

PENGARUH PENGGUNAAN QRIS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA UMKM KULINER DI ERA DIGITAL

Rico Ardiansyah Putra¹⁾, Isdiana Suprapti^{2*)}, Resti Prastika Destiarni³⁾

¹⁾Fakultas Pertanian, Universitas Trunojoyo Madura email:

210321100071@student.trunojoyo.ac.id

^{2*)}Fakultas Pertanian, Universitas Trunojoyo Madura, email: isdiana@trunojoyo.ac.id

³⁾Fakultas Pertanian, Universitas Trunojoyo Madura, email:

resti.destiarni@trunojoyo.ac.id

*Penulis Korespondensi: e-mail: isdiana@trunojoyo.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran digital terhadap keputusan pembelian konsumen pada UMKM kuliner. Latar belakang penelitian ini adalah meningkatnya adopsi sistem pembayaran digital yang menawarkan kemudahan, kecepatan, dan keamanan dalam bertransaksi. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner kepada 50 responden konsumen UMKM Dapur BR. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel frekuensi penggunaan, kemudahan penggunaan, dan pengalaman konsumen berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. QRIS tidak hanya mempercepat proses transaksi, tetapi juga meningkatkan kenyamanan konsumen melalui fleksibilitasnya. Temuan ini menunjukkan bahwa implementasi teknologi pembayaran digital seperti QRIS dapat menjadi strategi efektif bagi UMKM dalam meningkatkan daya saing dan menarik lebih banyak pelanggan. Oleh karena itu, disarankan agar UMKM terus mendorong edukasi konsumen mengenai manfaat QRIS dan mengoptimalkan strategi promosi digital.

Kata kunci: *QRIS, pembayaran digital, perilaku konsumen, keputusan pembelian, UMKM kuliner.*

PENDAHULUAN

Di era yang semakin berkembang, transaksi digital memberikan kemudahan kepada konsumen. Transaksi digital merupakan metode pembayaran tanpa menggunakan uang tunai atau disebut *cashless* (Indonesia, 2024). Rencana ini dilatarbelakangi oleh Bank Indonesia untuk melakukan penggunaan non-tunai. *Less cash society* adalah terjadi di masyarakat saat melakukan transaksi dengan digital atau non-tunai. Ada banyak contoh dari transaksi digital yaitu berupa QRIS, *E-Wallet* dan *E-Money*. QRIS

yaitu kode QR sebagai standar pembayaran untuk memfasilitasi pembayaran non-tunai (Yovita, 2024). *E-wallet* adalah aplikasi untuk melakukan transaksi keuangan dengan menggunakan saldo yang tersimpan di dalamnya. Di Indonesia, uang elektronik tidak hanya digunakan sebagai metode pembayaran dalam bentuk kartu bank tetapi juga sebagai aplikasi *smartphone*. Contoh *e-wallet* pada aplikasi *smartphone* yaitu GoPay, Ovo, LinkAja, Doku atau Dana dan lain-lain. QRIS digunakan UMKM sebagai

metode pembayarannya untuk memudahkan konsumen dalam transaksi penjualan mereka (*E-money*, 2023). Manfaat dari QRIS menjadi lebih efisien dan praktis pada konsumen (Sari et al., 2020). Keunggulan QRIS adalah tingkat keamanannya yang tinggi sehingga sulit diretas atau disalahgunakan.

Mayoritas penduduk yang sebelumnya terlibat dalam pembelian dan pembayaran dengan uang tunai kini sudah mulai menggunakan uang non-tunai. (Yuliati & Handayani, 2021). Diharapkan penerapan QRIS akan meningkatkan standar perekonomian Indonesia di era modern (Ainiyah et al., 2023). Berkembangnya dengan banyaknya uang elektronik dan pertumbuhan UMKM yang cepat akan memudahkan transaksi baik UMKM maupun konsumennya (Rinaldi & Nanang Prayudyanto, 2021). UMKM adalah pilar ekonomi nasional Indonesia.

Melihat dari pandemi Covid-19 UMKM mampu bertahan dan memperbaiki ekonomi nasional. Salah satu faktor yang dapat meningkatkan daya saing UMKM adalah memiliki sertifikasi halal. Tujuan dari setiap sertifikasi halal adalah untuk memastikan bahwa kualitas produk dipertahankan dengan cara yang asli. Setelah itu, untuk memudahkan konsumen melihat sertifikasi halal, konsumen harus menandai label produk sebagai halal dan menandai sertifikasi di UMKM setempat (Alfaini & Suprapti, 2023).

Salah satu UMKM yang menerima pembayaran menggunakan QRIS adalah Dapur BR. UMKM ini menggunakan QRIS selama 5 tahun. Alasan mengapa Dapur BR menggunakan QRIS yaitu memudahkan transaksi pembayaran pada konsumen karena tidak ada kembalian atau pembayaran lebih. Selain itu juga menjadi salah satu akses *real*

time pada catatan produsen untuk memisahkan antara pemasukan usaha dan pribadi. Pada tahun 2020 mereka mulai menggunakan QRIS sebagai alasan saat pandemi *Covid-19* pemilik usaha menerapkan QRIS agar terhindar dari virus.

Masalah pada konsumen yaitu saat ini timbul pada teknologi yang semakin modern dengan uang tunai yang diminimalisir sebagai konsumtif pembayaran di kalangan masyarakat. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menentukan kontribusi yang signifikan dalam memahami bagaimana perilaku konsumen mempengaruhi keputusan pembelian menggunakan QRIS.

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

UMKM Dapur BR sebagai objek penelitian yang berlokasi di Kecamatan Socah Kabupaten Bangkalan. Objek penelitian ini dipilih dengan sengaja (*Purposive*) dengan pertimbangan bahwa Dapur BR satu-satunya UMKM kekinian di Bangkalan. Selain itu, UMKM sudah menggunakan pembayaran QRIS. Penelitian ini dilakukan pada bulan September hingga Desember 2024.

Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

Penelitian kuantitatif deskriptif adalah metode yang digunakan dalam penelitian ini. Data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner dan wawancara adalah jenis data yang digunakan dalam penelitian ini.

Teknik Penentuan Responden dan Informan

Penentuan responden atau sampel yang diambil menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* yang bertujuan pada pemilihan sampel dari populasi berdasarkan preferensi peneliti (Asrulla et al., 2023). Berdasarkan kriteria responden yaitu: (1) Konsumen sudah pernah

membeli/mengonsumsi produk dari UMKM Dapur BR (2) Konsumen pernah menggunakan QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*). (3) Konsumen berusia 17 tahun/lebih, Hal ini dikarenakan usia tersebut diyakini mampu memahami pernyataan yang dibuat dalam kuesioner (Aeniyatul, 2019).

Metode dan Analisis Data

Sugiyono (2012) menyatakan dalam penelitian dilakukan analisis multivariate, maka banyaknya sampel paling sedikit adalah 10 kali dari banyaknya variabel penelitian. Penelitian ini menggunakan 4 variabel, yaitu : Variabel Independen (Frekuensi penggunaan QRIS, Kemudahan Penggunaan, Pengalaman Konsumen) dan variabel Dependen (Keputusan Pembelian). Maka jumlah sampel adalah 50 responden.

Analisis data yang digunakan adalah :

(1) Analisis deskriptif yang menjelaskan karakteristik konsumen UMKM. Karakteristik konsumen yang akan dianalisis adalah nama responden, usia, jenis kelamin, pekerjaan, penghasilan per bulan (2) Regresi Linear Berganda. Regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis hubungan kausal beberapa variabel Independen (X) terhadap satu variabel Dependen (Y) (Wisudaningsi et al., 2019). Variabel Independennya yaitu Frekuensi penggunaan QRIS (X1) Kemudahan Penggunaan (X2) Pengalaman Konsumen (X3) dan Variabel Dependennya yaitu Keputusan Pembelian (Y)

Tabel 1. Indikator Keputusan Pembelian

Variabel	Indikator
Keputusan Pembelian (Y)	-Frekuensi Pembelian
	-Jumlah Transaksi
	-Preferensi Pembelian

Frekuensi Penggunaan (X1)	-Kepuasan Pembelian
	-Kecepatan dalam memutuskan
	-Seberapa sering konsumen menggunakan QRIS
	-Durasi penggunaan QRIS
Kemudahan Penggunaan QRIS (X2)	-Kecepatan Transaksi
	-Fleksibilitas penggunaan di berbagai tempat
	-Keinginan Berulang
Pengalaman Konsumen (X3)	

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Analisis karakteristik pelanggan dilakukan untuk memahami lebih dalam mengenai latar belakang konsumen yang membeli di UMKM Dapur BR. Adapun informasi yang digali meliputi gender, usia konsumen, pekerjaan konsumen, penghasilan perbulan. Mengetahui dalam karakteristik dapat membantu pengusaha dalam mengembangkan rencana pemasaran yang efisien untuk meningkatkan kualitas barang dan jasa di pasar.

Tabel 2. Karakteristik Responden

Kategori	Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin		
Laki-laki	17	34%
Perempuan	33	66%
Usia		
17-21 Tahun	8	16%
22-28 Tahun	9	18%
29-34 Tahun	15	30%
35-42 Tahun	10	20%
43-47 Tahun	8	16%

Pekerjaan		
Pelajar/Mahasiswa	12	24%
Wiraswasta	12	24%
Pegawai Negeri Sipil	16	32%
Perawat	1	2%
Tidak Bekerja	3	6%
Ibu Rumah Tangga	6	12%
Penghasilan Perbulan		
<Rp.500.000	12	24%
Rp500.000-		30%
Rp1.500.000	15	
Rp1.500.000-		18%
Rp3.000.000	9	
>Rp3.000.000	14	28%

Sumber : Data Primer, 2024

Jumlah konsumen menunjukkan bahwa jenis kelamin perempuan lebih tinggi dibandingkan dengan laki-laki. Menandakan bahwa perempuan memiliki ketertarikan yang lebih besar untuk membeli menggunakan QRIS dari produk olahan kekinian khususnya di UMKM Dapur BR. Perempuan suka menggunakan QRIS karena persepsi kemudahan dalam penggunaan sistem dipercaya suatu teknologi terkini yang digunakan. Hal ini penting, karena preferensi dan keinginan perempuan terhadap produk olahan kekinian seringkali menjadi penentu dalam pengambilan keputusan untuk membeli suatu produk. Perempuan rata-rata menggunakan QRIS sebagai transaksi pembayaran mengingat perempuan lebih banyak melakukan pembelian makanan kekinian (Yunita, 2023).

Konsumen yang membeli di UMKM Dapur BR lebih banyak dilakukan oleh kelompok usia 29-34 tahun dan 35-42 tahun karena segmentasi usia dalam mengakses perangkat digital dan internet berpengaruh pada kebutuhan dan keinginan konsumen terhadap suatu jenis produk tertentu (Hidayah,

2018). Pada pekerjaan didominasi oleh Pegawai Negeri Sipil. Alasannya yaitu pada pembayaran gaji yang langsung masuk rekening pegawai. Sehingga saat menggunakan QRIS lebih mudah tanpa perlu menarik uang tunai. Hal ini sejalan dengan penelitian Eki Sunarya et al. (2024) pada pekerjaan merasakan dampak signifikan dari penggunaan QRIS dalam berbagai aspek kehidupan mereka. Salah satu dampak yang paling menonjol adalah kemudahan dan efisiensi dalam bertransaksi. Berdasarkan karakteristik tersebut dapat diketahui bahwa mayoritas konsumen merupakan pegawai negeri sipil perlu menjadi perhatian khusus karena mereka menyukai transaksi non-tunai yang lebih instan dibandingkan menggunakan uang tunai. Mayoritas konsumen yang membeli di UMKM Dapur BR adalah yang berpenghasilan perbulan >Rp3.000.000 dan Rp500.000-Rp1.500.000. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM Dapur BR berhasil menarik perhatian segmen pasar yang cukup luas, mencakup konsumen dengan daya beli yang bervariasi. Dalam transaksi penggunaan QRIS menjadi salah satu metode pembayaran yang dominan di kalangan konsumen Dapur BR.

Uji Instrumen

Pada yang pertama dilakukan adalah uji validitas. Uji validitas berfungsi sebagai pengujian terhadap instrumen penelitian apakah valid atau tidak. Indikator uji validitas yang digunakan pada penelitian ini adalah R hitung dan R tabel. Sebuah instrumen dapat dikatakan valid apabila nilai R hitung > R tabel.

Tabel 3. Uji Validitas

Variabel	R hitung	R tabel	Keterangan
Variabel Frekuensi Penggunaan (X1)			
P1	0,707	0,2787	Valid
P2	0,529	0,2787	Valid

Variabel Kemudahan Penggunaan (X2)			
P1	0,564	0,2787	Valid
P2	0,753	0,2787	Valid
Variabel Pengalaman Konsumen (X3)			
P1	0,770	0,2787	Valid
Variabel Keputusan Pembelian (Y)			
Total Y	0,632	0,2787	Valid

Sumber: Data Primer, 2024

Hasil tabel uji validitas menunjukkan bahwa nilai total R hitung lebih besar dari R tabel. Nilai R yang dapat ditemukan pada tabel R adalah $50-2 = 48$, dengan nilai R 0,2787. Selain itu, keseluruhan R hitung memiliki tingkat signifikansi yang disebutkan pada tabel sebesar 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa setiap pernyataan yang digunakan dalam kuesioner penelitian adalah sah atau mampu memprediksi secara akurat variabel.

Suatu instrumen dapat dianggap jika nilai cronbach alpha lebih besar dari 0,60. Seluruh kumpul data dinyatakan reliabel karena memiliki nilai 0,615. Dapat disimpulkan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini memiliki tingkat konsistensi yang sangat baik. Angka ini biasanya digunakan sebagai ukur 0,60 sehingga dapat dikatakan bahwa kuesioner yang digunakan dapat memberikan hasil yang stabil dan konsisten ketika digunakan dalam berbagai kondisi. Dengan demikian penelitian ini dapat digunakan untuk mengukur variabel secara akurat

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas digunakan untuk menguji residu variabel Frekuensi Penggunaan, Kemudahan Penggunaan, Pengalaman Konsumen dan keputusan dalam model regresi apakah terdistribusi secara normal. Uji normalitas diperlukan ketika jumlah observasi kurang dari 30.

Tabel 5. Uji Normalitas

		Unstand- ardized Residual
N		50
Normal	Mean	.0000000
Parameters	Std. Deviation	2.731014
		36
Most Extreme	Absolute	.181
Differences	Positive	.095
	Negative	-.181
Test Statistic		1.283
Asymp. Sig.		.074

Sumber: Data Primer, 2024

Hasil uji normalitas menggunakan metode kolmogorov-smirnov pada tabel 5 menunjukkan bahwa tingkat signifikansi untuk data penelitian ini adalah 0,074 dan lebih tinggi dari 0,05. Menunjukkan bahwa nilai didistribusikan secara normal.

Tabel 6. Uji Multikolinearitas, Heteroskedastisitas dan Linearitas

Variabel	Nilai Tolerance (>0,1)	Nilai VIF (<10)	Sig. (>0,05)
Frekuensi Penggunaan (X1)	0,745	1,341	0,479
Kemudahan Penggunaan (X2)	0,830	1,205	0,435
Pengalaman Konsumen (X3)	0,657	1,523	0,350

Sumber :Data Primer, 2024

Pada Tabel 6 seluruh elemen bauran pengaruh pada tabel VIF memiliki < 10 dan untuk nilai bauran pengaruh yang berada pada tabel tolerance memiliki nilai > 0,1. Dari temuan ini bahwa tidak terjadi korelasi atau multikolinieritas yang terjadi pada empat

variabel Frekuensi Penggunaan, Kemudahan Penggunaan, dan Pengalaman Konsumen. Uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa seluruh variabel atau elemen pada t_i memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel tidak terjadi penyimpangan pada model regresi atau yang biasa disebut heteroskedastisitas. Pada hasil uji linieritas diatas menunjukkan bahwa dua variabel memiliki nilai Deviation From Linier diatas nilai 0,05. Hal tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa seluruh variabel memiliki hubungan atau selinier dengan variabel dependen keputusan pembelian.

Analisis Regresi Linear Berganda Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 7. Uji Koefisien Determinasi

Model	R	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.680	.462	2.810

Sumber : Data Primer, 2024

Pada hasil uji determinasi diperoleh hasil dengan nilai Adjusted R Square adalah 0,401 atau 40,1%, hasil tersebut menunjukkan dapat mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 40,1% sedangkan untuk sisanya 59,4% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diketahui. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel-variabel yang diuji memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian, masih terdapat faktor-faktor lain yang belum terindikasikan. Menurut Anastasia Anggi Palupi (2022) bahwa faktor-faktor yang lain yang dipengaruhi yaitu literasi keuangan juga berpengaruh dalam proses keputusan pembelian menggunakan QRIS di UMKM. Hal ini sejalan dengan penelitian Dewi & Sutanto (2024) bahwa literasi keuangan sangat penting sebagai mendorong mereka untuk lebih yakin dalam menggunakan QRIS.

Uji F

Tabel 9. Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	280.496	3	93.499	11.768	.000
Residual	365.464	46	7.945		
Total	645.960	49			

Sumber : Data Primer, 2024

Hasil uji F menunjukkan bahwa *valid* untuk mengilustrasikan variabel independen pada variabel dependen. Berdasarkan hasil uji F tabel 9 yang menunjukkan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ dapat disimpulkan bahwa nilai F hitung yang diperoleh dalam penelitian ini adalah $11,768 > 2,81$ yang berasal dari tabel F. Menurut hasil uji F terdapat korelasi positif dan signifikan antara variabel independen dengan keputusan pembelian.

Uji t

Indikator yang digunakan pada uji t ini adalah nilai signifikan. Kriteria pengambilan keputusan adalah dengan melihat nilai signifikansinya. Suatu variabel dikatakan berpengaruh atau H_1 diterima dan H_0 ditolak jika nilai signifikansinya $< 0,05$. Sebaliknya, jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Tabel 8. Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Constant	1.316	2.064	-	.637	.527
Frekuensi Penggunaan (X1)	.603	.325	.238	1.856	.070
Kemudahan Penggunaan (X2)	1.248	.306	.497	4.080	.000
Pengalaman Konsumen (X3)	.397	.548	.099	.725	.472

Sumber : Data Primer, 2024

Pada tabel 8 nilai konstanta sebesar 1.316 saat tidak dipengaruhi oleh variabel lainnya. Nilai tersebut menggambarkan bahwa tingkat keputusan konsumen yang menggunakan QRIS konsumen cenderung merasa puas dan memiliki pengalaman yang menyenangkan saat menggunakan QRIS baik dari segi kemudahan, kenyamanan, maupun keamanan dalam bertransaksi. jika hasil memiliki nilai positif.

$$Y = 1.316 + 0,603 X1 + 1,248 X2 + 0,397 X3$$

Variabel Frekuensi Penggunaan nilai koefisien regresi variabel (X1) yaitu sebesar 0,603, dengan nilai koefisien yang positif tersebut artinya terdapat hubungan antara frekuensi penggunaan dan keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan apabila peningkatan frekuensi penggunaan maka akan terjadi kenaikan keputusan pembelian di UMKM Dapur BR. Mengalami kenaikan nilai sebesar satuan maka keputusan pembelian akan semakin meningkat sebesar 0,603 dengan asumsi variabel independen yang lain dianggap memiliki nilai konstan atau tetap. Pada uji t memiliki nilai signifikansi variabel frekuensi penggunaan sebesar 0,70 dan lebih kecil dari 0,05 serta memiliki nilai 1,856 t hitung > t tabel sebesar 0,2787. Artinya H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima yang menyatakan

bahwa variabel frekuensi penggunaan memiliki pengaruh terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Hasil tersebut sejalan dengan Beno et al. (2022) bahwa konsumen ditemukan sering menggunakan transaksi pembayaran QRIS sehingga cocok yang selalu ingin cepat, praktis dan mudah. Perilaku konsumen dalam generasi milenial merasakan manfaatnya dan sudah berulang-ulang menggunakan QRIS. Hal tersebut diperkuat oleh Ardana et al. (2023) bahwa sebanyak 64% mahasiswa memilih menggunakan QRIS dibandingkan sistem tunai. Pemilik usaha UMKM Dapur BR menyediakan fasilitas seperti QRIS untuk memberikan kenyamanan pada konsumen yang tidak membawa uang tunai dan cepat dalam membeli produk di UMKM.

Variabel kemudahan penggunaan nilai koefisien regresi variabel (X2) sebesar 1,248 dengan nilai koefisien yang positif tersebut artinya menunjukkan apabila peningkatan kemudahan penggunaan maka akan terjadi kenaikan keputusan pembelian di UMKM Dapur BR. Terdapat hubungan searah antara kemudahan penggunaan QRIS dan keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan apabila kemudahan penggunaan mengalami kenaikan sebesar satuan maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 1,248 dengan asumsi variabel independen yang lain dianggap memiliki nilai konstan atau tetap. Hasil uji t nilai signifikansi variabel kemudahan penggunaan sebesar 0,000 dan lebih kecil dari 0,05 serta memiliki nilai 4.080 t hitung > t tabel yang sebesar 0,2787. Artinya H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima yang menyatakan bahwa variabel kemudahan penggunaan memiliki pengaruh terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Hal tersebut sejalan dengan Anastasia Anggi Palupi (2022) bahwa sistem QRIS mudah digunakan maka konsumen akan

senantiasa menggunakan QRIS dalam melakukan transaksi pembayaran pada pembelian produk. Konsumen UMKM Dapur BR memilih menggunakan QRIS sebagai metode yang mempercepat transaksi dan mudah digunakan di berbagai tempat.

Variabel pengalaman konsumen memiliki nilai koefisien regresi variabel (X3) sebesar 0,397 dengan nilai koefisien yang positif tersebut artinya menunjukkan apabila peningkatan pengalaman konsumen maka akan terjadi kenaikan keputusan pembelian di UMKM Dapur BR terdapat hubungan searah antara pengalaman konsumen dan keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan apabila pengalaman konsumen mengalami kenaikan sebesar satuan maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,397 dengan asumsi variabel independen yang lain dianggap memiliki nilai konstan atau tetap. Hasil uji t nilai signifikansi variabel pengalaman konsumen sebesar 0,472 dan lebih kecil dari 0,05 serta memiliki nilai 0,725 t hitung $>$ t tabel yang sebesar 0,2787. Artinya H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima yang menyatakan bahwa variabel pengalaman konsumen memiliki pengaruh terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Sejalan dengan Sitohang & Sembiring (2024) bahwa konsumen puas menggunakan QRIS dibandingkan uang tunai. Konsumen UMKM Dapur BR memiliki keinginan untuk terus menggunakan QRIS setelah pengalaman mereka.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran digital di UMKM Dapur BR secara signifikan dipengaruhi oleh frekuensi penggunaan, kemudahan penggunaan, dan pengalaman konsumen. QRIS terbukti meningkatkan efisiensi transaksi, mempermudah konsumen dalam pembayaran,

dan memberikan kenyamanan karena sifatnya yang praktis dan fleksibel. Konsumen yang memiliki pengalaman positif dengan QRIS lebih cenderung menggunakannya secara berulang, yang pada akhirnya mendukung keputusan pembelian mereka. Hasil ini menggaris bawahi pentingnya penerapan teknologi pembayaran digital oleh UMKM untuk memperkuat daya saing, khususnya dalam memenuhi kebutuhan konsumen modern yang mengutamakan kemudahan dan kecepatan transaksi. Saran UMKM Dapur BR disarankan untuk terus mengedukasi konsumen terkait keuntungan menggunakan QRIS dan memastikan infrastruktur pendukung tetap optimal. Selain itu, pengembangan strategi promosi berbasis digital dapat menjadi langkah tambahan untuk memperluas jangkauan konsumen yang terbiasa menggunakan pembayaran digital

UCAPAN TERIMA KASIH

Saya mengucapkan terima kasih kepada LPPM UTM atas dukungan penuh yang diberikan dalam pelaksanaan program MBKM Riset tahun 2024 dari penelitian Dr. Isdiana Suprpti dengan Skema Penelitian Fundamental, Skema KATALIS dan Skema Kolaborasi Nasional. Apresiasi yang mendalam juga disampaikan kepada UMKM Dapur BR atas kesediaannya menjadi narasumber dan membantu saya mengumpulkan responden, yang berkontribusi besar terhadap keberhasilan penelitian ini. Terima kasih kepada Farah Arisanti yang berkontribusi pada artikel saya. Terima kasih juga kepada Tim Riset 2024.

DAFTAR PUSTAKA

Aeniyatul. (2019). Bab III Metode Penelitian. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 3, 1–9.

- Ainiyah, G. Z., Aziz, M. N., & Permatasari, K. D. (2023). Peningkatan Penggunaan E-Money di Masa Pandemi COVID-19. *MEDIKONIS: Jurnal Media Ekonomi Dan Bisnis*, 14(1), 27–41. <https://tambara.e-journal.id/medikonis/index>
- Alfaini, A. A., & Suprapti, I. (2023). Pengaruh Produk Berlabel Halal Dalam Keputusan Pembelian. *Jurnal Pertanian Cemara*, 20(1), 45–55. <https://doi.org/10.24929/fp.v20i1.2545>
- Anastasia Anggi Palupi. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Kemudahan Penggunaan Sistem Qris Terhadap Keputusan Bertransaksi Menggunakan Qris Pada UMKM. *Seminar Nasional Riset Terapan, Vol 10,1*, 1–9. <https://prosiding-old.pnj.ac.id/index.php/snr/b/article/view/5607>
- Ardana, S. G., Shafa Luqyana, A., Ayu, I., Antono, L., Rahayu, R. P., Qonita, L., Zahra, S. A., & Alsyahdat, F. (2023). Efektifitas Penggunaan QRIS bagi Kalangan Mahasiswa UNNES untuk Transaksi Pembayaran dalam Rangka Mendorong Perkembangan Ekonomi pada Era Digitalisasi. *Jurnal Potensial*, 2(2), 167–183. <http://jurnalilmiah.org/journal/index.php/potensial>
- Asrulla, Risnita, Jailani, M. S., & Jeka, F. (2023). Populasi dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 26320–26332.
- Beno, J., Silen, A. ., & Yanti, M. (2022). ANALISIS PREFERENSI GENERASI MILENIAL DALAM MEMUTUSKAN PENGGUNAAN QUICK RESPONSE CODE INDONESIA STANDARD (QRIS) SEBAGAI ALAT PEMBAYARAN (Studi Kasus : Pembeli yang Melakukan Transaksi di Pasar Manis, Purwokerto Barat, Kabupaten Banyumas). *Braz Dent J.*, 33(1), 1–12.
- Dewi, R., & Sutanto, A. (2024). *Literasi Keuangan dan Keamanan dalam Keputusan Penggunaan QRIS pada UMKM di Yogyakarta*. 2(2), 157–170.
- E-money, G. T. P. (2023). *Independent : Journal Of Economics E-ISSN : 2798-5008*. 3, 150–166.
- Eki Sunarya, M., Munawati, M., Ridwan, M., Fadhilah Rahmawati, N., & Permata Putri, N. (2024). Pengaruh Penggunaan Transaksi QRIS Terhadap Generasi Milenial. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2, 572–579. <http://jurnal.anfa.co.id/index.php/neraca>
- Hidayah, N. (2018). Analisa Strategi Digital Marketing Dalam Membantu Penjualan Living Space Dan Efo Store. *Marketing*, 149.
- Indonesia. (2024). *Transaksi Digital Berkembang Pesat*. Indonesia.Go.Id. <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/8279/transaksi-digital-tumbuh-pesat?lang=1>
- Rinaldi, M., & Nanang Prayudyanto, M. (2021). Persepsi Masyarakat Terhadap Tingkat Kepuasan Pelayanan Bus Transjabodetabek Dengan Metode Uji Asumsi Klasik Dan Uji Regresi Linear Berganda. *Seminar Nasional Ketekniksipilan*, 1(1), 2021.
- Sari, A. N., Malik, Z. A., & Hidayat, Y. R. (2020). Prosiding Hukum Ekonomi Syariah Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik (E-Money) terhadap Perilaku Konsumen. *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah*, 6(1), 1–4. <http://dx.doi.org/10.29313/syariah.v0i0.19202>

Sitohang, F., & Sembiring, S. (2024). Pengaruh Pembayaran QRIS Terhadap Minat Beli Konsumen Usaha Mixue. *INTECOMS: Journal of Information Technology and Computer Science*, 7(2), 330–336.
<https://doi.org/10.31539/intecom.v7i2.9479>

Jurnal Keuangan Dan Perbankan (KEBAN), 03(1), 1–07.

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Wisudaningsi, B. A., Arofah, I., Konstansius, D., & Belang, A. (2019). Statmat (Jurnal Statistika dan Matematika) Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Menggunakan Metode Analisis Regresi Linear Berganda. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Menggunakan Metode Analisis Regresi Linear Berganda*, 1(1), 103–117.

Yovita. (2024). *QRIS: Pengertian, Manfaat dan Penggunaannya*. Midtrans.
https://midtrans.com/blog/qr-is-adalah?utm_term=&utm_campaign=&utm_source=adwords&utm_medium=ppc&hsa_acc=3089404539&hsa_cam=21427086362&hsa_grp=167399906040&hsa_ad=706165897908&hsa_src=g&hsa_tgt=dsa-1778281550548&hsa_kw=&hsa_mt=&hsa_net=adwords&hsa_ver=3&g

Yuliati, T., & Handayani, T. (2021). Pendampingan Penggunaan Aplikasi Digital Qris Sebagai Alat Pembayaran Pada Umkm. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 811–816.
<https://doi.org/10.31004/cdj.v2i3.2612>

Yunita, A. (2023). The Use of QRIS in MSMEs in Cilegon City (Penggunaan QRIS Pada UMKM Kota Cilegon).