E-ISSN: 3025-0994
Halaman 3832-3839
Volume 4 Nomor 4 Tahun 2026

Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Manfaat terhadap Minat Penggunaan QRIS pada Konsumen Beteng Trade Center Solo

Ardita Setianingsih[1], Dika Puspitaningrum[2]

[1,2] Program Studi Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta
e-mail: ardittasetianingsih@gmail.com. dipuspita.98@gmail.com

Abstrak

Pemanfaatan pembayaran non tunai via Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) semakin meluas secara nasional. Meskipun demikian, penggunaannya di pusat perdagangan grosir Beteng Trade Center di Solo masih belum maksimal. Temuan dari berbagai studi sebelumnya tidak menunjukkan konsistensi sehingga penting untuk melakukan kajian dalam suasana pusat perbelanjaan. Tujuan dari studi ini ialah untuk menganalisis dampak dari pandangan mengenai kemudahan dan manfaat baik secara parsial dan simultan terhadap niat konsumen di pusat grosir ini untuk memanfaatkan QRIS. Pendekatan kuantitatif asosiatif yang merujuk pada model penerimaan teknologi sebagai landasan teori dalam studi ini. Data primer dikumpulkan dari 85 responden melalui teknik *purposive sampling* dengan menyebarkan kuesioner daring berbasis skala Likert, data tersebut diolah menggunakan metode regresi linear berganda. Rangkaian analisis mencakup prosedur uji validitas serta reliabilitas, uji asumsi klasik, koefisien determinasi, serta pengujian hipotesis baik secara parsial maupun simultan. Seluruh butir instrumen dinyatakan valid dan reliabel, serta model memenuhi asumsi klasik. Temuan dari penelitian menunjukkan bahwa pandangan mengenai kemudahan dalam penggunaan dan manfaat, keduanya memberikan dampak positif terhadap minat menggunakan QRIS. Secara bersamaan, kedua variabel tersebut berpengaruh signifikan secara simultan dan menjelaskan 55,8% variasi minat penggunaan, dengan persepsi manfaat sebagai variabel yang paling dominan. Sebanyak 67% responden belum pernah bertransaksi dengan QRIS di lokasi penelitian walaupun mengetahuinya, karena belum semua pedagang menyediakan layanan tersebut. Dengan demikian, upaya meningkatkan penggunaan QRIS perlu menekankan manfaat nyata bagi konsumen sekaligus menjamin ketersediaan QRIS secara meluas di kalangan pedagang. Temuan ini berimplikasi pada strategi sosialisasi dan kebijakan pemerataan layanan.

Kata Kunci: Pesepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Minat Penggunaan, QRIS, Model Penerimaan Teknologi

Abstract

Non-cash transactions via the Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) have spread widely across the country. Nevertheless, adoption at the Beteng Trade Center wholesale market in Solo remained below expectations. Because earlier studies produced inconsistent results, a closer examination of this shopping-center setting was warranted. This study sought to determine how perceived ease of use and perceived usefulness-both partially and simultaneously-affected consumers' intention to use QRIS at the wholesale center. A quantitative associative design, anchored in the *Technology Acceptance Model* (TAM), was applied. Primary data were gathered from 85 purposively selected respondents through an online Likert-scale questionnaire and were then processed using multiple linear regression. The analytical steps comprised validity and reliability testing, classical assumption checks, the coefficient of determination, and partial as well as simultaneous hypothesis testing. Every instrument item proved valid and reliable, and the model met all classical assumptions. The results indicate that perceived ease of use and perceived usefulness each contribute positively

to the intention to use QRIS. Taken together, the two predictors exert a significant simultaneous influence and account for 55.8% of the variance in usage intention, with perceived usefulness standing out as the most dominant factor. Interestingly, 67% of respondents have never transacted with QRIS at the site despite knowing about it, simply because not all merchants offer the service. Improving QRIS uptake therefore requires highlighting concrete consumer benefits while guaranteeing broad availability among merchants. These findings point to the need for well-targeted socialization strategies and equitable service policies.

Keywords : Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, Usage Intention, QRIS, Technology Acceptance Model

LATAR BELAKANG

Metode pembayaran masyarakat kini mengalami perubahan, dimana pembayaran tunai secara bertahap mulai beralih ke pembayaran digital karena dinilai lebih praktis dan efisien. Dalam rangka mendukung peralihan ini, Bank Indonesia secara resmi memperkenalkan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) pada 17 Agustus 2019. QRIS adalah standar nasional untuk kode QR yang meliputi berbagai variasi transaksi pembayaran dan sudah diimplementasikan di seluruh wilayah Indonesia mulai 1 Januari 2020 (Departemen Komunikasi, 2019).

Terdapat kenaikan yang signifikan setiap tahun dalam penggunaan QRIS. Di tahun 2020, tercatat sebanyak 0,12 miliar transaksi dengan total nilai Rp 8,2 triliun. Menuju tahun 2024, jumlah transaksi meningkat menjadi 6,24 miliar dengan nilai keseluruhan mencapai Rp 659,9 triliun (Ayuningtyas, 2025). Pada semester pertama tahun 2025, jumlah transaksi QRIS di kawasan Solo Raya mencapai total Rp 5,43 trilun. Kota Solo memberikan kontribusi sekitar 50,27% dari keseluruhan transaksi tersebut (Ryanthie, 2025).

Meskipun demikian, penerapan QRIS di Beteng Trade Center (BTC) Solo masih belum maksimal. BTC Solo, yang dikenal sebagai salah satu sentra grosir terbesar di Solo, memiliki sekitar 1.600 pedagang yang menyajikan aneka barang kebutuhan fashion, mulai dari busana, tekstil, alas kaki hingga tas (Fitriani, 2025). Beberapa masyarakat Solo masih belum sepenuhnya mengerti mengenai QRIS dan cara penggunaannya untuk pembayaran, terutama di kalangan generasi muda dan pemilik usaha kecil (Ningrum et al., 2024). Oleh karena itu, peningkatan jumlah transaksi QRIS secara keseluruhan belum menunjukkan pemerataan penggunaan QRIS di BTC Solo.

Dalam hal pembayaran, QRIS menawarkan berbagai keunggulan bagi konsumen. Untuk menghindari masalah uang kembalian, pembeli cukup membuka aplikasi pembayaran yang terintegrasi dengan QRIS, selanjutnya memindai kode QR tersebut. Tidak hanya itu, setiap transaksi dicatat secara otomatis, sehingga pelanggan dapat memantau pengeluaran mereka. Prinsip utama QRIS adalah universal, mudah, menguntungkan, dan langsung (Departemen Komunikasi, 2019).

Mekanisme penggunaan QRIS tergolong mudah, yaitu konsumen cukup menggunakan ponsel untuk membaca kode QRIS milik pedagang lewat e-wallet atau aplikasi perbankan. Ada dua tipe kode QR dalam sistem QRIS, yaitu statis dan dinamis. Dengan kode statis, pelanggan harus mengetik jumlah yang ingin dibayar sendiri, sementara pada kode dinamis, jumlah otomatis muncul karena sudah diatur oleh sistem atau kasir, Selain itu, QRIS mengikuti standar global EMVCo, yang memungkinkan aplikasi pembayaran bisa digunakan di berbagai platfrom dan mendukung hubungan dengan sistem pembayaran di luar negeri (Akar Inti Enterprise, 2025).

Penerimaan seseorang terhadap teknologi baru dapat dianalisis menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikemukakan oleh Davis (1989). Menurut pendekatan ini, minat seseorang dalam memakai teknologi ditentukan oleh dua aspek pokok,yakni pandangan atas kemudahan dan manfaat. Pendekatan tersebut turunan dari *Theory of Reasoned Action*, dengan asumsi bahwa tindakan manusia bersumber dari

kehendak untuk berbuat sesuatu. Namun jika, *Theory of Reasoned Action* membahas tingkah laku manusia secara luas, TAM lebih menyoroti adopsi serta pemanfaatan sistem. Kedua faktor utama dalam TAM relevan dengan variabel yang diteliti, sehingga pendekatan ini dipakai sebagai kerangka teori dalam studi ini.

Kemudahan penggunaan yang dipersepsikan (*perceived ease of use*) dapat diartikan sebagai kepercayaan seseorang bahwa suatu teknologi mudah digunakan tanpa memerlukan banyak usaha (Wakhida & Sanaji, 2020). Sementara itu, Zanra & Sufnirayanti (2024) menyatakan bahwa persepsi kemudahan menggambarkan pandangan seseorang mengenai sejauh mana suatu sistem informasi dapat dimanfaatkan untuk mencapai tujuan tanpa menghadapi kesulitan dalam penggunaannya. Indikatornya ada empat, yaitu mudah dipelajari, sistem informasi mudah digunakan, tidak membutuhkan banyak usaha, dan dapat dikontrol (Venkatesh & Davis, 2000).

Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) diartikan oleh Davis (1989) selaku pandangan individu terhadap pemanfaatan suatu teknologi dapat membantu mengoptimalkan kemampuan dan hasil kerja yang dilakukan. Pendapat ini sejalan dengan Namira (2022) yang menjelaskan bahwa persepsi manfaat merupakan penilaian individu atas kemanfaatan nyata yang didapatkan dari pemakaian sistem pembayaran digital agar dapat mendukung kebutuhan pembayaran sehari-hari. Variabel persepsi manfaat diukur menggunakan empat indikator yang diadaptasi dari Davis (1989), yaitu mempercepat pekerjaan, meningkatkan pekerjaan, mempermudah pekerjaan, dan bermanfaat.

Minat adalah ketertarikan dan keinginan yang muncul sebelum seseorang bertindak, sehingga dapat dipakai untuk memperkirakan perilaku (Putri & Adi, 2022). Minat dalam menggunakan aplikasi adalah tanda keberhasilan dalam penerapan teknologi (Afdillah & Mahmud, 2023). Menurut Rohmat et al. (2023), minat penggunaan dapat dilihat melalui empat aspek, meliputi minat transaksional yang mencerminkan kecenderungan untuk menggunakan, minat referensial yakni dorongan untuk menyebarluaskan informasi kepada pihak lain, minat preferensial yang menggambarkan dorongan menempatkan suatu pilihan menjadi prioritas, serta minat eksploratif berupa dorongan menelusuri dan memperoleh data yang lebih mendalam.

Di pusat perbelanjaan, yang kini dipandang sebagai bagian dari gaya hidup (Fauzi & Herindiyati, 2022), pilihan cara membayar dipengaruhi dua kelompok faktor. Faktor internal meliputi kebiasaan berbelanja, kemampuan memakai teknologi digital, pandangan tentang keamanan, dan pandangan tentang kemudahan. Faktor eksternal meliputi penerimaan pedagang, promosi dari penyedia layanan, dan kebiasaan di lingkungan belanja. Pemilihan QRIS merupakan perpaduan pertimbangan rasional dan sosial. Secara rasional, konsumen menilai manfaat dan kemudahannya (Rejeki & Astuti, 2024). Secara sosial, pilihan itu dipengaruhi lingkungan dan literasi keuangan (Zanra & Sufnirayanti, 2024).

Temuan dari penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang beragam. Sahabuddin et al. (2025) dalam penelitiannya terhadap Generasi Z menyimpulkan bahwa persepsi mengenai manfaat dan kemudahan berpengaruh secara nyata terhadap niat guna memakai QRIS. Sebaliknya, Wahyuni & Suci (2025) di Kabupaten Buleleng menunjukkan bahwa persepsi kegunaan tidak berpengaruh signifikan. Perbedaan hasil tersebut mengindikasikan bahwa penerimaan terhadap QRIS dapat dipengaruhi oleh karakteristik konteks penelitian dan responden. Hal ini mejadi relevan karena pengunjung pusat grosir memiliki latar belakang serta tingkat literasi digital yang beragam.

Dengan demikian, tujuan dari studi ini adalah mengevaluasi pengaruh persepsi kemudahan serta kebermanfaatan terhadap intensi penggunaan QRIS oleh para pelanggan BTC di wilayah Solo, baik ditinjau secara parsial maupun simultan. Secara teori, hasil menambah penerapan TAM pada pembayaran digital. Secara praktik, hasilnya dapat menjadi masukan bagi pengelola BTC Solo, Bank Indonesia, dan penyelenggara jasa pembayaran.

Semakin sederhana penggunaan QRIS, semakin rendah kendala yang dihadapi konsumen dalam memanfaatkannya (Asfendi et al., 2025). Semakin banyak keunggulan yang tersedia, misalnya menghemat waktu serta tidak perlu membawa uang tunai, semakin besar pula minat konsumen (Ramadanti et al., 2025). Kedua persepsi ini saling melengkapi sehingga

juga berpengaruh secara bersama- sama (Hamid & Widiati, 2025). Berdasarkan hasil tersebut, penelitian ini mengajukan tiga hipotesis. Hipotesis pertama, persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif serta signifikan terhadap niat konsumen BTC di Solo dalam menggunkan QRIS. Hipotesis kedua, pandangan terkait kemanfaatan memberikan dampak positif dan signifikan pada minat untuk mengadopsi QRIS, Hipotesis ketiga, kedua persepsi tersebut secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keinginan untuk mengaplikasikan QRIS.

METODE

Pendekatan yang dipilih dalam studi ini adalah kuantitatif asosiatif, sehingga pengujian pengaruh persepsi kemudahan (X_1) dan persepsi manfaat (X_2) terhadap keinginan menggunakan QRIS (Y) bertumpu pada data numerik. Beteng Trade Center di Kecamatan Pasar Kliwon, Surakarta, ditetapkan sebagai lokasi penelitian karena pengunjungnya beragam, baik dari sisi latar belakang maupun kemampuan literasi digital. Analisis data dikerjakan melalui aplikasi SPSS (Statistical Package for the Social Sciences).

Populasi yang terlibat dalam penelitian ini meliputi semua konsumen yang pernah berbelanja atau berkunjung ke BTC Solo. Jumlahnya tidak ketahui pasti. Prosedur pengambilan sampel menerapkan metode *purposive sampling*, dimana penentuan responden didasarkan pada batasan kriteria yang sudah ditetapkan. Kriterianya ada tiga. Pertama, responden yang berkunjung atau berbelanja di BTC Solo paling tidak satu kali selama kurun waktu tiga bulan ke belakang. Kedua, partisipan wajib mengetahui atau pernah menggunakan pembayaran digital, khususnya QRIS. Ketiga, responden harus sudah menginjak usia minimal 17 tahun serta bersedia melengkapi seluruh isian kuesioner. Penentuan volume sampel dalam penelitian ini merujuk pada standar yang dikemukakan oleh Hair et al. (2014) dengan rincian sebagai berikut:

$$\text{N} = (5 \text{ sampai dengan } 10) \times \text{jumlah indikator yang digunakan}$$

Keusioner dalam penelitian ini memiliki 12 butir pernyataan sebagai indikator. Jumlah sampel ditetapkan sebesar tujuh kali jumlah indikator, sehingga diperoleh 7 x 12 = 84 responden, yang kemudian dibulatkan menjadi 85 responden. Jumlah ini berada batas minimal 60 responden (5 x 12) dan batas maksimal 120 responden (10 x 12).

Informasi yang digunakan dalam penelitian ini mencakup data primer serta data sekunder. Pengambilan data primer dilakukan langsung dari responden lewat kuesioner pada Google Froms yang bisa diakses via tautan maupun kode QR. Instrumen survei ini memuat 12 butir pernyataan yang terbagi merata, yakni empat butir untuk setiap variabel, meliputi persepsi kemudahan, persepsi manfaat, serta minat penggunaan. Penilaian jawaban dari responden diukur menggunakan skala Likert dengan rentang skor 1 hingga 5, dengan rincian nilai 5 (sangat setuju), 4 (setuju), 3 (ragu-ragu), 2 (tidak setuju), dan 1 (sangat tidak setuju). Sementara itu, data sekunder dikumpulkan dari literatur buku, berbagai jurnal ilmiah, serta terdahulu guna mendukung landasan teori penelitian.

Analisis data dilakukan melalui teknik regresi liner berganda, yakni suatu metode untuk mengukur sejauh mana dampak dari dua varaibel bebas atau lebih terhadap variabel terikat tunggal (Ghozali, 2018). Tahapan awal sebelum menjalankan regresi mensyaratkan adanya pengujian validitas dan reliabilitas, beserta pengecekan asumsi klasik yang mencakup normalitas data,multikolinearitas,serta heteroskedastisitas. Suatu butir pernyataan dinyatakan valid apabila nilai r hitung melampaui r tabel (Sugiyono, 2023). Sementara itu, instrumen kuesioner dikategorikan reliabel jika koefisien *Cronbach's Alpha* berada di atas 0,60. Data residual dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi asimtotik pada pengujian *Kolmogorov-Smirnov* berada di atas 0,05. Gejala multikolineritas tidak ditemukan jika nilai tolerance melampaui 0,10 disertai nilai variance inflation factor (VIF) yang berada di bawah 10. Heteroskedastisitas tidak muncul jika tingkat signifikansi dalam uji Glejser lebih besar dari 0,05.

Proses pengujian hipotesis dalam riset ini mencakup tiga tahapan analisis. Uji t difungsikan untuk mengukur pengaruh parsial dari setiap variabel, sementara uji f difokuskan pada penilaian pengaruh secara simultan. Koefisien determinasi (R^2) memberikan gambaran mengenai seberapa besar variasi dalam perilaku penggunaan yang mampu dijelaskan oleh kedua variabel tersebut. Dalam uji t, hipotesis dinyatakan diterima apabila nilai t hitung melampaui t tabel atau saat level signifikansinya kurang dari 0,05. Selanjutnya, untuk pengujian uji F, efek simultan dianggap signifikan apabila F hitung melebihi F tabel dan tingkat signifikansinya kurang dari 0,05. Seluruh rangkaian pengujian ini menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5%.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kuesioner disebarkan ke 85 partisipan dan seluruhnya bisa dianalisis. Responden terdiri atas 34 laki-laki (40%) dan 51 perempuan (60%). Ditinjau dari kelompok umur, peserta terbanyak berada pada kisaran 22-26 tahun, yaitu 36 orang (42%), diikuti umur 17-21 tahun sejumlah 27 orang (32%), kelompok umur 27-31 tahun sejumlah 21 orang (25%), serta yang berusia di atas 36 tahun berjumlah satu orang (1%).

Berdasarkan karakteristik pekerjaan, responden didominasi oleh reseller sebanyak 28 orang (33%). Berikutnya, partisipan yang berprofesi sebagai karyawan swasta sejumlah 23 orang (27%), wiraswasta sebanyak 19 orang (22%), mahasiswa sebanyak 11 orang (13%), dan pekerjaan lainnya sebanyak 4 orang (5%). Data tersebut menunjukkan bahwa responden memiliki karakteristik pekerjaan yang beragam.

Berdasarkan pengalaman penggunaan QRIS di BTC Solo, sebanyak 57 respoonden (67%) belum pernah menggunakan QRIS dalam melakukan transaksi, sedangkan 28 responden (33%) telah menggunakannya. Sebagian besar responden yang belum menggunakan QRIS menyatakan bahwa belum seluruh pedagang di BTC Solo menyediakan fasilitas pembayaran tersebut. Kondisi ini menunjukkan bahwa penggunaan QRIS di BTC solo masih belum merata.

Tahapan pengujian validitas dan reliabilitas instrument riset wajib diselesaikan sebelum melangkah ke proses analisis data yang lebih komperhensif. Uji validitas sendiri bertujuan untuk menjamin bahwa tiap butir pernyataan mampu mengukur variabel terkait secara akurat. Berdasarkan jumlah sampel sebanyak 85 responden dengan taraf signifikansi 5%, diperoleh angka r tabel sebesar 0,213. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh item variabel persepsi kemudahan memiliki nilai r hitung di kisaran 0,692 hingga 0,789. Sementara itu, variabel persepsi manfaat mencatatkan nilai r hitung antara 0,633 sampai 0,725, serta variabel minat berada pada rentang 0,622 hingga 0,740. Maka semua butir instrument dinyatakan valid. Uji reliabilitas melihat konsistensi jawaban responden. Nilai *Cronbach's Alpha* yang dihasilkan adalah 0,716 untuk persepsi kemudahan, 0,638 untuk persepsi manfaat, serta 0,609 untuk minat penggunaan QRIS. Karena seluruh nilai tersebut berada di atas 0,60, maka instrument kuesioner ini dikategorikan reliabel dan memenuhi syarat untuk digunakan dalam tahap analisis berikutnya.

Kesesuaian model regresi diuji menggunakan tiga asumsi klasik, yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas, yang harus dipenuhi agar hasil analisis regresi dapat diinterpretasikan secara tepat dan dipertanggungjawabkan. Uji normalitas menghasilkan statistik 0,079 dan *Asym. Sig* 0,200 > 0,05, yang berarti sebaran residual mengikuti distribusi normal. Uji multikolineritas menunjukkan Tolerance 0,513 dan nilai VIF sebesar 1,947 pada kedua variabel, sehingga tidak terjadi multikolineritas. Uji Glejser menghasilkan signifikansi 0,539 untuk persepsi kemudahan dan 0,924 untuk persepsi manfaat, keduanya > 0,05, yang menandakan tidak ada gejala heteroskedastisitas. Berdasarkan hasil tersebut, persamaan regresi dinyatakan memenuhi syarat untuk digunakan.

Setelah model dinyatakan layak karena telah memenuhi seluruh uji asumsi klasik, tahap berikutnya adalah pengujian dengan metode regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan dan persepi manfaat terhadap minat penggunaan QRIS, dengan hasil pengolahan data yang tercantum dalam Tabel 1.

Tabel 1. Hasil analisis regresi linier berganda (varaibel terikat: minat penggunaan QRIS)

Varaibel	B	Std. Error	Beta	t hitung	Sig.
(Konstanta)	3,232	1,348		2,397	0,019
Persepsi Kemudahan (X_1)	0,279	0,092	0,307	3,038	0,003
Persepsi Manfaat (X_2)	0,513	0,102	0,507	5,010	0,000

Merujuk pada Tabel 1, model regresi linier berganda yang diperoleh dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = 3,232 + 0,279X_1 + 0,513X_2$$

Persamaan tersebut mengindikasikan bahwa konstanta sebesar 3,232 berarti apabila persepsi kemudahan dan persepsi manfaat dianggap nol, maka minat penggunaan QRIS tetap bernilai 3,232. Koefisien regresi persepsi kemudahan (X_1) dengan nilai 0,279 dan persepsi manfaat (X_2) dengan nilai 0,513 keduanya bertanda positif. Hal ini menunjukkan hubungan searah, setiap kali ada peningkatan satu unit dalam pandangan mengenai kemudahan penggunaan, keinginan untuk memanfaatkan meningkat sebesar 0,279. Di sisi lain, setiap peningkatan satu unit dalam pandangan terkait manfaat akan meningkatkan keinginanuntuk menggunakan sebesar 0,513. Dengan demikian, Semakin meningkatnya kenyamanan dan manfaat yang dirasakan oleh pengguna, semakin tinggi pula ketertarikan mereka untuk memanfaatkan QRIS.

Pengujian hipotesis menggunakan taraf signifikansi 5%. Dengan 85 responden (df = 82), t tabel sebesar 1,989. Persepsi kemudahan menunjukkan nilai t hitung 3,038 dengan taraf sig. 0,003. Persepi manfaat menunjukkan nilai t hitung 5,010 dengan taraf sig. 0,000. Kedua t hitung lebih besar dari 1,989, maka hipotesis pertama dan hipotesis kedua dapat diterima. Hasil uji F memperlihatkan F hitung 54,100 dengan taraf sig. 0,000. Artinya, kedua persepsi berpengaruh signifikan secara bersama-sama, sehingga hipotesis ketiga diterima. Koefisien korelasi (R) senilai 0,754, koefisien determinasi (R Square) 0,569, dan Adjusted R Square 0,558. Jadi, kedua persepsi bersama-sama menjelaskan 55,8% keragaman minat penggunaan QRIS. Adapun sisanya,yakni 44,2% dipengaruhi oleh faktor lain di luar cakupan penelitian ini.

Persepsi kemudahan memiliki dampak yang positif serta signifikan terhadap niat untuk mengadopsi QRIS, sehingga hipotesis pertama terbukti. Dengan kata lain, semakin sederhana cara mempelajari penggunaan QRIS, semakin tinggi minat dari konsumen di Solo untuk menggunakannya. Empat indikator kemudahan, yaitu mudah dipelajari, mudah digunakan, tidak butuh banyak usaha, dan dapat dikontrol, menunjukkan bahwa konsumen menilai QRIS sederhana dan parktis. Hasil tersebut sejalan dengan konsep *perceived ease of use* yang ada di dalam kerangka kerja TAM. Hasil ini juga didukung oleh Zanra & Sufnirayanti (2024) pada pelaku usaha di Kota Pekanbaru, serta Musyaffi & Kayati (2019) pada pembayaran kode QR.

Persepsi manfaat juga berpengaruh positif dan signifikan, sehingga hipotesis kedua diterima. Pengaruhnya paling besar karena nilai Beta-nya (0,507) lebih besar dari pada persepsi kemudahan (0,307). Artinya, konsumen yang merasa QRIS mempercepat dan mempermudah pembayaran akan lebih berminat menggunakannya. Indikator persepsi manfaat, yaitu mempercepat, meningkatkan, dan mempermudah pekerjaan, serta bermanfaat, menunjukkan bahwa konsumen merasakan keuntungan nyata dari QRIS. Dukungan atas hasil ini datang dari Ramadanti et al. (2025) yang pembuktiannya menunjukkan persepsi manfaat berperan nyata dalam mendorong penggunaan QRIS, serta Namira (2022) yang menemukan persepsi manfaat sebagai faktor dominan yang menggerakkan niat pelaku UMKM dalam memanfaatkan *e-payment*.

Persepsi kemudahan dan persepsi manfaat juga berpengaruh signifikan secara bersama-sama, sehingga hipoestis ketiga diterima. Kemudahan membuat konsumen yakin QRIS bisa digunakan tanpa hambatan. Manfaat membuat konsumen yakin QRIS memberi keuntungan nyata. Keduanya saling melengkapi. Hasil ini sejalan dengan Rejeki & Astuti (2024), yang menemukan pengaruh simultan persepsi manfaat dan kemudahan terhadap keputusan mengguankan QRIS. Minat dalam penelitian ini diukur melalui niat menggunakan

QRIS, kesediaan merekomendasikannya, kecenderungan memilih toko yang menyedikan QRIS, dan keinginan menanyakan ketersediaan QRIS kepada pedagang.

Nilai 55,8% berarti minat penggunaan QRIS dapat dijelaskan oleh persepsi kemudahan dan persepsi manfaat yang bekerja secara bersamaan. Namun, masih ada 44,2% yang dipengaruhi faktor lain, misalnya kepercayaan, persepsi resiko, norma subjektif, atau literasi digital. Faktor-faktor ini belum diteliti sehingga dapat menjadi bahan penelitian berikutnya.

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat dua saran utama. Pertama, pengelola BTC Solo perlu mendorong pemerataan ketersediaan QRIS di seluruh gerai agar minat konsumen terwujud menjadi penggunaan nyata. Kedua, Bank Indonesia dan penyelenggara jasa pembayaran disarankan memperkuat sosialisasi yang menekankan manfaat praktis QRIS, mengingat persepsi manfaat terbukti menjadi faktor paling dominan.

Meskipun demikian, sebanyak 67% responden belum bertransaksi QRIS karena belum semua pedagang menyedikannya. Penelitian ini juga terbatas pada 85 responden di satu lokasi dengan hanya dua variabel bebas. Oleh karena itu, peneliti yang akan datang dianjurkan memperbesar jumlah sampel sekaligus menambahkan variabel tambahan, contohnya kepercayaan atau persepsi risiko.

SIMPULAN

Persepsi kemudahan dan persepsi manfaat secara parsial maupun simultan positif dan signifikan terhadap minat penggunaan QRIS di kalangan konsumen BTC Solo. Di antara keduanya, persepsi manfaat tampil paling dominan pengaruhnya. Kedua faktor ini menerangkan 55,8% variasi dalam ketertarikan terhadap penggunaan. Pengelola dan pedagang disarankan menyediakan QRIS di semua gerai. Bank Indonesia dan penyelenggara jasa pembayaran disarankan menekankan manfaat nyata QRIS dalam sosialisasi. Penelitian selanjutnya disarankan menambahkan variabel kepercayaan atau literasi digital untuk memperkaya hasil.

DAFTAR PUSTAKA

Afdillah, F. Y., & Mahmud. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Risiko Yang Dirasakan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Brimo. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, *3*(1), 1–9.

Akar Inti Enterprise. (2025, September 12). *Cara Kerja Qris: Panduan Lengkap Sistem Pembayaran Digital Terpadu Di Indonesia*. Akar Inti Enterprise.

Asfendi, A. N., Alfizi, A., & Yuttama, F. R. (2025). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kegunaan, Risiko Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Penggunaan Qris Pada Umkm Di Kabupaten Banyumas. *Postgraduate Management Journal*, *4*, 21–33.

Ayuningtyas, A. D. (2025, June 2). *Transaksi Qris Tumbuh Hampir 600% Pada Kuartal I 2025*. Goodstats.

Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Technology. *Mis Quarterly: Management Information Systems*, *13*(3), 319–340. Https://Doi.Org/10.2307/249008

Departemen Komunikasi. (2019a, August 17). *Qris, Satu Qr Code Untuk Semua Pembayaran*. Bank Indonesia.

Departemen Komunikasi. (2019b, August 21). *Bank Indonesia Terbitkan Ketentuan Pelaksanaan Qris*. Bank Indonesia.

Fauzi, F., & Herindiyati, H. (2022). Tinjauan Pusat Perbelanjaan Di Kota Jakarta Dari Berbagai Aspek Arsitektur. *Jurnal Kalibrasi:Karya Lintas Ilmu Bidang Rekayasa Arsitektur, Sipil, Industri*, *5*(1), 45–66. Https://Doi.Org/Https://Doi.Org/10.37721/Kalibrasi.V5i1.972

Fitriani, E. (2025, September 3). Merasakan Sensasi Surga Belanja Beteng Trade Center Di Pasar Kliwon, Solo, Jateng . *Tribun Travel*.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hair, J. F. ., Black, W. C. ., Babin, B. J. ., & Anderson, R. E. . (2014). *Multivariate Data Analysis*.

Pearson Education Limited.

Hamid, I., & Widiati, E. (2025). Aspek Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kegunaan Pada Minat Menggunakan Qris Sebagai Aplikasi Pembayaran Non-Tunai. *Management & Accounting Expose*, *8*(1), 80–89.

Musyaffi, A. M., & Kayati, K. (2019). Dampak Kemudahan Dan Risiko Sistem Pembayaran Qr Code: Technology Acceptance Model (Tam) Extension. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, *3*(2), 161–176. Https://Jurnal.Ugj.Ac.Id/Index.Php/Jibm/Article/View/2635

Namira, L. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Umkm Di Kota Padang Menggunakan E-Payment Sebagai Metode Pembayaran. *Owner*, *6*(1), 212–224. Https://Doi.Org/Https://Doi.Org/10.33395/Owner.V6i1.553

Ningrum, E. H. W., Aji, H. K., & Widiyowati, E. (2024). Strategi Komunikasi Generasi Baru Indonesia Solo Pada Sosialisasi Qris Sebagai Literasi Penggunaan Pembayaran Non Tunai Di Kota Solo. *Komunitas: Jurnal Ilmu Komunikasi*, *10*(2), 1–11.

Putri, K. M. A., & Adi, N. R. (2022). Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan, Perilaku Konsumen, Dan Minat Penggunaan E-Wallet. *Jurnal Manajemen Bisnis*, *19*(1), 1–13. Https://Doi.Org/Https://Doi.Org/10.38043/Jmb.V19i1.4598

Ramadanti, S. N., Agustina, R., & Gustiana, R. (2025). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Qris. *Inamika Ekonomi: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, *18*(1), 173–192. Https://Doi.Org/Https://Doi.Org/10.53651/Jdeb.V18i1.584

Rejeki, R. S., & Astuti, P. B. (2024). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Quick Response Code Indonesian Standard (Qris). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis,Akuntansi*, *6*(4), 592–612. Https://Jurnal.Universitasputrabangsa.Ac.Id/Index.Php/Jimmba/Article/View/594

Rohmat, S., Saepudin, A., Jalaludin, & Mendrofa, R. S. P. (2023). Analisis Minat Security Menggunakan Jasa Bank Syariah Indonesia Di Pt. Inti Presisi Toolsindo. *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, *6*(1), 89–103. Https://Doi.Org/10.31949/Maro.V6i1.3947

Ryanthie, S. (2025, August 12). Nilai Transaksi Dengan Qris Di Solo Raya Semester I 2025 Capai Rp 5,43 Triliun . *Tempo*.

Sahabuddin, R., Azhari, A., Putri, A. A., P, E. M. S., Annisah, S., & Ayu, R. M. (2025). Pengaruh Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Qris Terhadap Minat Pengguna Di Kalangan Gen Z Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Rampun Manajemen Dan Ekonomi*, *2*(3), 375–387. Https://Ejurnal.Kampusakademik.Co.Id/Index.Php/Jrme/Article/View/4523

Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.

Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A Theoretical Extension Of The Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, *46*, 186–204.

Wahyuni, P. R., & Suci, N. M. (2025). Terhadap Minat Bertransaksi Dengan Qris Pada Masyarakat Kabupaten Buleleng. *Bisma: Jurnal Manajemen*, *11*(2), 825–834. Https://Ejournal.Undiksha.Ac.Id/Index.Php/Bisma-Jm/Article/View/100239

Wakhida, U. Imro'atu, & Sanaji. (2020). Peran Perceived Usefulness Dan Perceived Risk Sebagai Variabel Pemediasi Pada Pengaruh Perceived Ease Of Use Dan Ewom Negatif Terhadap Niat Pembelian Para Pengguna Aplikasi Layanan Kesehatan Halodoc. *Jurnal Ilmu Manajemen*, *8*(4), 1158–1174. Https://Journal.Unesa.Ac.Id/Index.Php/Jim/Article/View/8956

Zanra, S. W., & Sufnirayanti, S. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Lingkungan Sosial Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Penggunaan Qris. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, *5*(3), 177–192. Https://Doi.Org/Https://Doi.Org/10.35912/Jakman.V5i3.3122