

**Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat
Terhadap Minat Penggunaan E-Payment QRIS
(Studi Kasus Pada Pengguna E-Payment QRIS Bank BCA di Kota Bekasi Timur)**

Rousdy Safari Tamba¹, Vina Sawalti²

Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi Institut
Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI, Jakarta Indonesia

Email: rousdytamba86@gmail.com¹, vinasawalti11@gmail.com²,

Abstract.

This study aims to determine how much influence the perception of convenience and perception of benefits have on the interest in using Bank BCA QRIS E-Payment IN East Bekasi City. This study uses a quantitative method approach. Data collection techniques were used in the form of questionnaires and literature. The sample in this study were people who had used the QRIS Bank BCA service as a payment method in transactions, especially respondents who live in East Bekasi City with a sample size of 110 people. The sampling technique used was the Purposive Sampling. The results of the data analysis of this study used the coefficient of determination of the R Square value which showed that the perception of convenience (X1) and the perception of benefits (X2) had a joint contribution of 74,9% to the interest in use (Y), while the remaining 25.1% was influenced by othe factors outside this study. Thus, thw perception of convenience and the perception of benefits have a dignificant effect on the interest in using QRIS E-Payment od Bank BCA in East Bekasi City.

Keywords: *Perception of Convenience; Perception of Benefits, Interest In Use*

Cronicle of Article:Received (11,04,2026); Revised (15,04,2026); and Published (28,04,2026)

©2026 Jurnal Administrasi Bisnis & Entrepreneurship, Program Studi Adminitrasi Bisnis Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI

Profile and corresponding author : Vina Sawalti adalah Alumni Program Studi Administrasi Bisnis, Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI. Jl. Pangkalan Asem Raya No. 55 Cempaka Putih Kota Jakarta Pusat 10530, Corresponding Author, rousdytamba86@gmail.com¹, vinasawalti11@gmail.com²,

How to cite this article : Tamba Safari R, Sawalti V. "Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan E-Payment QRIS (Studi Kasus Pada Pengguna E-Payment QRIS Bank BCA di Kota Bekasi)", *adbispreneur* 6 (2),pp. 95 - 100 . Available at: <https://ojs.stiami.ac.id/index.php/JUMABI>

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital saat ini telah semakin pesat, termasuk pada bidang industri dan bisnis yang semakin luas. Teknologi telah membawa suatu perubahan pada masyarakat. Masyarakat kini lebih mengutamakan kemudahan dan efisiensi dalam melakukan transaksi sehingga dapat mempermudah aktivitas sehari-hari. Dengan adanya perkembangan yang pesat ini, kompetisi di berbagai bidang pun semakin ketat. Oleh karena itu dibutuhkan kecepatan dalam memanfaatkan jaringan internet yang dilengkapi dengan fitur menarik dan user-friendly bagi masyarakat.

Sistem pembayaran non-tunai dalam beberapa tahun terakhir telah membawa perubahan yang signifikan dalam cara masyarakat melakukan transaksi karena sistemnya yang lebih praktis. Pada 2022, tren pencarian kata kunci terkait layanan keuangan digital di Google Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan. Telah banyak orang Indonesia yang berminat pada layanan keuangan digital.

Salah satu bentuk layanan keuangan digital yang semakin populer adalah pembayaran menggunakan kode QR. Kode QR merupakan jenis kode batang 2D yang dapat digunakan untuk menyimpan informasi dalam jumlah yang besar. Kode QR pembayaran menyimpan informasi yang terkait dengan transaksi pembayaran, seperti nomor rekening, nama merchant dan jumlah transaksi. Bank Indonesia telah meluncurkan QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) sebagai sebuah standar kode QR nasional melalui Standar Nasional Pembayaran (SNP) 111/2019. QRIS dapat digunakan oleh semua Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP). Bank Indonesia mendorong penggunaan QRIS dengan mewajibkan semua PJSP untuk menerapkannya. Implementasi QRIS bertujuan untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas sistem pembayaran di Indonesia karena hanya perlu menyediakan satu kode QR saja yang sesuai dengan standar yang ditetapkan (Kurniawati et al., 2021:23).

QRIS merupakan salah satu metode pembayaran digital terbaik di kalangan masyarakat. Nilai total transaksi QRIS yang mencapai Rp 99,98 triliun menunjukkan signifikannya kontribusi QRIS terhadap pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia. Pada tahun 2022 pun nilai total transaksi QRIS mengalami pertumbuhan sebesar 261,81%. Sebelum QRIS mendominasi metode pembayaran digital, kegiatan pembayaran dalam bertransaksi masih didominasi oleh Gopay, OVO, Mbanking Transfer dan lain-lain. Hingga tahun 2019 akhir. Namun, seiring dengan semakin populernya QRIS, persaingan pun semakin meningkat. Santoso Liem, Ketua Umum Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI), mengatakan peningkatan penggunaan QRIS ini disebabkan karena kemudahannya saat digunakan serta adanya dukungan telepon seluler dan manfaatnya yang membuat keuangan menjadi lebih aman. Di Indonesia, tingkat penggunaan ponsel sangat tinggi, sehingga volume transaksi QRIS diperkirakan akan terus meningkat. Hal ini karena layanan pembayaran melalui QRIS memiliki potensi untuk berkembang di masa depan.

Penggunaan QRIS secara berulang-ulang telah menimbulkan rasa ingin tahu mengapa masyarakat lebih memilih menggunakan QRIS daripada uang tunai atau kartu. Jawabannya adalah karena kebanyakan masyarakat menganggap QRIS lebih nyaman dibandingkan dengan uang tunai atau kartu. Saat kenyamanan telah menjadi bagian dari kebiasaan sehari-hari, maka jelas QRIS telah mendapatkannya tempat di kehidupan konsumen.

Namun, meskipun QRIS menawarkan kemudahan dalam bertransaksi, masih terdapat sejumlah kendala yang dihadapi oleh masyarakat. Salah satu kendala utama adalah persepsi masyarakat mengenai kemudahan penggunaan QRIS. Beberapa masyarakat menyatakan bahwa merasa kesulitan dalam menggunakan QRIS, terutama jika bank yang mereka gunakan tidak bekerja sama secara optimal dengan sistem pembayaran ini. Dimana saat mereka sedang bertransaksi di sebuah toko, tak jarang toko tersebut hanya bisa menerima QRIS dari satu bank saja dan tidak menerima pembayaran QRIS dengan bank lain. Persepsi negatif mengenai kemudahan penggunaan QRIS ini dapat menghambat minat masyarakat untuk beralih dari metode pembayaran uang tunai ke QRIS.

Dikutip dari Jurnal Manajemen Vol. 08, No.2 (Joan & Sitinjak, 2019:28) bahwa terdapat faktor utama yang mendorong minat masyarakat untuk menggunakan QRIS, yaitu persepsi kemudahan dan persepsi kebermanfaatan penggunaan. Konsumen yang merasakan kemudahan dan manfaat layanan QRIS akan lebih termotivasi untuk menggunakan QRIS secara berkelanjutan sebagai alat pembayaran. Bagi konsumen pengguna, persepsi kemudahan dan manfaat layanan keuangan digital QRIS menjadi faktor penting dalam menarik minat mereka. Konsumen akan lebih cenderung memilih perusahaan yang mampu menunjukkan

dan membuktikan nilai-nilai kemudahan dan manfaat yang ditawarkan QRIS. Hal ini menjadi tolak ukur bagi perusahaan dalam menjual jasa layanannya kepada konsumen. Jika masyarakat mempersepsikan kedua faktor tersebut secara positif, maka akan timbul minat untuk bertransaksi melalui pembayaran digital QRIS. Pembayaran digital diprediksi akan semakin mendominasi transaksi di masa depan, bahkan melampaui penggunaan kartu debit. Hal ini didorong oleh dua faktor utama, yaitu persepsi kemudahan dan persepsi manfaat yang ditawarkan oleh *e-payment QRIS*. Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi manfaat terhadap minat penggunaan.

LITERATUR REVIUW.

Kajian Pustaka

1. Persepsi Kemudahan

Menurut Widjana (Zakaria, 2019:23) persepsi kemudahan mengacu pada keyakinan individu bahwa sistem teknologi informasi mudah dipelajari, dipahami dan digunakan, sehingga tidak memerlukan usaha yang besar atau menimbulkan kesulitan (*free of effort*).

2. Persepsi Manfaat

Phontanukitihaworn et.al (2016) dalam (Maulana, 2024:211) mendefinisikan persepsi manfaat sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan layanan *mobile payment* dapat meningkatkan kinerja dan produktivitasnya dalam melakukan transaksi pembayaran.

3. Minat Penggunaan

Menurut Fishbein dan Ajzen, 1975 (Fadilla, 2019:9) minat penggunaan teknologi didefinisikan sebagai tingkat keinginan atau dorongan seseorang untuk menggunakan teknologi tertentu secara terus menerus.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan metode penelitian deskriptif, yang bertujuan untuk memberikan penjelasan atau deskripsi tentang suatu situasi atau kondisi saat ini. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner dan menggunakan skala likert sebagai skala pengukuran. Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat yang menggunakan *E-Payment QRIS* Bank BCA dalam bertransaksi dan berdomisili di Kota Bekasi Timur. Sampel pada penelitian ini sebanyak 110 responden yang di dapatkan dengan menggunakan Rumus Hair. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji instrumen (uji validitas dan uji reliabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas), uji hipotesis (uji regresi linier berganda, uji T, uji F dan uji koefisien korelasi).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pengaruh Persepsi Kemudahan (X1) terhadap Minat Penggunaan (Y)

Berdasarkan hasil dari uji hipotesis (Uji T) yang diperoleh bahwa pengujian hipotesis Persepsi Kemudahan terhadap Minat Penggunaan menghasilkan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Persepsi Kemudahan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat Penggunaan *E-Payment QRIS* Bank BCA di Kota Bekasi Timur, maka H1 diterima. Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Leoni Joan dan Tony Sitinjak (2019) dengan judul Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital GoPay. Dengan hasil penelitian bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh yang positif terhadap minat penggunaan.

2. Pengaruh Persepsi Manfaat (X2) terhadap Minat Penggunaan (Y)

Berdasarkan hasil dari uji hipotesis (Uji t) yang diperoleh bahwa pengujian hipotesis Persepsi Manfaat terhadap Minat Penggunaan menghasilkan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Persepsi Manfaat secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat Penggunaan *E-Payment QRIS* Bank BCA di Kota Bekasi Timur, maka H2 diterima. Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Meliza Rahmawati dan Aslamia Rosa (2024). Dengan hasil penelitian bahwa persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan.

3. Pengaruh Persepsi Kemudahan (X1) dan Persepsi Manfaat (X2) terhadap Minat Penggunaan (Y)

Berdasarkan hasil dari uji hipotesis (Uji F) diperoleh hasil nilai sig $0,000 < 0,05$ dan dapat disimpulkan bahwa, secara simultan Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat berpengaruh signifikan terhadap Minat Penggunaan *E-Payment QRIS* Bank BCA di Kota Bekasi Timur, dengan demikian H3 diterima. Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Hendra Prasetya dan Scenda Erka Putra (2020) dengan judul Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat dan Risiko pada Minat Penggunaan *E-Money* di Surabaya. Dengan hasil penelitian bahwa persepsi kemudahan dan manfaat secara parsial berpengaruh signifikan dan arahnya positif terhadap minat penggunaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka penulis dapat mengambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Persepsi Kemudahan (X1) secara parsial berpengaruh terhadap Minat Penggunaan (Y) pada *E-Payment QRIS* Bank BCA di Kota Bekasi Timur dengan nilai yang mempengaruhi Minat Penggunaan sebesar 68,7% dan sisanya 31,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.
2. Persepsi Manfaat (X2) secara parsial berpengaruh terhadap Minat Penggunaan (Y) pada *E-Payment QRIS* Bank BCA di Kota Bekasi Timur, dengan nilai yang mempengaruhi Minat Penggunaan sebesar 65,7% dan sisanya 34,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.
3. Jika digabungkan antara Persepsi Kemudahan (X1) dan Persepsi Manfaat (X2), kedua variabel tersebut menunjukkan bahwa memiliki pengaruh terhadap Minat Penggunaan (Y) pada *E-Payment QRIS* Bank BCA di Kota Bekasi Timur sebesar 74,9% dan sisanya adalah sebesar 25,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Sehingga variabel Persepsi Kemudahan (X1) dan Persepsi Manfaat (X2) memiliki pengaruh.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka saran yang dapat diberikan penulis adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil rekapitulasi kuesioner variabel persepsi kemudahan (X1) pada pernyataan “QRIS mudah digunakan di berbagai kalangan usia” memiliki nilai skor 3,55 yang merupakan nilai terendah dari variabel X1 namun termasuk kategori baik. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan digital. Kemungkinan besar, kalangan lansia dan anak-anak mengalami kesulitan dalam mengoperasikan smartphone dan aplikasi, serta belum familiar dengan teknologi QR code. Maka hal ini dapat diatasi dengan edukasi dan sosialisai yang lebih terarah, menggunakan media yang mudah diakses dan bahasa yang sederhana, serta menyederhanakan layanan QRIS dengan antarmuka yang intuitif dan keakuratan yang besar. Selain itu, kerjasama dengan komunitas lansia dan anak-anak juga dapat membantu memperkenalkan QRIS dan memberikan pendampingan bagi mereka yang membutuhkan.

2. Berdasarkan hasil rekapitulasi kuesioner variabel persepsi manfaat (X2) pada pernyataan “Dengan menggunakan QRIS, saya dapat mengurangi tingkat kegagalan transaksi” memiliki nilai skor 3,88 yang merupakan nilai terendah dari variabel X2 namun termasuk kategori baik. Hal ini menunjukkan adanya kekhawatiran pengguna tentang stabilitas dan keamanan QRIS. Gangguan jaringan, kesalahan pengguna dan kesalahan sistem dapat menyebabkan kegagalan transaksi, sehingga menimbulkan persepsi negatif. Upaya yang dapat dilakukan untuk meminimalisir kegagalan transaksi dan membangun kepercayaan pengguna yaitu dengan melakukan maintenance dan upgrade sistem secara berkala, memperkuat infrastruktur jaringan, meningkatkan edukasi pengguna tentang cara penggunaan QRIS yang benar, serta menyediakan layanan bantuan.
3. Berdasarkan hasil rekapitulasi kuesioner variabel minat penggunaan (Y) pada pernyataan “Saya akan mencari tahu tentang layanan QRIS sebagai alternatif metode pembayaran” memiliki nilai skor 4,10 yang merupakan nilai terendah dari variabel Y namun termasuk kategori baik. Hal ini menunjukkan rendahnya *awareness* dan edukasi masyarakat tentang QRIS. Masih banyak masyarakat yang belum mengetahui manfaat dan kemudahan QRIS dibandingkan metode pembayaran lain. Maka hal ini dapat diatasi dengan kampanye publikasi dan sosialisasi yang gencar melalui berbagai media, membangun citra positif QRIS sebagai metode pembayaran yang aman, mudah dan memiliki banyak manfaat. Serta menjalin kerjasama dengan lebih banyak pihak bank, toko dan *marketplace* untuk memperluas jangkauan QRIS, dan menawarkan promo maupun insentif menarik bagi pengguna baru.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Novika P. W. (2017). Pengantar Bisnis.

Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Alfabeta.

Wijoyo, H., Sunarsi, D., Cahyono, Y., & Ariyanto, A. (2021). Pengantar Bisnis.

Jurnal

Atieq, M. Q., & Azizah, M. (2021). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Menggunakan Digital Syariah Pegadaian. *OPTIMAL : Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 15(1), 4.

Inayah, R. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kemanfaatan dan Promosi Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Pada Masyarakat. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 52.

Joan, L., & Sitinjak, T. (2019). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Go-pay. *Jurnal Manajemen*, 08.

Kurniawati, E. T., Zuhroh, I., Malik, N., & Malang, U. M. (2021). Literasi dan Edukasi Pembayaran Non Tunai Melalui Aplikasi QR Code Indonesian Standard (QRIS) Pada Kelompok Milenial. *Jurnal UMM Studi Kasus Inovasi Ekonomi*, 05.

Maulana, M. A. (2024). Pengaruh Manfaat, Kemudahan dan Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan Quick Response Indonesian Standard (QRIS) Sebagai Alat Transaksi Digital Pada Konsumen di Roti Qu Batang. *Global Competence and Entrepreneurial Mindset for the Future*, 211.

Norita, D. (2023). Analisis Pengaruh Optimism, Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use Terhadap Minat Menggunakan Quick Response Indonesian Standard (QRIS) Untuk Pembayaran Digital.

Ramadhan, A., & Tamba Rousdy Safari. (2022). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan E-wallet Gopay di wilayah DKI Jakarta. In 134 Jurnal Abiwara (Vol. 3, Issue 2).

Wicky T. J Laloan, Rudy S. Wenas, & Sjendry S. R Loindong. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat dan Risiko Terhadap Minat Pengguna E-Payment QRIS Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi. Jurnal EMBA, 11.

Website

Interactive QRIS. QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) Satu QR Code untuk semua Payment

Ramli, Rully dan Yoga Sukmana. 2022. Transaksi QRIS Kian Diminati Masyarakat. https://money.kompas.com/read/2022/06/15/071720626/transaksi-qriskian-diminati-masyarakat#google_vignette. Diakses 15 Juli 2023.

Ahdiat, Adi. 2023. *Ini Pertumbuhan Jumlah Pengguna QRIS Sampai Akhir 2022*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/05/ini-pertumbuhan-jumlah-pengguna-qriskian-sampai-akhir-2022>. Diakses 05 Juli 2023.