

**PENGARUH QUICK RESPONSE CODE INDONESIAN STANDARD (QRIS)
TERHADAP MINAT BELI MASYARAKAT
(STUDI KASUS DI DISTRIK MANOKWARI BARAT)**

Revival Sasea, Victor Rumere*, Siti Aisah Bauw
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Papua

Article History:

Received: Juni 12, 2025

Accepted: Juni 30, 2025

*Corresponding Author

E-mail:

v.rumere@unipa.ac.id

Abstract

The success of a payment system is largely determined by the advantages offered by its features, such as the Quick Response Indonesian Standard (QRIS). This research aims to explore the inherent features of QRIS—specifically convenience, speed, and security—and how they influence people's purchasing interest in the Manokwari District of Manokwari Regency. We utilized primary data collected from informant responses through questionnaires distributed via Google Forms. The data were analyzed using a multiple linear regression approach with Ordinary Least Squares. The findings indicate that both convenience and speed significantly and positively impact people's purchasing interest in West Manokwari District. In contrast, the security factor does not have a significant effect on shopping interest. Consequently, the policy implications suggest enhancing citizens' knowledge of digital financial literacy and strengthening digital financial infrastructure to improve the convenience of using QRIS for shopping transactions.

Keywords: *Quick Response Indonesian Standard, convenience, speed, security, purchase intention*

Abstrak

Kesuksesan suatu sistem pembayaran umumnya ditentukan oleh keunggulan yang melekat pada fitur yang digunakan sebagai sistem pembayaran, seperti halnya *Quick Response Indonesian Standard (QRIS)*. Tujuan riset yaitu mengeksplorasi fitur-fitur yang melekat pada QRIS seperti faktor kemudahan, kecepatan, dan keamanan yang menyebabkan QRIS dapat mempengaruhi minat beli masyarakat di Distrik Manokwari Kabupaten Manokwari. Riset ini menggunakan data primer hasil respon informan terhadap kuesioner yang disebarluaskan melalui *google form*. Data dianalisis menggunakan pendekatan regresi linear berganda melalui *Ordinary Least Square*. Temuan riset menunjukkan bahwa, faktor kemudahan dan kecepatan pada QRIS, berkontribusi positif dan signifikan terhadap minat beli masyarakat di Distrik Manokwari Barat. Sementara faktor keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat belanja masyarakat. Dengan demikian, implikasi kebijakan yang dapat dilakukan yaitu mengoptimalkan pengetahuan warga tentang literasi keuangan digital, dan memperkuat infrastruktur keuangan digital untuk memastikan kenyamanan warga saat menggunakan QRIS sebagai media transaksi berbelanja.

Kata kunci: *quick response code indonesian standard, kemudahan, kecepatan, keamanan, minat beli*

PENDAHULUAN

Pembayaran digital atau *digital payment* adalah suatu proses memindahkan nilai dari satu akun pembayaran ke akun pembayaran lainnya dengan menggunakan *smartphone* ataupun

komputer, yang memiliki koneksi internet. Pembayaran digital juga dikenal sebagai sistem pembayaran yang dilakukan dengan metode transfer antar bank, kartu pembayaran, hingga uang digital seperti halnya **Quick Response Code Indonesian Standard atau QRIS** (Bryan dkk., 2023).

Saat ini QRIS merupakan salah satu jenis pembayaran digital yang banyak digunakan dikalangan masyarakat, dikarenakan aspek kemudahan dalam melakukan transaksi pembayaran dan /atau pembelian (Silaen & Prabawani, 2019). Aspek kemudahan yang ditawarkan melalui QRIS, secara tidak langsung berkontribusi penting terhadap perubahan perilaku konsumen dalam mengambil keputusan berkenaan dengan minat berbelanja. Sejalan dengan itu, Silaen dan Prabawani (2019) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa, QRIS memungkinkan konsumen untuk membayar belanjaan mereka dengan cepat, dan mudah melalui aplikasi perbankan atau dompet digital, tanpa perlu membawa uang tunai atau kartu kredit.

Selain faktor kemudahan, aspek kecepatan yang ditawarkan oleh QRIS dalam mempermudah konsumen dalam melakukan transaksi (Yunita dkk., 2022; Nainggolan dkk., 2022). Ini dikarenakan, saat ini kecepatan transaksi merupakan salah satu persyaratan penting dalam industri pembayaran (Chen & Chen, 2009). Kesuksesan suatu sistem pembayaran, salah satunya ditentukan oleh kecepatan pemrosesan dalam hal pembayaran transaksi. Artinya, apabila proses transaksi dilakukan terlalu lama membuat pengguna kurang nyaman untuk menggunakan kembali atribut tersebut sebagai media pembayaran. Begitu pula sebaliknya, jika proses yang diperlukan dalam transaksi hanya memerlukan waktu yang singkat, maka potensi pengguna memanfaatkan QRIS sebagai kanal dan /atau media pembayaran tetap berlanjut.

Keunggulan lainnya yang ditawarkan oleh QRIS yaitu komponen keamanan. Keamanan digital merupakan segala usaha yang bertujuan menjaga keamanan perangkat keras, perangkat lunak, serta data dan informasi yang ada didalamnya (Kim, dkk 2010). Ini dikarenakan, faktor keamanan saat ini menjadi determinan penting dalam mempengaruhi kepercayaan pengguna saat melakukan transaksi pembayaran online (Halizah dkk., 2022).

Faktor kemudahan, kecepatan, dan keamanan sebagaimana diuraikan diatas, menjadikan QRIS sebagai media dan /atau kanal bagi pengguna dalam melakukan transaksi, semakin meningkat. Sebagai misal, menurut data Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI, 2022), diakhir Desember tahun 2022 tercatat sekitar 128 juta transaksi menggunakan QRIS di seluruh Indonesia, dengan nilai mencapai Rp12,2 triliun. Begitu pula dengan akumulasi volume transaksi QRIS sepanjang tahun 2022, secara Nasional mencapai 1 miliar transaksi dengan nilai

total transaksi sebesar Rp99,98 triliun atau meningkat sebesar 117,59 persen jika dibanding tahun 2021.

Sementara di Papua Barat, Kantor Perwakilan Bank Indonesia Papua Barat mencatat bahwa jumlah pengguna QRIS di Papua Barat, mengalami peningkatan yang cukup signifikan pada triwulan I tahun 2022 hingga triwulan III tahun 2023. Peningkatan jumlah pengguna QRIS tertinggi yaitu pada triwulan II ke III tahun 2023, dimana terjadi penambahan pengguna sebanyak 51.420 orang (Kantor Perwakilan BI Papua Barat, 2023).

Penelitian sejenis terdahulu (Seputri dkk., 2023; Mukarramah, 2023; Nainggolan dkk., 2022), menyimpulkan QRIS berkontribusi penting terhadap perubahan perilaku minat pengguna atau konsumen, dalam melakukan transaksi pembayaran dan /atau pembelian. Namun, masih dalam periode yang sama, beberapa penelitian sejenis terdahulu (Kusumaningtyas & Budiantara, 2023; Maulia, 2022) justru menghasilkan kesimpulan riset yang berbeda, dimana QRIS belum efektif mempengaruhi minat pengguna untuk melakukan transaksi. Belum efektifnya QRIS mempengaruhi pengguna memanfaatkan QRIS sebagai media transaksi, dikarenakan akses jaringan dan hambatan seperti biaya penggunaan QRIS yang dibebankan kepada *merchant* (pedagang), secara tidak langsung mempengaruhi pendapatan dan perkembangan usaha.

Kesimpulan riset sejenis terdahulu menunjukkan bahwa, dalam hal riset, masih terdapat perbedaan kesimpulan tentang peran QRIS sebagai media dan /atau kanal yang dapat mempengaruhi minat pengguna. Begitu pula di Manokwari, tidak banyak informasi dan /atau riset yang mengkaji tentang pengaruh QRIS terhadap minat beli masyarakat. Oleh karenanya, penelitian ini diharapkan dapat mengisi dan menambah literatur empiris terdahulu.

PUSTAKA RUJUKAN

Sistem Pembayaran

Sistem Pembayaran adalah sistem yang mencakup seperangkat aturan, lembaga, dan mekanisme yang dipakai untuk melaksanakan pemindahan dana, guna memenuhi suatu kewajiban yang timbul dari suatu kegiatan ekonomi. Sistem pembayaran lahir bersamaan dengan lahirnya konsep ‘uang’ sebagai media pertukaran (*medium of change*) atau intermediary dalam transaksi barang, jasa, dan keuangan. Prinsipnya, sistem pembayaran memiliki 3 tahap pemrosesan yaitu otorisasi, kliring, dan penyelesaian akhir (Bank Indonesia, 2020b).

Sistem pembayaran merupakan sistem yang menerbitkan peraturan kontrak, fasilitas operasional dan teknis yang digunakan untuk penyampaian, pengesahan, dan penerimaan

instruksi pembayaran serta pemenuhan kewajiban pembayaran dikelompokkan melalui pertukaran nilai antar perseorangan, bank dan Lembaga baik domestik maupun mancanegara (Pohan dkk, 2023). Sistem pembayaran juga merupakan sistem yang terdiri atas sekumpulan ketentuan yang didalamnya mengandung hukum, standar, prosedur dan mekanisme teknis operasional pembayaran yang digunakan sebagai pertukaran nilai mata uang antar dua pihak dalam suatu negara maupun internasional dengan instrument yang telah disepakati dan diterima sebagai alat pembayaran.

Sistem pembayaran terus mengalami evolusi seiring dengan perubahan penggunaan uang sebagai alat tukar atau alat pembayaran. Peran uang terus mengalami perubahan dan perkembangan dalam bentuk alat pembayaran cek atau giral yang memungkinkan untuk melakukan pembayaran dengan cara transfer dana dari saldo rekening pada bank. Awalnya giro dan cek merupakan jenis sistem pembayaran non tunai. Namun seiring dengan perkembangan teknologi mulai muncul instrument pembayaran non tunai atau pembayaran elektronik dengan berbagai wujud seperti phone banking, mobile banking, ATM, kartu debit, kartu kredit dan *smart card* (Munte dkk., 2022).

Pembayaran Digital

Pembayaran Digital yaitu sebagai sebuah alat yang menggunakan teknologi via ponsel untuk pembayaran, transfer atau melakukan transaksi lainnya (Putritama, 2019). Pada masa kini berkembangnya teknologi pada sistem pembayaran telah menggeser perannya uang tunai sebagai alat pembayaran menjadi bentuk pembayaran non tunai atau pembayaran digital yang lebih efektif dan ekonomis. Sistem pembayaran digital merupakan suatu wujud baru dari suatu pertukaran nilai yang serupa dengan pembayaran lainnya yang juga dapat dipergunakan oleh pelanggan, akan tetapi hal ini relatif tergantung dari kemajuan fitur smartphone dan otorisasi keuangan pelanggan (Liu, 2020). Pembayaran digital biasanya tidak dilakukan dengan memakai uang sebagai alat pembayarannya melainkan dengan cara transfer bank atau bisa juga melalui jaringan internal bank sendiri. Selain itu pembayaran non tunai juga bisa dilakukan dengan menggunakan kartu sebagai alat pembayaran, contohnya dengan menggunakan ATM, kartu debit, dan kartu kredit (Pramono dkk., 2006).

Quick Response Code Indonesian Standart (QRIS)

Quick Response Code Indonesian Standart (QRIS) dibaca KRIS adalah penyatuan berbagai macam QR dari berbagai Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) menggunakan QR Code. Bank Indonesia resmi merilis standar untuk penggunaan QR Code Indonesia atau QRIS. Setiap penyedia Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) berbasis QR wajib

menggunakan QRIS yang diatur dalam Bank Indonesia pada ketentuan Peraturan Anggota Dewan Gubernur (PADG) No. 21/18/2019 tentang Implementasi Standar Internasional QRIS untuk Pembayaran. QRIS merupakan satu-satunya standar QR Code pembayaran untuk sistem pembayaran di Indonesia yang dikembangkan oleh Bank Indonesia dengan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI). QRIS dikembangkan oleh industry system pembayaran bersama dengan Bank Indonesia agar proses transaksi dengan QR Code dapat lebih mudah, cepat, dan terjaga keamanannya (Bank Indonesia, 2020).

QR Code agar satu kode bisa dipakai melalui layanan pembayaran yang berbeda. Standar Nasional QR Code diperlukan untuk mengantisipasi inovasi teknologi dan perkembangan kanal pembayaran menggunakan QR Code yang berpotensi menimbulkan fragmentasi baru industri sistem pembayaran serta untuk memperluas akseptasi pembayaran nontunai nasional secara lebih efisien. Dengan satu QR Code, penyedia barang dan jasa (*merchant*) tidak perlu memiliki berbagai jenis QR Code dari berbagai penerbit.

Jenis Pembayaran Menggunakan QRIS mencakup (1) *Merchant Presented Mode (MPM) Statis*. *Merchant* atau toko cukup memajang satu stiker atau print-out QRIS dan gratis. Pengguna hanya melakukan scan, masukan nominal, masukan PIN dan klik bayar. Notifikasi langsung diterima pengguna ataupun merchant. QRIS MPM Statis sangat cocok bagi usaha mikro dan kecil; (2) *Merchant Presented Mode (MPM) Dinamis*. QR dikeluarkan melalui suatu *device* seperti mesin EDC atau smartphone dan gratis. Merchant harus memasukkan nominal pembayaran terlebih dahulu, kemudian pelanggan melakukan scan QRIS yang tampil atau tercetak. QRIS MPM Dinamis sangat cocok untuk merchant skala usaha menengah dan besar atau dengan volume transaksi tinggi; (3) *Consumer Presented Mode (CPM)*. Pelanggan cukup menunjukkan QRIS yang ditampilkan dari aplikasi pembayaran pelanggan untuk discan oleh merchant. QRIS CPM lebih ditujukan untuk merchant yang membutuhkan kecepatan transaksi tinggi seperti penyedia transportasi, parkir dan ritel modern.

Nominal transaksi QRIS dibatasi paling banyak sebesar Rp20.000.000,00 (Dua Puluh Juta Rupiah) per transaksi. Penerbit dapat menetapkan batas nominal kumulatif harian dan/atau bulanan atas Transaksi QRIS yang dilakukan oleh setiap pengguna QRIS, yang ditetapkan berdasarkan manajemen resiko Penerbit.

Kelebihan dan Kelemahan QRIS, diantaranya mencakup, (1) dapat digunakan oleh siapapun; (2) memudahkan transaksi dan membuat proses pembayaran menjadi lebih mudah, (3) efisiensi dalam system pembayaran, menjadikan satu QR Code mampu digunakan di seluruh aplikasi *e-wallet* atau bahkan *m-banking*, dan (4) transaksi yang cukup cepat, dimana penggunaan QRIS yang hanya melakukan *scan* sebelum melakukan pembayaran.

Aspek Kemudahan

Kemudahan adalah hal yang sifatnya mudah, sesuatu yang dapat mempermudah dan memperlancar usaha (KBBI, 1995:668). Kemudahan transaksi adalah kemudahan bertransaksi dalam penggunaannya harus mudah digunakan, mudah dipahami, memiliki banyak pilihan metode pembayaran dan pengiriman barang serta memberikan rasa nyaman dan aman pada konsumen.

Kemudahan transaksi online merupakan proses pemesanan yang mudah, proses pembayaran yang beragam dan mudah diselesaikan, proses pembelian yang menguntungkan dan nyaman, dan proses pengiriman barang yang cepat dan akurat (Isnawati, 2020). Indikator kemudahan menurut Alwadani (2017) dalam Ilmiyah & Krishernawan (2020), mencakup (a) kemudahan mengenali; (b) kemudahan navigasi; (c) kemudahan mengumpulkan informasi; dan (d) kemudahan membeli.

Aspek Kecepatan

Kecepatan adalah kemampuan individu untuk melakukan gerakan yang sama berulang-ulang dalam waktu yang sesingkat-singkatnya. Menurut H. H. Chen & Chen (2009) dalam (Yunita dkk., 2019) kecepatan transaksi adalah salah satu persyaratan penting dalam industri pembayaran. Untuk menghasilkan penggunaan pembayaran mobile payment yang lebih tinggi H. Chen & Chen (2009) meminta agar layanan mobile payment tersebut memiliki keunggulan yang khususnya dalam layanan kecepatan transaksi.

Kesuksesan suatu sistem pembayaran salah satunya dari kecepatan pemrosesan pembayaran transaksi tersebut. Apabila dalam proses transaksi terlalu lama membuat pengguna kurang nyaman untuk menggunakan kembali metode pembayaran tersebut. Begitu juga sebaliknya jika proses yang diperlukan dalam transaksi hanya memerlukan waktu yang singkat, maka pengguna tanpa ragu untuk menggunakan metode pembayaran dengan system QRIS.

Indikator dan /atau ukuran yang dapat digunakan untuk mengukur persepsi kegiatan dalam mempengaruhi minat penggunaan QRIS diantaranya (a) sistem memiliki kecepatan akses ke *homepage* QRIS, dan (b) sistem memiliki kecepatan dalam mengakses transaksi pembayaran.

Aspek Keamanan

Keamanan digital adalah segala usaha yang bertujuan untuk menjaga keamanan perangkat keras, perangkat lunak, serta data dan informasi yang ada didalamnya. Keamanan merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi kepercayaan pengguna dalam melakukan transaksi pembayaran online (Kim dkk, 2010) dalam (Halizah dkk., 2022).

Keamanan atas transaksi data dan jaminan keamanan berperan penting dalam pembentukan kepercayaan dengan mengurangi perhatian konsumen tentang penyalahgunaan data pribadi dan transaksi data yang mudah rusak. Ketika level jaminan keamanan dapat diterima dan bertemu dengan harapan, konsumen akan bersedia membuka informasi pribadinya dan bertransaksi dengan perasaan aman dan keamanan transaksi online adalah bagaimana mencegah atau paling tidak mendeteksi adanya penipuan di sebuah sistem yang berbasis informasi dan tidak terjadinya informasi jatuh ke pihak lain dan dapat menimbulkan kerugian (Park dan Kim, 2006). Raman Arasu dan Vistwanathan (2011) dalam Yunita dkk. (2019) mengidentifikasi indikator keamanan meliputi dua hal, yaitu (1) jaminan keamanan, dimana jaminan keamanan memainkan peran penting dalam mengurangi kekhawatiran konsumen tentang penyalahgunaan data pribadi, dan mudahnya mengganggu transaksi data, dan (2) kerahasiaan data, berkenaan dengan nilai kerahasiaan data.

Aspek Minat Beli

Kotler (2008) dalam (Septyadi dkk., 2022) mendefinisikan minat beli sebagai sesuatu yang timbul, setelah adanya rangsangan ketika melihat barang. Umumnya, minat beli nampak untuk mencoba sesuatu, dan pada akhirnya memutuskan untuk membeli untuk memiliki barang tersebut. Minat beli juga merupakan komponen dari bagian perilaku yang melekat saat hendak memutuskan untuk mengonsumsi barang/jasa. Dengan demikian, minat beli konsumen dapat juga diartikan sebagai suatu proses yang dilalui, ketika pelanggan memutuskan pilihannya dari berbagai merek yang sebelumnya dipilih, dan akhirnya membeli produk pada merek yang disukai (Magdalena, 2005).

Ferdinand (2002:129), menyimpulkan dalam risetnya bahwa minat beli dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator, seperti (1) minat transaksional yaitu adanya kecenderungan seseorang untuk membeli, (2) minat referensial, berkaitan dengan kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain. Minat Preferensial, (3) minat preferensial, yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki pilihan utama pada produk tersebut, dan (4) minat eksploratif, yang menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya.

Faktor-faktor yang membentuk minat beli konsumen menurut Kotler, Bowen, dan Makens (dalam Wibisaputra, 2011) yaitu sikap orang lain, sejauh mana sikap orang lain mengurangi alternatif yang disukai seseorang akan bergantung pada dua hal. Kedua hal dimaksud yaitu (1) intensitas sifat negatif orang lain terhadap alternatif yang disukai konsumen, dan (2) motivasi konsumen untuk menuruti keinginan orang lain.

METODE PENELITIAN

Jenis dan Lokasi Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian eksplanatori untuk menjelaskan hubungan antara variabel-variabel penelitian dan pengujian hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya (Singarimbun dan Effendi, 1995:5). Selanjutnya, instrumen kuesioner berisikan sejumlah pertanyaan penelitian digunakan oleh peneliti untuk mendokumentasikan data dan informasi terkait riset.

Lokasi riset yaitu di Distrik Manokwari Barat Kabupaten Manokwari. Responden dan /atau subyek riset yaitu pengguna jasa layanan Bank Indonesia melalui Sistem Pembayaran Digital QRIS. Pendekatan yang digunakan dalam pemilihan responden target yaitu *non probability sampling*. Riset ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui wawancara serta hasil kuesioner yang telah diisi oleh responden.

Desain Penelitian

Variabel riset mencakup tiga variabel bebas yaitu kemudahan, kecepatan, dan keamanan. Sementara variabel terikat dan /atau variabel yang dipengaruhi yaitu minat beli masyarakat. Variabel kemudahan pada penelitian ini dimaknai sebagai kemanfaatan teknologi informasi layanan guna menunjang proses transaksi yang akan dilakukan oleh pengguna (Dewi & Warnika, 2016). Kecepatan dalam penelitian ini diartikan sebagai kemampuan individu untuk melakukan gerakan yang sama berulang-ulang dalam waktu yang sesingkat-singkatnya (Yunita dkk., 2019). Keamanan merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi kepercayaan pengguna dalam melakukan transaksi pembayaran online (Kim dkk., 2010). Sementara itu, minat beli dimaknai sebagai kemungkinan konsumen akan melakukan pembelian dengan mencari informasi dari berbagai sumber. Konsumen memiliki ketertarikan terhadap suatu produk atau jasa, tetapi belum tentu konsumen akan melakukan pembelian produk atau jasa tersebut.

Data dan informasi yang telah terdokumentasi melalui kuisisioner, diberikan bobot dan /atau skor pada setiap kriteria jawaban dari responden. Kriteria jawaban responden dikategorikan menjadi 5 (lihat Tabel 1).

Tabel 1 Bobot Alternatif Skala Likert

Kriteria Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Cukup Setuju (CS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Tahap selanjutnya yang dilakukan oleh peneliti yaitu menentukan dimensi, sub indikator, dan item pada setiap variabel penelitian, baik terhadap variabel bebas maupun variabel terikat (lihat Tabel 2).

Tabel 2 Dimensi Penelitian Variabel

Variabel	Dimensi	Sub Indikator	No Item
Kemudahan (X1)	Antarmuka Pengguna (User Interface)	Evaluasi sejauh mana antarmuka pengguna QRIS mudah dimengerti dan digunakan oleh pengguna.	1
	Prosedur Pembayaran	Kesederhanaan dan kejelasan prosedur pembayaran menggunakan QRIS.	2
	Kompabilitas Perangkat	Sejauh mana QRIS dapat diakses dan digunakan pada berbagai perangkat.	3
Kecepatan (X2)	Waktu Transaksi	Waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan transaksi menggunakan QRIS.	1
	Proses Autentikasi	Kecepatan dalam proses otentikasi pengguna saat menggunakan QRIS	2
Keamanan (X3)	Enkripsi Data	Tingkat enkripsi yang digunakan untuk melindungi data transaksi QRIS	1
	Otentikasi Pengguna	Keamanan proses otentikasi dan keabsahan pengguna saat menggunakan QRIS.	2
	Perlindungan terhadap Kecurangan	Langkah-langkah keamanan yang diimplementasikan untuk melindungi transaksi QRIS dari kecurangan atau penipuan.	3
Minat Beli (Y)	Penggunaan QRIS	Seberapa sering masyarakat menggunakan QRIS untuk pembayaran.	1
	Kemudahan Penggunaan QRIS	Seberapa mudah Masyarakat merasa menggunakan QRIS untuk transaksi pembayaran.	2
	Kecepatan Transaksi	Seberapa cepat transaksi dapat diselesaikan dengan menggunakan QRIS.	3

Variabel	Dimensi	Sub Indikator	No Item
	Keyakinan terhadap keamanan	Seberapa yakin Masyarakat terhadap keamanan transaksi yang dilakukan melalui QRIS.	4
	Persepsi Nilai	Sejauh mana Masyarakat merasa nilai yang diperoleh dari penggunaan QRIS setara dengan kemudahan dan keamanan yang mereka rasakan.	5
	Niat Pembelian Masa Depan	Sejauh mana Masyarakat merasa nilai yang diperoleh dari penggunaan QRIS setara dengan kemudahan dan keamanan yang mereka rasakan.	6
	Pendidikan kesadaran	Seberapa baik masyarakat memahami dan menyadari keuntungan menggunakan QRIS	7

Model Estimasi

Pendekatan yang digunakan untuk menganalisis data terdokumentasi, guna memastikan pengaruh antar faktor kemudahan, kecepatan, dan keamanan terhadap minat beli yaitu menggunakan regresi linear berganda. Persamaan regresi linear berganda sebagaimana dimaksud dilihat pada persamaan (1).

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e \dots\dots\dots (1)$$

Dimana, Y merepresentasikan minat beli, variabel X_1 menunjukkan faktor kemudahan menggunakan QRIS sebagai media transaksi, X_2 merupakan faktor kecepatan, dan X_3 mewakili faktor keamanan dalam menggunakan QRIS sebagai media transaksi. Sementara β_0 adalah konstanta, dan $\beta_1, \beta_2, \beta_3$ merupakan koefisien target yang akan menjelaskan perubahan yang terjadi pada minat beli. Memastikan data layak untuk diproses pada persamaan (1), maka tahapan awal yang dilakukan sebelum proses analisis regresi linear berganda yaitu uji validitas data dan uji asumsi klasik (uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi). Tujuannya yaitu memastikan bahwa persamaan regresi memiliki ketepatan dalam estimasi dan diharapkan tidak berpotensi bias dan konsisten (Juliandi et al., 2014).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Responden

Responden dalam penelitian ini yaitu masyarakat yang menggunakan QRIS sebagai media transaksi. Dengan demikian, jumlah responden dalam penelitian ini yaitu sebanyak 75 orang.

Responden penelitian dipilih berdasarkan tiga kriteria yaitu: 1) responden pernah menggunakan QRIS sebagai sistem pembayaran non tunai; 2) responden merupakan masyarakat yang menetap di wilayah Manokwari Barat Kabupaten Manokwari dalam kurung 5 tahun terakhir; dan 3) responden bersedia untuk mengisi kuesioner yang telah dibagikan lewat *link google form*.

Profil umum responden diuraikan berdasarkan usia, jenis kelamin, tempat tinggal, dan pengalaman menggunakan QRIS. Usia responden dalam penelitian ini dikategorikan menjadi empat kelompok usia (lihat Tabel 3). Hasilnya, sebanyak 75 persen responden kategori usia 21 s.d 25 tahun merupakan kelompok usia yang banyak menggunakan QRIS sebagai media transaksi. Sebaliknya, responden kategori usia 30 tahun keatas merupakan kelompok usia paling rendah menggunakan QRIS untuk transaksi berbelanja. Kategori responden berdasarkan usia yang menggunakan QRIS sebagai alat transaksi dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Responden Berdasarkan Usia yang Menggunakan QRIS

Usia	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
≤ 20 tahun	9	12
21-25 tahun	56	75
26-29 tahun	8	11
≥ 30 tahun	2	3
Total	75	100

Sumber: Data primer diolah, 2025

Kategori responden berdasarkan jenis kelamin yang banyak menggunakan QRIS sebagai alat transaksi ekonomi yaitu perempuan (63%), dan sisanya 37 persen adalah responden laki-laki (lihat Tabel 4).

Tabel 4. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Laki-laki	28	37
Perempuan	47	63
Total	75	100

Sumber: Data primer diolah, 2025

Pengalaman responden menggunakan QRIS sebagai media transaksi ekonomi dikategorikan menjadi tiga yaitu (1) sering menggunakan QRIS dalam bertransaksi, (2) kategori pernah/kadang-kadang menggunakan QRIS dalam bertransaksi, dan (3) kategori tidak pernah menggunakan QRIS sebagai media transaksi. Hasilnya, 69 persen terkategori sering

menggunakan QRIS sebagai alat transaksi. Sisanya 31 persen yang tidak sering atau jarang menggunakan QRIS. Kategori frekuensi responden dalam menggunakan QRIS sebagai media transaksi ekonomi disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Frekuensi Responden Menggunakan QRIS dalam Transaksi

Frekuensi Menggunakan QRIS	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Sering Menggunakan QRIS	52	69
Tidak sering menggunakan QRIS	23	31
Total	75	100

Sumber: Data primer diolah, 2025

Hasil Estimasi: Pengaruh Faktor Kemudahan, Kecepatan, dan Keamanan terhadap Minat Beli

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk memastikan ada-tidaknya pengaruh faktor kemudahan, kecepatan, dan keamanan menggunakan QRIS sebagai media dan /atau alat transaksi terhadap variabel minat beli. Hasil estimasi menunjukkan bahwa terdapat dua variabel yang berkontribusi positif dan signifikan terhadap minat beli responden, dengan taraf keyakinan alfa sebesar 5 persen. Kedua variabel dimaksud yaitu variabel kemudahan (X_1) dan variabel kecepatan (X_2). Hasil estimasi regresi linear berganda dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Un-stand Coefficients		Stand Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.424	2.097		1.156	.252
X1	.234	.104	.216	2.246	.028
X2	.554	.115	.541	4.805	.001
X3	.103	.111	.104	.927	.357

Sumber: Data diolah dengan SPSS, 2025

Ket: X_1 = variabel kemudahan | X_2 = variabel kecepatan | X_3 = variabel keamanan | Y = minat beli

Nilai koefisien untuk variabel kemudahan diperoleh sebesar 0,234. Artinya, jika nilai variabel kemudahan naik sebesar 1 persen, maka dapat meningkatkan minat beli responden (Y) sebesar 23,4 persen. Kondisi yang sama juga terjadi pada variabel kecepatan, dimana jika variabel kecepatan pada QRIS sebagai media transaksi naik sebesar 1 persen, maka dapat mempengaruhi peningkatan minat beli responden sebesar 55,4 persen. Dengan demikian, pernyataan hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa variabel kemudahan dan variabel kecepatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli responden, dalam melakukan transaksi dengan menggunakan QRIS sebagai media dan /atau alat transaksi terjawab.

Sementara untuk variabel keamanan (X_3), hasil estimasi belum memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat responden untuk menggunakan QRIS sebagai media transaksi.

Hasil uji determinasi untuk memastikan pengaruh sekumpulan variabel bebas (kemudahan, kecepatan, dan keamanan) secara holistik, terhadap variabel minat beli yaitu sebesar 58,7 persen. Sementara sisanya 41,3 persen dijelaskan oleh variabel lain di luar model dan /atau persamaan ekonometrika yang digunakan dalam riset (lihat Tabel 7).

Tabel 7. Tabel Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.766 ^a	.587	.570	1.27925

Sumber: Data diolah dengan Software SPSS, 2024

PEMBAHASAN

Pengaruh Faktor Kemudahan pada QRIS terhadap Minat Beli

Hasil estimasi terhadap faktor kemudahan pada QRIS menunjukkan bahwa variabel kemudahan berpengaruh signifikan, dan memiliki arah hubungan yang positif terhadap minat beli responden. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mukarammah (2023) yang menyatakan bahwa kemudahan pada pembayaran digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli Masyarakat.

Davis (1989) dalam (Romadon, 2020) menyatakan bahwa kemudahaan penggunaan adalah ketika seseorang menganggap segala sesuatunya muda dan tidak perlu berusaha keras untuk menggunakan teknologi informasi. QRIS memberikan kemudahan membayar belanjaan hanya dengan menggunakan HP atau perangkat digital lainnya yang telah tersambung koneksi internet. Dengan menggunakan media QRIS, masyarakat tidak perlu membawa uang tunai atau kartu kredit fisik, sehingga mengurangi risiko kehilangan atau pencurian di tempat umum.

Penggunaan QRIS juga dapat dilakukan tanpa harus ada pertemuan antara penjual dan pembeli karena banyak platform pemesanan makanan, transportasi, atau layanan lainnya telah mengadopsi QRIS untuk memungkinkan pengguna memesan dan membayar secara online dengan mudah melalui aplikasi mereka. QRIS juga digunakan oleh beberapa organisasi amal dan lembaga sosial untuk memudahkan Masyarakat dalam melakukan donasi atau pembayaran untuk program-program amal dan sosial dengan cepat dan aman. Penggunaan QRIS sebagai media transaksi pembayaran, dikarenakan mudah dan tidak mengalami kendala pada saat menggunakan dan/atau mengoperasikan QRIS di ponsel. Hal ini sejalan dengan penelitian yang

dilakukan oleh Rika (2023), yang menjelaskan bahwa masyarakat memanfaatkan uang elektronik sebagai alat pembayaran alternatif karena dianggap mudah digunakan.

Singkatnya, kemudahan pada QRIS yang dirasakan oleh pengguna, seperti instruksi penggunaan QRIS yang dapat dimengerti, mudah digunakan pada saat bertransaksi, dan integrasi QRIS dengan aplikasi perbankan menjadi poin utama yang memperkuat pengalaman positif pengguna.

Pengaruh Kecepatan pada QRIS terhadap Minat Beli

Faktor kecepatan pada QRIS, hasil estimasinya menunjukkan bahwa kecepatan menggunakan QRIS sebagai media transaksi berpengaruh signifikan dan memiliki arah hubungan yang positif terhadap minat beli. Ini menyiratkan bahwa, QRIS sebagai metode pembayaran instan, dianggap efektif dalam menghemat waktu. Kecepatan transaksi melalui QRIS, memiliki dampak positif utamanya terhadap waktu yang dihemat oleh konsumen dalam melakukan pembayaran. Hal ini sejalan dengan penelitian dari Rika (2023) yang menyatakan bahwa, kecepatan transaksi membantu kinerja pengoperasian sistem yang ada dalam layanan QRIS, sehingga dapat berjalan dengan efektif dan efisien.

Sebagai misal, di saat terburu-buru untuk melakukan keberangkatan, dengan QRIS, masyarakat dapat membayar dengan cepat dan aman tanpa perlu mengeluarkan uang tunai. Kemudahan ini memungkinkan masyarakat untuk menyelesaikan pembelian dengan mudah, dan cepat sebelum keberangkatan. QRIS memberikan transaksi yang ringkas, otomatis dan efisien sehingga dapat mempercepat pekerjaan dan menghemat waktu karena dibayar dalam jumlah yang pas (Rika, 2023).

Pembayaran dengan QRIS memungkinkan transaksi yang cepat dan efisien. Pengguna hanya perlu memindai kode QR dan mengonfirmasi pembayaran dalam hitungan detik. Dengan demikian, kecepatan pada QRIS sebagai media transaksi, seperti pembayaran instan dengan hanya memindai kode QR, singkat, otomatis, dan efisien sehingga menghemat waktu, menjadi hal-hal penting yang memperkuat pengoptimalan pengalaman pengguna yang pada akhirnya mempengaruhi minat beli masyarakat.

Pengaruh Keamanan pada QRIS terhadap Minat Beli

Hasil estimasi terhadap faktor keamanan pada QRIS menunjukkan bahwa, variabel keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli responden. Hal ini sejalan dengan penelitian dari Mukarramah (2023) yang menyatakan bahwa, keamanan pada pembayaran digital tidak dan /atau belum memiliki dampak yang signifikan terhadap minat beli konsumen. Sejalan dengan itu, Kotler, Bowen, dan Makens (dalam Wibisaputra, 2011) menyatakan bahwa faktor-

faktor yang membentuk minat beli konsumen salah satunya yaitu kondisi yang tidak dimitigasi dan /atau diantisipasi. Namun, kondisi tersebut berpotensi mengubah perilaku konsumen dalam melakukan pembelian. Situasi yang tidak terantisipasi, seperti metode pembayaran QRIS yang sedang digunakan, disaat yang bersamaan terjadi kendala pada jaringan internet. Keadaan ini sudah sangat tentu, akan mempengaruhi kepercayaan konsumen dalam melakukan transaksi. Ini dikarenakan, konsumen khawatir apakah transaksi ini dapat berjalan dengan baik dan aman atau tidak.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh faktor kemudahan, kecepatan dan keamanan pengguna QRIS terhadap minat beli di Distrik Manokwari Barat Kabupaten Manokwari Papua Barat. Temuan utama dari riset ini menunjukkan bahwa, variabel kemudahan dan kecepatan berkontribusi positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen dalam menggunakan QRIS sebagai media transaksi saat berbelanja. Sementara itu, variabel keamanan pada QRIS tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli masyarakat di Distrik Manokwari Barat. Temuan lain dari riset ini juga menunjukkan bahwa, di Distrik Manokwari Barat, kelompok usia 20 s.d 25 tahun mendominasi penggunaan QRIS sebagai media transaksi dalam berbelanja, dan porsi pengguna terbanyak yaitu kategori perempuan.

Temuan riset berimplikasi pada efektif tidaknya penggunaan QRIS sebagai media transaksi yang mempengaruhi minat beli seseorang. Oleh karenanya, direkomendasikan empat hal sebagai yaitu (1) menyediakan pelatihan dan panduan pengguna yang lebih baik tentang cara menggunakan QRIS secara efektif dan aman, (2) Pemerintah dan Perusahaan dapat mengupayakan peningkatan jumlah tempat dan bisnis yang menerima pembayaran melalui QRIS, (3) pemerintah dapat mengembangkan dan memperkuat infrastruktur teknologi yang mendukung QRIS untuk meningkatkan kecepatan transaksi, (4) tingkatkan keamanan, meskipun keamanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli namun penting untuk menjaga tingkat keamanan yang tinggi dalam menggunakan QRIS, dan (5) Mengingat masih banyak faktor pada QRIS yang juga berkontribusi penting terhadap minat beli konsumen, namun belum terakomodasi dalam riset ini seperti halnya faktor *reward* atau keuntungan pada QRIS. Oleh karenanya, disarankan untuk riset kedepan perlu mengakomodasi variabel *reward* dari QRIS sebagai salah satu variabel determinan penentu minat beli.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, P. D., Nursyamsi, J., & Utomo, J. (2022). Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat dan Promosi Penjualan terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*, 2(1), 68–77.
- Bank Indonesia. (2020a). Kanal dan Layanan. <https://www.bi.go.id/QRIS/Default.aspx>.
- Bank Indonesia. (2020b). Sistem Pembayaran dan Pengelolaan Uang Rupiah. <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/default.aspx>
- Bryan, N. M., Keni, K., Negara, E. S., & Dharmawan, P. (2023). Pengaruh Brand Competence, Brand Trust, Brand Experience, dan E-Wom terhadap Brand Loyalty Dompert Digital. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 7(1), 17–29.
- Halizah, S. N., Infante, A., & Darmawan, D. (2022). Keterbentukan Kepercayaan Pelanggan Shopee Melalui Kualitas Hubungan, Reputasi dan Keamanan Marketplace. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 4(1), 256–261.
- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto. *Maker: Jurnal Manajemen*, 6(1), 31–42.
- Junaidi, J., Roji, A., & Munawar, K. (2015). Konsep Otomatisasi Sistem Pembayaran SPP Online Untuk Mengurangi Tingkat Keterlambatan. *Proceedings Konferensi Nasional Sistem Dan Informatika (KNS&I)*.
- Juliandi A, Irfan, Manurung S. 2014. Metodologi Penelitian Bisnis: Konsep dan Aplikasi. Medan: UMSU Press.
- Kusumaningtyas, F. I., & Budiantara, M. (2023). Pengaruh Penggunaan Qris Sebagai Metode Pembayaran Terhadap Pengembangan UMKM Di Kabupaten Sleman Sejak Pandemi Covid-19. *Journal of Economics and Business UBS*, 12(3), 1603–1616.
- Lintangsari, N. N., Hidayati, N., Purnamasari, Y., Carolina, H., & Ramadhan, W. F. (2018). Analisis pengaruh instrumen pembayaran non-tunai terhadap stabilitas sistem keuangan di Indonesia. *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan*, 1(1), 47–62.
- Liu, P. L. (2020). COVID-19 Information Seeking on Digital Media and Preventive Behaviors: The Mediation Role of Worry. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 23(10), 677–682.
- Magdalena, N. (2005). Model Stimulus-Organism-Response: Penentu Perilaku Pembelian Konsumen Secara Situasional. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 4(2), 53–67.
- Maulia. (2022). Dampak Penggunaan QRIS Dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM Kota Medan.
- Mukarramah. (2023). Pengaruh Dompert Digital (E-Wallet) Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Masyarakat Milenial di Jakarta).
- Munte. (2017). Analisis Pengaruh Sistem Pembayaran non Tunai Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia.
- Munte, Y. S., Ginting, P., & Sembiring, B. K. F. (2022). The Influence of Trust and Sales Promotion on Repurchase Intention Through Consumer Satisfaction in Doing Online Shopping in Medan City. *International Journal of Research and Review*, 9(8), 318–337.
- Nainggolan, E. G. M., Silalahi, B. T. F., & Sinaga, E. M. (2022). Analisis Kepuasan Gen Z Dalam Menggunakan Qris Di Kota Pematangsiantar. *MANAJEMEN: Jurnal Ekonomi*, 4(1), 24–32.
- Pohan, S., Ivana, R., & Kurniasih, F. (2023). Sistem E-Samsat Sumatera Utara Bermartabat: Sebuah Inovasi Untuk Meningkatkan Pelayanan Publik. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosial Politik*, 1(2), 116–126.

- Pramono, B., Yanuarti, T., Purusitawati, P. D., & DK, Y. T. E. (2006). Dampak Pembayaran Non Tunai Terhadap Perekonomian Perekonomian Dan Kebijakan Moneter an Kebijakan Moneter.
- Putritama, A. (2019). The Mobile Payment Fintech Continuance Usage Intention in Indonesia. *Jurnal Economia*, 15(2), 243–258.
- Septyadi, M. A. K., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga dan Promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 301–313.
- Seputri, W., Soemitra, A., & Rahmani, N. A. B. (2023). Pengaruh *Technolgy Acceptance* Model terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) sebagai Cashless Society. *MES Management Journal*, 2(1), 116–126.
- Silaen, E., & Prabawani, B. (2019). Pengaruh Persepsi Kemudahan Menggunakan *E-Wallet* dan Persepsi Manfaat serta Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Saldo *E-Wallet* Ovo. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(4), 155–163.
- Sujarweni, V. W., & Utami, L. R. (2016). The Deciding Factor is the Timeliness of Corporate Internet Reporting on Manufacturing Companies Registered in Bei. *Jurnal Riset Akuntansi Mercu Buana*, 2(1), 119–137.
- Yunita, N. R., Sumarsono, H., & Farida, U. (2019). Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Buka Lapak (Studi Kasus Pada Komunitas Buka Lapak Ponorogo). *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 90–105.
- A.G, S., Sukmawati, S., & Pramono. (2012). Pertimbangan dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa. Intidayu Press.