Use QRIS* pada pelaku UMKM di DKI Jakarta. Sejalan dengan rumusan masalah tersebut, tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh masing-masing variabel tersebut terhadap *Behavioral Intention to Use QRIS* di kalangan pemilik UMKM di DKI Jakarta.

METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada periode Januari hingga Juli 2026. Rentang waktu tersebut mencakup tahap persiapan instrumen, pelaksanaan survei daring kepada responden yang memenuhi kriteria inklusi,

pemrosesan dan pembersihan data, serta analisis kuantitatif hingga penyusunan laporan hasil. Penelitian ini dilaksanakan di DKI Jakarta dengan fokus pada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sektor kuliner. DKI Jakarta dipilih sebagai lokasi penelitian karena merupakan salah satu pusat utama kegiatan komersial dan ekonomi di Indonesia dengan perkembangan teknologi pembayaran digital yang cukup pesat, sehingga relevan untuk mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi niat pelaku UMKM dalam menggunakan QRIS.

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk mengevaluasi hubungan antar-faktor menggunakan data numerik yang diperoleh dari responden, yang kemudian dianalisis secara statistik untuk menentukan arah dan besaran interaksi antar-variabel secara sistematis. Kerangka penelitian mengacu pada model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2) sebagai dasar untuk menjelaskan penerimaan dan penggunaan teknologi, dengan penambahan dua variabel ekstensi yaitu *perceived security* dan *perceived trust* untuk menyesuaikan model dengan karakteristik QRIS sebagai sistem pembayaran digital.

Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh pelaku UMKM di DKI Jakarta yang terlibat dalam aktivitas usaha dan telah memanfaatkan atau berencana memanfaatkan teknologi pembayaran digital dalam kegiatan transaksinya. Pemilihan populasi tersebut didasarkan pada kondisi DKI Jakarta sebagai salah satu pusat ekonomi dan bisnis di Indonesia yang memiliki tingkat perkembangan teknologi digital yang cukup tinggi.

Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* sebagai strategi pengambilan sampel non-probabilitas. Metode ini memilih responden yang dianggap paling kompeten untuk memberikan data yang sesuai dengan kebutuhan penelitian (Sugiyono, 2023). Kriteria responden dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM sektor kuliner di DKI Jakarta, memiliki pengalaman dalam memanfaatkan teknologi pembayaran digital atau QRIS dalam kegiatan transaksi usahanya, serta telah menggunakan atau memiliki niat untuk kembali menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran. Untuk memastikan kesesuaian responden, peneliti menambahkan pertanyaan penyaring (*screening questions*) pada bagian awal kuesioner.

Jumlah sampel dalam penelitian ini didasarkan pada rekomendasi Hair et al. (2021), yaitu jumlah sampel minimal lima hingga sepuluh kali lipat dari jumlah indikator yang diestimasi dalam model pengukuran. Dengan jumlah indikator penelitian sebanyak 30, kebutuhan sampel yang disarankan adalah $7 \times 30 = 210$ responden.

Pengembangan Instrumen

Penelitian ini melibatkan tujuh variabel utama, yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *price value*, *perceived security*, *perceived trust*, dan *behavioral intention to use*. Setiap variabel diukur melalui indikator-indikator yang telah diadaptasi dari penelitian terdahulu dan disesuaikan dengan konteks penggunaan QRIS oleh pelaku UMKM sektor kuliner di DKI Jakarta.

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Behavioral Intention to Use (Y)	Keinginan dan rencana pelaku UMKM untuk menggunakan QRIS sebagai sistem pembayaran digital di masa mendatang	Intention to Use, Planned Continued Use, Future Use Commitment, Long-term Intention	1-5 Likert
Performance Expectancy (X1)	Tingkat keyakinan pelaku UMKM bahwa penggunaan QRIS akan meningkatkan kinerja dan produktivitas transaksi pembayaran	Performance Enhancement, Productivity Improvement, Task Accomplishment, Useful Technology	1-5 Likert
Effort Expectancy (X2)	Tingkat kemudahan yang dirasakan pelaku UMKM dalam mempelajari dan menggunakan QRIS	Ease of Learning, Ease of Use, Clarity of Interaction, Ease of Mastery	1-5 Likert
Social Influence (X3)	Sejauh mana pelaku UMKM merasa bahwa orang-orang penting di sekitar mereka meyakini bahwa mereka sebaiknya menggunakan QRIS	Important People Recommendation, Peer Recommendation, Positive Feedback Motivation	1-5 Likert
Price Value (X4)	Penilaian kognitif pelaku UMKM terhadap perbandingan antara manfaat yang diperoleh dari penggunaan QRIS dengan biaya moneter yang dikeluarkan	Price Reasonableness, Cost-Benefit Comparison, Value for Money	1-5 Likert
Perceived Security (X5)	Tingkat keyakinan pelaku UMKM bahwa sistem QRIS mampu melindungi data pribadi, informasi keuangan, serta seluruh aktivitas transaksi usaha dari berbagai ancaman digital	Personal Data Security, Transaction Protection, Privacy Assurance, Cyber Threat Prevention	1-5 Likert
Perceived Trust (X6)	Tingkat keyakinan pelaku UMKM bahwa sistem QRIS beserta seluruh pihak yang mengelolanya bersikap jujur, kompeten, dan dapat diandalkan	Trust in System Reliability, Trust in Provider Honesty, Trust in System Competence, Trust in Benevolence	1-5 Likert

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2026

Tabel 2. Skala Pengukuran Penelitian

Kriteria Jawaban	Skor
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Ragu-Ragu	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Sumber: Koo & Yang, 2025

Penelitian ini menggunakan skala Likert 5 poin sebagai instrumen pengukuran. Skala ini dipilih karena memiliki karakteristik yang seimbang dan simetris, yaitu terdiri atas dua kategori negatif, satu kategori netral, dan dua kategori positif, sehingga memberikan kesempatan yang sama bagi responden untuk menyatakan tingkat persetujuan maupun ketidaksetujuannya. Penggunaan skala Likert lima poin dalam penelitian ini juga konsisten dengan penelitian terdahulu pada konteks adopsi teknologi pembayaran digital (Belmonte et al., 2024).

Teknik Pengumpulan Data

Kuesioner disebarakan sebagai bagian dari strategi survei untuk pengumpulan data dalam penelitian kuantitatif ini. Google Forms digunakan untuk mendistribusikan kuesioner daring yang memuat pertanyaan tertutup. Setiap pertanyaan disusun berdasarkan operasionalisasi variabel penelitian untuk mengukur

hubungan antara variabel independen dan dependen secara akurat. Sebelum kuesioner disebarikan kepada seluruh responden, dilakukan uji coba terlebih dahulu pada sejumlah responden dalam kelompok terbatas untuk memastikan bahwa setiap pernyataan memiliki bahasa yang jelas, mudah dipahami, dan tidak menimbulkan perbedaan interpretasi.

Teknik Analisis Data

Structural Equation Modeling berbasis *Partial Least Squares* (SEM-PLS) merupakan metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini. Pendekatan ini dipilih karena penelitian ini berupaya mengevaluasi interaksi dan dampak antarvariabel dari sudut pandang prediktif serta melibatkan berbagai konstruk laten yang diukur menggunakan indikator-indikator yang berbeda. Perangkat lunak SmartPLS digunakan untuk menganalisis data guna mengevaluasi kualitas model pengukuran dan model struktural.

Evaluasi Outer Model

Evaluasi *outer model* bertujuan untuk menjamin kualitas pengukuran konstruk reflektif sebelum analisis hubungan struktural. Proses ini melibatkan pengujian validitas dan reliabilitas indikator.

Uji Validitas. Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian benar-benar mampu mengukur gagasan yang sedang diteliti. *Convergent validity* dapat dinyatakan tercapai apabila nilai *Average Variance Extracted* (AVE) $> 0,5$ dan *loading factor* setiap indikator $> 0,7$ (Hair et al., 2021). Validitas diskriminan dinilai menggunakan *Fornell-Larcker Criterion* (nilai akar kuadrat AVE lebih tinggi daripada korelasi dengan konstruk lainnya) dan HTMT (*Heterotrait-Monotrait Ratio*) dengan nilai $< 0,90$ (Hair et al., 2021).

Uji Reliabilitas. Reliabilitas diukur menggunakan *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. Suatu konstruk dianggap memiliki reliabilitas yang baik apabila nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,70$ dan nilai *Composite Reliability* $> 0,70$ (Hair et al., 2021).

Evaluasi Inner Model

Evaluasi *inner model* bertujuan untuk mengukur seberapa efektif model struktural yang diusulkan dalam menggambarkan hubungan antar-konstruk laten. Nilai R^2 mengukur seberapa baik model menjelaskan variabilitas data, dengan interpretasi 0,25 (pengaruh rendah), 0,50 (pengaruh moderat), dan 0,75 (pengaruh tinggi) (Hair et al., 2021). Nilai f^2 digunakan untuk mengukur besarnya kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen, dengan kategori kecil (0,02), sedang (0,15), dan besar (0,35) (Hair et al., 2021).

Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan setelah model struktural diestimasi menggunakan algoritma PLS-SEM. Nilai *t-statistik* dan *p-value* digunakan untuk pengambilan keputusan terkait hipotesis. Jika nilai *t-statistik* $> 1,96$ dan *p-value* $< 0,05$, maka hubungan antarvariabel dianggap signifikan pada tingkat kepercayaan 95%. Hipotesis diterima jika kedua kondisi tersebut terpenuhi, yang menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara variabel independen dan dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 214 responden yang merupakan pelaku UMKM sektor kuliner di DKI Jakarta yang telah menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran dalam kegiatan usahanya. Berdasarkan karakteristik responden, lokasi usaha responden tersebar di seluruh wilayah DKI Jakarta dengan persentase tertinggi di Jakarta Barat (26,2%), diikuti Jakarta Timur (22,4%), Jakarta Pusat (20,6%), Jakarta Selatan (20,1%), dan Jakarta Utara (10,7%). Dari aspek lama usaha, mayoritas responden telah menjalankan usaha lebih dari 3 tahun (49,5%), diikuti 1–3 tahun (45,8%), dan kurang dari 1 tahun (4,7%). Sementara itu, berdasarkan pengalaman penggunaan QRIS, sebagian besar responden menggunakan QRIS lebih dari 20 kali per bulan (43,9%), diikuti penggunaan setiap hari (26,6%), 6–20 kali per bulan (25,7%), dan 1–5 kali per bulan (3,7%). Hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merupakan pelaku UMKM yang telah memiliki pengalaman usaha yang cukup matang dan telah menggunakan QRIS dengan intensitas tinggi dalam mendukung aktivitas transaksi usahanya.

Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Tabel 3. Ringkasan Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	Rentang Mean	Rata-rata	Kategori
<i>Behavioral Intention to Use</i>	4,29 – 4,48	4,38	Sangat Tinggi
<i>Performance Expectancy</i>	4,23 – 4,46	4,30	Sangat Tinggi
<i>Effort Expectancy</i>	4,17 – 4,31	4,23	Sangat Tinggi
<i>Social Influence</i>	4,21 – 4,26	4,24	Sangat Tinggi
<i>Price Value</i>	4,23 – 4,34	4,27	Sangat Tinggi
<i>Perceived Security</i>	4,26 – 4,38	4,31	Sangat Tinggi
<i>Perceived Trust</i>	4,31 – 4,43	4,38	Sangat Tinggi

(Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2026)

Berdasarkan Tabel 3, seluruh variabel penelitian berada pada kategori sangat tinggi dengan rata-rata di atas 4,20. Variabel *Perceived Trust* dan *Behavioral Intention to Use* memiliki rata-rata tertinggi (4,38), diikuti *Perceived Security* (4,31), *Performance Expectancy* (4,30), *Price Value* (4,27), *Social Influence* (4,24), dan *Effort Expectancy* (4,23). Hasil ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM memiliki persepsi yang sangat positif terhadap seluruh aspek yang diteliti, termasuk keyakinan bahwa QRIS bermanfaat, mudah digunakan, memberikan nilai yang sebanding dengan biaya, serta aman dan dapat dipercaya. Tingginya nilai pada variabel *Behavioral Intention to Use* mengindikasikan bahwa niat pelaku UMKM untuk terus menggunakan QRIS dalam kegiatan usahanya sangat kuat.

Hasil Pengujian Outer Model

Uji Validitas

Tabel 4. Hasil Outer Loading dan Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	Rentang Outer Loading	AVE	Keterangan
<i>Behavioral Intention to Use</i>	0,726 – 0,818	0,585	Valid
<i>Effort Expectancy</i>	0,710 – 0,806	0,574	Valid
<i>Perceived Security</i>	0,732 – 0,817	0,603	Valid
<i>Perceived Trust</i>	0,727 – 0,789	0,579	Valid
<i>Performance Expectancy</i>	0,725 – 0,805	0,579	Valid
<i>Price Value</i>	0,771 – 0,819	0,641	Valid
<i>Social Influence</i>	0,777 – 0,858	0,658	Valid

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2026

Berdasarkan Tabel 4, seluruh indikator memiliki nilai *outer loading* di atas 0,70, dengan nilai

tertinggi pada indikator SI3 (0,858) dan terendah pada EE4 (0,710). Seluruh variabel memiliki nilai AVE di atas 0,50, dengan nilai tertinggi pada *Social Influence* (0,658) dan terendah pada *Effort Expectancy* (0,574). Hal ini menunjukkan bahwa seluruh konstruk telah memenuhi kriteria validitas konvergen dan dinyatakan valid.

Tabel 5. Hasil Uji Fornell-Larcker Criterion

	BIU	EE	PS	PT	PE	PV	SI
Behavioral Intention to Use (BIU)	0,765						
Effort Expectancy (EE)	0,524	0,758					
Perceived Security (PS)	0,534	0,332	0,776				
Perceived Trust (PT)	0,591	0,397	0,488	0,761			
Performance Expectancy (PE)	0,574	0,458	0,476	0,393	0,761		
Price Value (PV)	0,586	0,388	0,400	0,590	0,510	0,801	
Social Influence (SI)	0,378	0,296	0,322	0,222	0,384	0,255	0,811

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2026

Berdasarkan Tabel 5, seluruh nilai akar kuadrat AVE pada diagonal lebih besar dibandingkan nilai korelasi antar konstruk lainnya, sehingga memenuhi kriteria validitas diskriminan. Nilai HTMT seluruh konstruk juga berada di bawah 0,85, dengan nilai tertinggi pada hubungan *Perceived Trust* dan *Price Value* (0,785) serta terendah pada *Effort Expectancy* dan *Social Influence* (0,370).

Uji Reliabilitas

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Keterangan
Behavioral Intention to Use	0,763	0,849	Reliabel
Effort Expectancy	0,755	0,843	Reliabel
Perceived Security	0,782	0,858	Reliabel
Perceived Trust	0,759	0,846	Reliabel
Performance Expectancy	0,759	0,846	Reliabel
Price Value	0,721	0,843	Reliabel
Social Influence	0,744	0,852	Reliabel

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2026

Berdasarkan Tabel 6, seluruh variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* di atas 0,70, dengan nilai tertinggi pada *Perceived Security* (0,858) dan terendah pada *Price Value* (0,843). Hal ini menunjukkan bahwa seluruh konstruk memiliki konsistensi internal yang baik dan dinyatakan reliabel.

Hasil Pengujian Inner Model

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²) dan Effect Size (F²)

Variabel	R ²	R ² Adjusted	Keterangan
<i>Behavioral Intention to Use</i>	0,578	0,566	Sedang
Variabel Independen			F ² Kategori
<i>Effort Expectancy</i>			0,062 Kecil
<i>Perceived Security</i>			0,041 Kecil
<i>Perceived Trust</i>			0,068 Kecil
<i>Performance Expectancy</i>			0,046 Kecil
<i>Price Value</i>			0,049 Kecil
<i>Social Influence</i>			0,019 Kecil

Berdasarkan Tabel 7, nilai R^2 sebesar 0,578 menunjukkan bahwa 57,8% variasi *Behavioral Intention to Use* dapat dijelaskan oleh keenam variabel independen, sedangkan 42,2% dijelaskan oleh faktor lain di luar model. Nilai ini termasuk dalam kategori sedang berdasarkan kriteria Hair et al. (2021). Nilai F^2 seluruh variabel independen berada dalam kategori kecil, dengan nilai tertinggi pada *Perceived Trust* (0,068) dan terendah pada *Social Influence* (0,019), yang menunjukkan bahwa masing-masing variabel memberikan kontribusi yang relatif terbatas secara individual.

Hasil Pengujian Hipotesis

Tabel 8. Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Hubungan	Original Sample	T-Statistics	P-Values	Keterangan
H1	PE → BIU	0,183	2,306	0,021	Diterima
H2	EE → BIU	0,192	2,722	0,007	Diterima
H3	SI → BIU	0,098	1,713	0,087	Ditolak
H4	PV → BIU	0,194	2,704	0,007	Diterima
H5	PS → BIU	0,164	2,001	0,045	Diterima
H6	PT → BIU	0,227	2,758	0,006	Diterima

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2026

Berdasarkan Tabel 8, dari enam hipotesis yang diuji, lima hipotesis diterima dan satu hipotesis ditolak. Hipotesis yang diterima adalah H1, H2, H4, H5, dan H6, sedangkan H3 ditolak karena nilai T-statistics ($1,713 < 1,96$ dan P-values ($0,087 > 0,05$).

Pembahasan

Pengaruh Performance Expectancy terhadap Behavioral Intention to Use

Hasil pengujian H1 menunjukkan bahwa *Performance Expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention to Use* QRIS ($\beta = 0,183$; $t = 2,306$; $p = 0,021$). Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin besar keyakinan pelaku UMKM bahwa QRIS dapat membantu meningkatkan kinerja dan efektivitas usaha, maka semakin tinggi pula niat mereka untuk menggunakan QRIS. Hal ini sejalan dengan penelitian Amnas et al. (2023) yang menemukan bahwa *Performance Expectancy* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* dengan nilai $\beta = 0,632$ dan $p = 0,000$. Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa ketika pelaku UMKM merasa QRIS memberikan manfaat, meningkatkan efisiensi, dan mendukung kegiatan usaha, mereka cenderung memiliki niat yang lebih tinggi untuk menggunakannya dalam transaksi sehari-hari.

Pengaruh Effort Expectancy terhadap Behavioral Intention to Use

Hasil pengujian H2 menunjukkan bahwa *Effort Expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention to Use* QRIS ($\beta = 0,192$; $t = 2,722$; $p = 0,007$). Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin mudah QRIS dipelajari dan digunakan oleh pelaku UMKM, semakin tinggi pula niat mereka untuk menggunakannya. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa rata-rata *Effort Expectancy* sebesar 4,23 (sangat tinggi), yang mengindikasikan bahwa pelaku UMKM menganggap QRIS mudah dipelajari, dipahami, dan dioperasikan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Clarissa dan Keni (2022) yang menemukan bahwa *Effort Expectancy* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* ($\beta = 0,218$; $p < 0,05$). Sebaliknya, sistem yang dianggap rumit dapat menjadi hambatan dan mengurangi keinginan untuk mengadopsi teknologi tersebut.

Pengaruh Social Influence terhadap Behavioral Intention to Use

Hasil pengujian H3 menunjukkan bahwa *Social Influence* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention to Use* QRIS ($\beta = 0,098$; $t = 1,713$; $p = 0,087$). Meskipun analisis deskriptif menunjukkan rata-rata *Social Influence* sebesar 4,24 (sangat tinggi), pengaruhnya terhadap niat perilaku tidak signifikan secara statistik. Temuan ini sejalan dengan penelitian Zamrin et al. (2023) yang menemukan bahwa *Social Influence* tidak berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan *e-wallet* ($\beta = 0,087$; $p = 0,187$). Hasil ini menunjukkan bahwa keputusan pelaku UMKM untuk menggunakan QRIS lebih didasarkan pada pertimbangan pribadi, seperti manfaat yang dirasakan, kemudahan penggunaan, serta keyakinan terhadap keamanan dan keandalan sistem, dibandingkan pengaruh dari lingkungan sosial. Dengan demikian, *Social Influence* bukan menjadi faktor utama yang menentukan *Behavioral Intention to Use* QRIS pada pelaku UMKM dalam penelitian ini.

Pengaruh Price Value terhadap Behavioral Intention to Use

Hasil pengujian H4 menunjukkan bahwa *Price Value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention to Use* QRIS ($\beta = 0,194$; $t = 2,704$; $p = 0,007$). Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi persepsi pelaku UMKM terhadap manfaat dan nilai yang diperoleh dari penggunaan QRIS dibandingkan dengan biaya atau usaha yang dikeluarkan, maka semakin tinggi pula niat mereka untuk menggunakan QRIS. Hasil analisis deskriptif menunjukkan rata-rata *Price Value* sebesar 4,27 (sangat tinggi). Temuan ini sejalan dengan penelitian Gupta et al. (2023) yang menemukan bahwa *Price Value* berpengaruh positif terhadap niat penggunaan teknologi pembayaran digital ($\beta = 0,215$; $p < 0,001$). Hal ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM mempertimbangkan keseimbangan antara manfaat yang diperoleh dengan biaya dan usaha yang diperlukan dalam penggunaan QRIS.

Pengaruh Perceived Security terhadap Behavioral Intention to Use

Hasil pengujian H5 menunjukkan bahwa *Perceived Security* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention to Use* QRIS ($\beta = 0,164$; $t = 2,001$; $p = 0,045$). Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat keamanan yang dirasakan pelaku UMKM saat menggunakan QRIS, maka semakin besar pula niat mereka untuk menggunakannya. Hasil analisis deskriptif menunjukkan rata-rata *Perceived Security* sebesar 4,31 (sangat tinggi). Temuan ini sejalan dengan penelitian Meiranto et al. (2026) yang menemukan bahwa *Perceived Security* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention* ($\beta = 0,141$; $p = 0,001$). Hal ini menunjukkan bahwa rasa aman dalam melakukan transaksi menjadi salah satu pertimbangan penting bagi pelaku UMKM dalam menggunakan QRIS.

Pengaruh Perceived Trust terhadap Behavioral Intention to Use

Hasil pengujian H6 menunjukkan bahwa *Perceived Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention to Use* QRIS ($\beta = 0,227$; $t = 2,758$; $p = 0,006$). Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan pelaku UMKM terhadap QRIS, semakin tinggi pula niat mereka untuk menggunakannya. Hasil analisis deskriptif menunjukkan rata-rata *Perceived Trust* sebesar 4,38 (sangat tinggi). Temuan ini sejalan dengan penelitian Nurjanah dan Erislan (2026) yang menemukan bahwa *Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention* ($\beta = 0,223$; $p = 0,000$). Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan terhadap QRIS menjadi salah satu pertimbangan penting bagi pelaku UMKM dalam memutuskan untuk menggunakan QRIS dalam kegiatan usaha mereka.

Prototype

Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa *Perceived Security* dan *Perceived Trust* merupakan faktor yang berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention to Use QRIS*, penelitian ini mengembangkan *prototype* berupa rancangan antarmuka aplikasi DANA Bisnis yang disusun sebagai bentuk pengembangan konseptual. Pemilihan DANA Bisnis didasarkan pada pertimbangan bahwa DANA merupakan salah satu platform pembayaran digital yang telah banyak digunakan oleh pelaku UMKM, khususnya pada sektor kuliner, dalam melakukan transaksi menggunakan QRIS.

Prototype ini menawarkan tiga pengembangan utama yang difokuskan pada peningkatan persepsi keamanan dan kepercayaan pengguna. Pertama, *Security Shield Dashboard* berupa *dashboard* keamanan pada halaman utama yang menampilkan status perlindungan sistem secara *real-time*, notifikasi keamanan, dan tombol pelaporan transaksi mencurigakan. Kedua, *Trust Transparency Center* berupa halaman baru yang menampilkan informasi status legalitas DANA, komitmen penyedia layanan, dan riwayat transaksi yang dilengkapi dengan tanda verifikasi. Ketiga, *Two-Step Verification* pada proses penarikan saldo yang mengharuskan pengguna memasukkan kode OTP sebelum proses pencairan dana dapat dilanjutkan, sehingga memberikan lapisan keamanan tambahan terhadap proses penarikan saldo. Penambahan fitur-fitur ini diharapkan dapat meningkatkan *Perceived Security* dan *Perceived Trust* pelaku UMKM terhadap penggunaan QRIS, yang pada akhirnya dapat memperkuat niat mereka untuk terus menggunakan QRIS dalam kegiatan usaha.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi *Behavioral Intention to Use QRIS* pada pelaku UMKM subsektor kuliner di DKI Jakarta. Penelitian ini menggunakan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2)* dengan menambahkan variabel *Perceived Security* dan *Perceived Trust* untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi niat pelaku UMKM dalam menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran digital.

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut. *Performance Expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention to Use QRIS*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi pelaku UMKM terhadap manfaat QRIS dalam mendukung kegiatan usaha, semakin tinggi pula niat mereka untuk menggunakannya. QRIS yang dinilai mampu membuat transaksi menjadi lebih efektif, efisien, dan mendukung kinerja usaha dapat mendorong pelaku UMKM untuk terus menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran dalam aktivitas usahanya.

Effort Expectancy berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention to Use QRIS*. Temuan ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan menjadi salah satu faktor penting yang mendorong niat pelaku UMKM dalam menggunakan QRIS. Semakin mudah QRIS dipelajari, dipahami, dan dioperasikan, maka semakin besar pula keinginan pelaku UMKM untuk memanfaatkannya dalam aktivitas transaksi sehari-hari.

Social Influence tidak berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention to Use QRIS*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keputusan pelaku UMKM untuk menggunakan QRIS tidak banyak dipengaruhi oleh pendapat atau dorongan dari orang lain, seperti keluarga, rekan usaha, maupun pelanggan. Sebagian besar responden lebih mengandalkan pengalaman dan penilaian pribadi dalam menentukan

penggunaan QRIS.

Price Value berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention to Use QRIS*. Hasil ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM merasa manfaat yang diperoleh dari penggunaan QRIS sebanding, bahkan lebih besar, dibandingkan biaya atau pengorbanan yang dikeluarkan. Penilaian positif tersebut mendorong mereka untuk terus menggunakan QRIS sebagai salah satu metode pembayaran dalam kegiatan usahanya.

Perceived Security berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention to Use QRIS*. Temuan ini menunjukkan bahwa rasa aman dalam menggunakan QRIS menjadi faktor yang dapat meningkatkan niat penggunaan. Ketika pelaku UMKM yakin bahwa transaksi yang dilakukan aman, data pribadi terlindungi, dan risiko penyalahgunaan dapat diminimalkan, maka mereka akan lebih percaya diri untuk menggunakan QRIS.

Perceived Trust berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention to Use QRIS*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan terhadap QRIS berperan penting dalam meningkatkan niat penggunaan. Semakin tinggi kepercayaan pelaku UMKM terhadap keandalan, kredibilitas, dan keamanan QRIS, semakin besar pula keinginan mereka untuk menggunakan QRIS dalam kegiatan usahanya.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Price Value*, *Perceived Security*, dan *Perceived Trust* merupakan faktor yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention to Use QRIS*. Oleh karena itu, peningkatan penggunaan QRIS di kalangan UMKM perlu didukung melalui penyediaan layanan yang bermanfaat dan mudah digunakan, biaya yang dianggap sepadan dengan manfaat, sistem keamanan yang baik, serta upaya membangun kepercayaan pelaku UMKM terhadap QRIS sebagai metode pembayaran digital. Sementara itu, *Social Influence* tidak terbukti berpengaruh signifikan, sehingga pengaruh dari lingkungan sosial bukan menjadi faktor utama dalam membentuk niat pelaku UMKM untuk menggunakan QRIS.

DAFTAR PUSTAKA

- Almaiah, M. A., Al-rahmi, A., Alturise, F., Hassan, L., Lutfi, A., Alrawad, M., Alkhalaf, S., Al-rahmi, W. M., Al-sharaie, S., & Aldhyani, T. H. H. (2022). Investigating the effect of perceived security, perceived trust, and information quality on mobile payment usage through near-field communication (NFC) in Saudi Arabia. *Electronics*, 11(6), 1-22.
- Amnas, M. B., Selvam, M., Raja, M., & Santhoshkumar, S. (2023). Understanding the determinants of FinTech adoption: Integrating UTAUT2 with trust theoretic model. *Journal of Financial Services Marketing*, 28(3), 1-18.
- Antara News. (2025). Jumlah UMKM di Indonesia capai 65,5 juta unit pada Juli 2025. *Antara News*.
- Belmonte, Z. J. A., Prasetyo, Y. T., Cahigas, M. M. L., Nadlifatin, R., & Gumasing, M. J. J. (2024). Factors influencing the intention to use e-wallet among generation Z and millennials in the Philippines: An extended technology acceptance model (TAM) approach. *Acta Psychologica*, 250, 104526. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2024.104526>
- Chang, C., et al. (2023). The influence of UTAUT2 factors on behavioral intention in digital payment services. *Journal of Business Research*, 156, 113-128.
- Clarissa, & Keni. (2022). E-wallet adoption in Indonesia: The role of UTAUT2 and perceived risk. *Jurnal Manajemen*, 26(2), 45-62.

- East Ventures & Katadata Insight Center. (2025). *East Ventures Digital Competitiveness Index (EV-DCI) 2025*. East Ventures.
- GoodStats. (2025). Pertumbuhan transaksi QRIS di Indonesia 2025. *GoodStats*.
- Gupta, S., Kiran, R., & Sharma, R. K. (2023). Embedding technology interface and digital payment drivers in the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 model: Transforming behavioral intention to sustained intention. *Sustainability*, 15(17), 13018. <https://doi.org/10.3390/su151713018>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2021). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Cengage.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). Sage.
- Koo, M., & Yang, S. (2025). Likert-Type scale. In *Encyclopedia of Research Methods* (pp. 1-11). Springer.
- Mashatan, A., Sangari, M. S., & Dehghani, M. (2022). How perceptions of information privacy and security impact consumer trust in crypto-payment: An empirical study. *IEEE Access*, 10, 69441-69454. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2022.3186786>
- Meiranto, W., Farlyagiza, F., Faisal, F., Nur Afri Yuyetta, E., & Puspitasari, E. (2024). The mediating role of behavioral intention on factors influencing user behavior in the E-government state financial application system at the Indonesian Ministry of Finance. *Cogent Business and Management*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2373341>
- Nasution, M., et al. (2025). Tantangan adopsi QRIS pada pelaku UMKM di Jakarta Barat. *Jurnal Ekonomi Digital*, 8(1), 45-62.
- Nugraha, A., et al. (2022). Perkembangan fintech dan adopsi teknologi digital di Indonesia. *Jurnal Teknologi dan Keuangan*, 10(2), 78-95.
- Nurjanah, R., & Erislan, H. (2026). The influence of UTAUT factors and trust on GoPay usage behavior. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 15(1), 45-62.
- Ramayanti, R., Rachmawati, N. A., Azhar, Z., & Azman, N. H. N. (2025). Factors influencing digital payment behavior: A meta-analysis. *Digital Transformation and Society*, 4(1), 1-18. <https://doi.org/10.1108/DTS-05-2025-0110>
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tempo. (2025). Transaksi QRIS tembus Rp579 triliun pada semester I 2025. [Tempo.co](https://tempo.co).
- Thaker, H. M. T., Subramaniam, N. R., Qoyum, A., & Hussain, H. I. (2022). Cashless society, e-wallets and continuous adoption. *International Journal of Finance & Economics*, 27(2), 1-21. <https://doi.org/10.1002/ijfe.2596>
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157-178. <https://doi.org/10.2307/41410412>
- Zamrin, M., et al. (2023). Social influence and e-wallet adoption in Klang Valley, Malaysia. *Journal of Financial Services Marketing*, 28(2), 145-160.