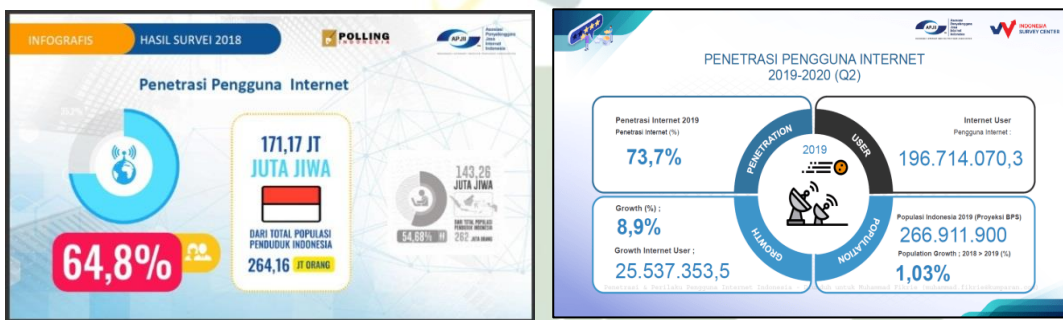


BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi digital di Indonesia selalu berada dalam peningkatan persentase. Perkembangan teknologi digital ini biasanya ditandai dengan tingginya yang menggunakan internet di lingkungan masyarakat. Indonesia termasuk Negara yang tergolong penggunaan internet terbesar di Asia Tenggara. Data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) atau lebih dikenal dengan APJII menunjukkan adanya peningkatan survei penggunaan Internet di Indonesia dari 2018 hingga 2020.



Gambar 1.1

Infografis Pengguna Internet di Indonesia

Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII).

Berdasarkan Laporan Penetrasi yang menggunakan internet di Indonesia terlihat pada Gambar 1.1, menerangkan bahwa banyaknya penggunaan internet mencapai 196.714.070,3 dengan penetrasi internet sebesar 73,7%. Hal ini membuktikan telah meningkat 8,9% dari tahun sebelumnya dari 171.176.716. pertumbuhan penggunaan internet dapat dikatakan sangat cepat karena selalu menunjukkan tren meningkat.¹

Pertumbuhan teknologi internet semacam ini telah memasuki nyaris segala bentuk aktivitas sehari-hari, seperti transportasi, berbelanja, finansial atau keuangan, pariwisata, sampai sedekah dan aktivitas ekonomi yang lain bisa

¹ Diakses dari <https://apjii.or.id/survei> pada tanggal 10 April 2021 pukul 10.40 WIB

diakses lewat teknologi digital. Perkembangan teknologi digital ini secara tidak langsung pula merubah style kehidupan manusia sekarang ini, pola hidup masyarakat yang terbiasa menggunakan handphone, serta jaringan internet yang mendukung dengan sarana layanan yang berbasis handphone pasti sangat mempermudah manusia dalam kegiatan sehari-hari. Nyaris seluruh aktivitas sehari-hari manusia tidak lewat dari penggunaan handphone, karena telah tersambung dengan jaringan internet. Aktivitas yang sering dilakukan masyarakat dengan menggunakan handphone yaitu mulai dari telfonan, mengirim pesan/ whatsapp, berbincang di social media, kemudian berbisnis serta melaksanakan transaksi pembayaran dengan digital.²

Pertumbuhan teknologi internet semacam ini membuat masyarakat buat terus menjadi kecanduan dalam melakukan pembayaran menggunakan keuangan (*Financial Technology/ Fintech*), contohnya dalam melakukan transaksi pembayaran. Alhasil, internet menjadi salah satu faktor yang berkontribusi terhadap pertumbuhan fintech dan pembayaran nontunai di Indonesia. Dalam Islam kegiatan muamalah telah dipaparkan oleh 4 mazhab yang disebut dengan kaidah muamalah yang berbunyi:

اَلْأَصْلُ فِي الْأَشْيَاءِ إِلَّا بَاطِنًا حَتَّى يَدُلَّ الدَّلِيلُ عَلَى التَّحْرِيمِ

Artinya: “*Hukum dasar mu’ amalah merupakan halal, sampai terdapat dalil yang mengharamkannya*”.³

Adapun tafsir dari hadis diatas yaitu menjelaskan bahwa ketika menggunakan *Fintech* atau teknologi digital dalam transaksi jual beli atau muamalah, dalam hal ini sangat diperbolehkan, boleh dalama artian adanya batasan seperti tidak adanya kezaliman dalam melakukan transaksi tersebut.

Financial Technology termasuk dampak teknologi digital pada sektor keuangan. Misalnya, produk fintech yang kita gunakan sehari-hari adalah mobile banking dan electronic finance, namun kita menemukan bahwa produk fintech yang

² Decky Hendarsyah, “Penggunaan Uang Elektronik Dan Uang Virtual Sebagai Pengganti Uang Tunai Di Indonesia,” *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 5, no. 1 (2016), hlm 1.

³ Azhari Akmal Tarigan, *Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi* (Medan: Febi Uinsu Press, 2019), hlm 3.

disebut uang elektronik juga sering digunakan untuk berdagang. Dalam Islam, uang adalah sarana untuk memfasilitasi transaksi ekonomi dengan pertukaran transaksi dan mengukur nilai barang dan jasa.⁴ Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) uang merupakan alat tukar atau standar pengukur nilai (kesatuan hitungan) yang sah, dikeluarkan oleh pemerintah suatu negara berupa kertas, emas, perak atau logam lain yang dicetak dalam bentuk dan gambar tertentu. Uang juga berarti harta, kekayaan.⁵

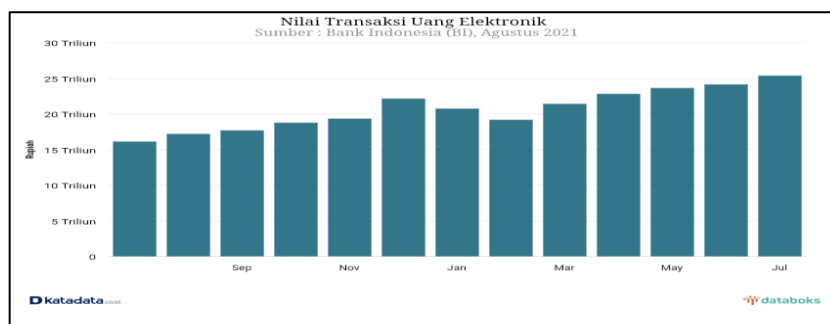
Setiap tahun, jumlah transaksi uang elektronik di Indonesia semakin meningkat, berkat masuknya pengetahuan keuangan publik yang komprehensif yang mendukung penggunaan uang elektronik Indonesia yang padat dan meningkat di tanah air. Hal ini menunjukkan besarnya intensi masyarakat dalam menggunakan uang elektronik sebagai transaksi digital atau non tunai. Oleh karena itu, dengan keberadaan *e-money* di Indonesia meskipun belum dimanfaatkan sebagai alat transaksi masyarakat, namun akan meningkat setiap tahunnya, *e-money* berpotensi untuk menggantikan uang tunai dalam transaksi pembayaran.

Mengingat nilai uang, uang elektronik muncul untuk memenuhi permintaan akan metode pembayaran mikro yang dapat memproses pembayaran dengan cepat dan dengan biaya rendah. Alat-alat tersebut terdapat di media-media tertentu yang dapat ditransaksikan dengan mudah dan efektif secara online, nyaman dan efisien. Tidak hanya itu, hadirnya Peraturan Bank Indonesia Nomor. 11/12/PBI/2009 tanggal 13 April 2009 tentang uang elektronik, serta no 16/08/PBI/2014, telah mendorong maraknya uang elektronik. Hal ini merupakan salah satu kontribusi Bank Indonesia terhadap perkembangan cashless (less cash) society di Indonesia.⁶

⁴ Andri Soemitra, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Pranadamedia Group, 2016), hlm. 49.

⁵ Afrizal dan Marliyah. "Analisis Terhadap Cryptocurrency (Perspektif Mata Uang, Hukum, Ekonomi dan Syariah). *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*. Vol.22, No.2, Oktober 2021. Hlm.16

⁶ Diakses dari www.bi.go.id pada tanggal 10 April 2021 pukul 13.11 WIB.



Gambar 1.2

Grafik Nilai Transaksi Uang Elektronik

Sumber: databoks.katadata.co.id

Gambar 1.2 di atas, melihat bahwa keberadaan uang elektronik menyebabkan perubahan kebiasaan perdagangan tradisional untuk digital secara umum. Dengan volume yang mentransaksikan uang elektronik mencapai 25,4 triliun pada bulan Juli 2021, perubahan kebiasaan perdagangan uang elektronik terus meningkat. Ini adalah peningkatan 5% dari bulan sebelumnya 24,1 triliun saja. Jumlah ini merupakan yang terendah dalam pada 1 tahun akhir-akhir ini. Transaksi uang elektronik pada bulan Juli 2021 menjadi yang paling tinggi 57,7% dari bulan yang sama tahun lalu sebanyak 16 triliun.⁷ Hal tersebut membuktikan masyarakat yang semakin antusias menggunakan uang elektronik sebagai media transaksi digital dalam kegiatan sehari-harinya. Apalagi, penggunaan uang elektronik semakin meningkat sejak pandemi COVID-19. Karena transaksi non tunai ini dianggap aman dari penyebaran virus corona karena tidak ada sentuhan fisik secara langsung. Selain itu, keunggulan transaksi menggunakan uang digital juga sangat efisien dan lebih mudah. Karena dengan ini, uang non tunai mendorong masyarakat untuk lebih sering memakainya karena adanya tawaran diskon sehingga membuat konsumen loyal menggunakannya. Peningkatan penggunaan uang non tunai terbesar terjadi setelah tahun 2014, ketika pemerintah meluncurkan kampanye GNNT (Gerakan Nasional Tanpa Uang Tunai) untuk menjadikan Indonesia masyarakat tanpa uang tunai (*Cashless Society*).⁸

⁷ Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/26/nilai-transaksi-uang-elektronik-capai-rp-254-triliun-pada-juli-2021> pada tanggal 05 Februari 2022 pukul 15:30

⁸ Diakses dari www.bi.go.id/fungsi-utama>ritel pada tanggal 10 April 2021 pukul 13:43.

Seiring dengan meningkatnya akses teknologi di bidang keuangan seperti uang elektronik, layanan baru yaitu dompet digital (*e-wallet*) juga berkembang yang meneruskan adanya uang elektronik. Dompet digital digunakan untuk menyimpan sejumlah uang dalam aplikasi dompet digital yang dapat diakses menggunakan telepon genggam untuk transaksi pembayaran nontunai. Peningkatan metode pembayaran yang bervariasi mulai dari barcode hingga QR Code, QRC (*Quick Response Code*) adalah jenis pembayaran saat melakukan transaksi pembayaran menggunakan *e-wallet* atau dompet digital, ataupun *mobile banking*.

Di Indonesia, banyak aplikasi dompet digital yang terkenal dilingkungan masyarakat yaitu seperti OVO, Go-Pay, Dana, Doku, LinkAja, Shoppepay dan lainnya. Kelebihannya yaitu pada praktis, nyaman, serta aman dalam pembayarannya. Mekanisme pembayarannya juga sangat mudah hanya dilakukan hanya dengan beberapa tahapan sederhana saja sampai bukti transaksinya pun bisa dilihat di riwayat transaksi pada aplikasi tersebut.⁹

Semakin banyaknya aplikasi dompet digital, maka akan semakin banyak juga kode QR yang dikeluarkan oleh aplikasi dompet digital tersebut. Tentu, ini menjadi masalah bagi konsumen dan *merchant* dalam penyediaan kode QR sebanyak aplikasi dompet digital yang ada dan juga konsumen repot harus mencocokkan dompet digital yang mana sesuai dengan yang ada di *merchant* tersebut.

Akibat kesulitan tersebut, pemerintah turun tangan mendukung penuh revolusi sistem pembayaran digital Bank Indonesia yang diatur dalam undang-undang Gerbang Pembayaran Nasional (GPN). Sebagai akibat tuntutan inovasi sistem terkini, Bank Indonesia (BI) membuat standar Kode Nasional QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) dengan tujuan untuk mempermudah transaksi

⁹ Oktoviana Banda Saputri, "Preferensi Konsumen Dalam Menggunakan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) Sebagai Alat Pembayaran Digital," *Journals of Economics and Business Mulawarman* 17, no. 2 (2020): hlm.238

uang elektronik.¹⁰ Pada 17 Agustus 2019, Hari Kemerdekaan Republik Indonesia ke-74, QRIS resmi diterbitkan di Kantor Pusat Bank Indonesia dan diimplementasikan secara serentak di seluruh kantor perwakilan Bank Indonesia di setiap wilayah sebagai pemersatu QR code untuk semua aplikasi pembayaran yang menggunakan barcode.

Ini dirancang untuk menstandarisasi semua aplikasi pembayaran yang menggunakan QR dengan pembayaran non-tunai berbasis QRIS. Oleh karena itu, QRIS dapat digunakan oleh setiap merchant yang bekerjasama dengan PJSP (Penyedia Layanan Sistem Pembayaran). Karena pelanggan hanya bisa memindai barcode di QRIS yang tersedia di banyak bisnis yang memungkinkan transaksi digital, sekaligus memanfaatkan barcode ini dalam Merchant Presented Mode (MPM). Merchant yang bekerja dengan berbagai aplikasi dompet digital, seperti LinkAja, GoPay, OVO, Dana, Bukalapak, dan lainnya, hanya menggunakan satu kode QR. Sehingga, apapun transaksi pembayaran yang menggunakan kode QR, konsumen bisa menggunakannya dengan mudah dan cepat. Pengenalan QRIS merupakan representasi dari ambisi Sistem Pembayaran Indonesia (SPI) untuk tahun 2025.

Pada tanggal 01 Januari 2020, Bank Indonesia mengharuskan kepada semua yang menyediakan transaksi pembayaran melalui non tunai wajib menggunakan barcode QRIS mau itu konsumen yang membayar pakai dompet digital atau mobile banking. Maka dari itu, konsumen yang menggunakan aplikasi seperti ShopePay, OVO, LinkAja, M-Banking, Dana dan aplikasi lainnya, hanya mentransfer kode QRIS yang terletak di kasir beberapa merchant tanpa perlu merubah aplikasi. Agar transaksi pembayaran lebih gampang atau cepat, konsolidasi keuangan Indonesia dapat dipercepat, UKM dapat berkembang lebih lanjut, dan pada akhirnya mendorong pertumbuhan ekonomi.¹¹

¹⁰ Bida Sari Hutami A Ningsih, Endang M. Sasmita, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Mahasiswa Menggunakan Uang Elektronik (QRIS) Pada Mahasiswa," *IKRA-ITH EKONOMIKA* 4, no. 1 (2021): hlm.3.

¹¹ Bank Indonesia, "Setelah Bunga Acuan Turun, Masih Ribet dengan Banyak QR Code?", dalam *Majalah Bank Indonesia Bicara* (2019), hlm.3.

Hingga Juli 2020, Bank Indonesia telah mencatat 3,82 juta merchant yang telah menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran nontunai sejak awal. Dengan 2,6 juta mitra, usaha mikro memiliki tingkat adopsi terbesar. Usaha kecil berjumlah 685,3 ribu, usaha menengah 334 ribu, dan usaha besar saat itu berjumlah 190,7 ribu. Kenaikan terbesar terjadi pada sumbangan ke lembaga sosial yang meningkat 132 persen menjadi 9,3 ribu¹². Hal ini membuktikan bahwa banyak *merchant* yang menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran non Tunai, karena efisien dan manfaatnya dapat dirasakan oleh semua pihak.

Menurut hasil survei yang dilakukan Asosiasi Penyelenggara Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2020, jumlah pengguna Internet di Indonesia sebanyak 14,1% (usia 20-24), 13,1% (usia 25-29), 10,6% (30-34 tahun), 9,6% (usia 15-19), sisanya lanjut usia, sekitar 7,1% (>50 tahun)¹³. Perbedaan tahun lahir menyebabkan perbedaan antar generasi, dan setiap generasi adalah manusia yang hidup di zaman yang berbeda dengan perkembangan teknologi informasi. Salah satu generasi yang hidup di era booming teknologi informasi dan internet dikenal sebagai generasi millennial. Milenial adalah generasi yang lahir antara tahun 80-an sampai 2000-an.¹⁴

Technology Acceptance Model merupakan salah satu model perilaku penggunaan teknologi informasi (TAM). Davis mendirikan TAM pada tahun 1989 sebagai kerangka kerja untuk mempertimbangkan niat pengguna untuk memanfaatkan teknologi informasi berdasarkan kesadaran akan keuntungan dan kegunaannya. TAM adalah salah satu dari banyak model penelitian yang berdampak pada studi penerimaan TI.

Dalam penelitian ini, teknologi informasi mengacu pada teknologi yang digunakan dalam industri keuangan, khususnya standar kode QR Indonesia (QRIS). TAM banyak digunakan untuk memprediksi pengguna dan tingkat penggunaannya berdasarkan persepsi mereka tentang utilitas TI dengan mempertimbangkan utilitas

¹² Diakses <https://databoks.katadata.co.id/> pada tanggal 02 Oktober 2021, pukul 13:32.

¹³ Diakses website Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tanggal 02 Oktober 2021, pukul 14:00

¹⁴ Badan Pusat Statistik, *Profil Generasi Milenial Indonesia* (Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, 2018), hlm. 17.

teknologi. TAM menunjukkan bahwa manfaat dan kemudahan penggunaan yang dirasakan sangat penting dalam menjelaskan minat pengguna. TAM telah banyak diterapkan dalam banyak penelitian yang telah dipelajari lebih lanjut oleh berbagai kondisi dan objek dalam upaya menganalisis perilaku reseptif keterampilan individu. TAM adalah teori yang paling sejalan untuk memprediksi niat atau keinginan individu untuk menggunakan teknologi.¹⁵

Selain manfaat yang dirasakan dan faktor kegunaan yang dirasakan yang dapat mempengaruhi minat menggunakan teknologi, faktor lain termasuk kepercayaan dan risiko yang dirasakan. Terlepas dari kenyataan bahwa teknologi menawarkan banyak manfaat dan kemudahan bagi pengguna, banyak orang menolak untuk menggunakannya dan tidak mempercayainya karena masalah keamanan. Pandangan subjektif seseorang tentang ketidakpastian dan konsekuensi negatif dari penggunaan produk atau layanan didefinisikan sebagai risiko. Dalam konteks ini, kepercayaan mengacu pada asumsi bahwa masing-masing saling bergantung pada yang lain.

Banyak penelitian yang menilai pengaruh pada sistem teknologi menggunakan kepercayaan diri, bahaya yang dirasakan, kemudahan penggunaan yang dilaporkan, dan manfaat yang dirasakan sebagai variabel independen.. Namun, hasil penelitian yang menggunakan faktor-faktor yang disebutkan di atas sangat bervariasi. Selain itu, di antara banyak penelitian, hanya sedikit dari keempat variabel ini yang digabungkan bersama untuk pengujian menggunakan QR Code Indonesia (QRIS).

Ada banyak perubahan hasil penelitian dalam penelitian sebelumnya, seperti penelitian Hutami A Ningsih dkk dari tahun 2021, yang menemukan bahwa manfaat yang dirasakan, kemudahan penggunaan, dan risiko yang dirasakan semuanya memiliki dampak yang menguntungkan dan substansial pada pilihan untuk memanfaatkan QRIS. Hal ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Oktaviana Banda Saputri pada tahun 2020 yang menunjukkan bahwa setidaknya ada satu variabel independen dalam penelitian ini yang memiliki pengaruh yang

¹⁵ A Pamuji, "Pengembangan Model Penerimaan Teknologi Termodifikasi Pada Persepsi Jarak Sosial, Dan Persepsi Jarak Fisik," *Jurnal Sistem Cerdas* 03, no. 02 (2020): hlm. 167.

cukup besar terhadap minat pelanggan dalam memanfaatkan QRIS, berdasarkan persepsi kemudahan, kepercayaan, manfaat, dan resiko. Namun, berdasarkan hasil uji parsial, ditemukan bahwa faktor manfaat yang dirasakan memiliki dampak yang cukup besar terhadap minat pelanggan untuk menggunakan QRIS, sedangkan aspek lainnya memiliki dampak yang minimal. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat banyak perbedaan hasil penelitian dalam penggunaan variabel-variabel tersebut..

Peneliti melakukan penelitian di FEBI UIN-Sumatera Utara dengan alasan karena Mahasiswa termasuk kedalam kategori generasi *Milenial* yang termasuk kelahiran 1998-2000, sebagaimana yang diketahui generasi *Milenial* yang hidup di zaman *internet booming* penggunaan teknologi, selain alasan itu berdasarkan prariset yang dilakukan peneliti, didapatkan 6-10 Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam belum tau apa itu QRIS, bahkan ada yang berasumsi bahwa QRIS merupakan aplikasi atau berebentuk kartu. Padahal QRIS merupakan sistem kode QR sebagai alat pembayaran non tunai yang dapat diakses semua aplikasi dompet digital. Seharusnya mahasiswa-mahasiswi inilah yang lebih paham tentang QRIS ini dan juga sebagai pemihak.

Dengan *Quick Response Indonesia Standard (QRIS)*, Bank Indonesia mempermudah dan mempercepat mahasiswa dalam melakukan transaksi nontunai, sehingga terhindar dari membawa uang tunai dalam jumlah besar di saku dengan memanfaatkan uang elektronik yang tersimpan di ponsel. Mitra QRIS, seperti toko, kafe, UMKM, kontribusi, dan kegiatan ekonomi lainnya, dapat diakses secara digital dari mana saja. Serta tidak merasa takut lagi dengan pengembalian uang yang tidak pas, mengurangi penyebaran uang palsu, serta membantu pemerintah untuk membawa Indonesia menuju *Cashless Society*.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, peneliti tertarik untuk melakukan studi mendalam lebih lanjut tentang minat Mahasiswa dalam memanfaatkan QRIS menggunakan karakteristik seperti persepsi kepercayaan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan persepsi resiko. Oleh karena itu, peneliti melakukan penelitian yang berjudul “**Persepsi Konsumen dalam Menggunakan**

Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) Sebagai Alat Pembayaran Digital (Studi Kasus Mahasiswa Febi Uinsu Medan)

B. Identifikasi Masalah

Berikut adalah indentifikasi masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini, berdasarkan konteks yang dikemukakan di atas.

1. Terdapat perbedaan hasil penelitian pada temuan penelitian terdahulu
2. Minat Mahasiswa/i menggunakan pembayaran menggunakan *Quick Response Code Indonesi Standard (QRIS)* masih sedikit padahal sebagai mahasiswa tentu menjadi acuan dalam penggunaan teknologi digital zaman sekarang ini.
3. Masih sedikitnya yang mengetahui apa saja keuntungan yang bisa diperoleh melalui pembayaran dengan QRIS.
4. Sedikitnya pengguna QRIS akan menjadi halangan Pemerintah untuk membawa Indonesia menuju *Cashless Society*
5. Variabel-variabel manakah yang mempengaruhi menggunakan QRIS sebagai faktor yang layak dipertimbangkan dan dikembangkan dalam sistem ini.

C. Batasan Masalah

Peneliti menetapkan batasan masalah berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah agar materi yang diberikan dalam penelitian ini dapat mencapai tujuannya. Batasan masalah penelitian ini didedikasikan untuk kesadaran konsumen terhadap penggunaan QRIS sebagai alat pembayaran digital bagi mahasiswa FEBI UINSU stambuk 2016-2018. Variabel independennya yaitu persepsi kepercayaan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan dan persepsi resiko. Sedangkan variabel dependennya yaitu minat menggunakan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*.

D. Rumusan Masalah

Rumusan masalah berikut ini diturunkan dari latar belakang masalah seperti yang dijelaskan oleh penulis yaitu:

1. Apakah ada pengaruh secara parsial antara persepsi “kepercayaan” konsumen dengan minat mahasiswa menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran?
2. Apakah ada pengaruh secara parsial antara persepsi “manfaat” konsumen dengan minat mahasiswa menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran?
3. Apakah ada pengaruh secara parsial antara persepsi “kemudahan penggunaan” konsumen dengan minat mahasiswa menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran?
4. Apakah ada pengaruh secara parsial antara persepsi “resiko” konsumen dengan minat mahasiswa menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran?
5. Apakah persepsi konsumen tentang kepercayaan, manfaat, kemudahan penggunaan, dan risiko secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi minat konsumen untuk menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran di kalangan Mahasiswa?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini berdasarkan latar belakang penelitian, identifikasi masalah, dan rumusan masalah penelitian seperti yang ditunjukkan di atas sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kepercayaan secara parsial terhadap minat konsumen menggunakan QRIS dikalangan Mahasiswa.
- b. Untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat secara parsial terhadap minat konsumen menggunakan QRIS dikalangan Mahasiswa.
- c. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan secara parsial terhadap minat konsumen menggunakan QRIS dikalangan Mahasiswa.
- d. Untuk mengetahui pengaruh persepsi resiko secara parsial terhadap minat konsumen menggunakan QRIS dikalangan Mahasiswa.

- e. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, kemudahan kegunaan, kemanfaatan, resiko secara simultan terhadap minat konsumen menggunakan QRIS dikalangan Mahasiswa

2. Manfaat Penelitian.

Setelah selesainya penelitian ini, manfaat yang diharapkan adalah sebagai berikut:

- a. Manfaat Teoritis.

Penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan informasi dan pengetahuan kepada mahasiswa mengenai dampak QRIS terhadap minat memanfaatkan QRIS sebagai alat pembayaran digital.

- b. Secara Akademik.

Penelitian ini diharapkan sebagai rujukan untuk penelitian yang akan datang.

- c. Secara Praktis.

Penelitian ini dimaksudkan untuk melengkapi persyaratan tugas akhir Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN-SU untuk mendapatkan gelar S.E.

- d. Bagi Bank Indonesia

Untuk mengetahui sejauh mana implementasi QRIS ini di masyarakat, khususnya lingkungan Mahasiswa.

F. Batasan Istilah

Batasan istilah penelitian ini adalah sebagai berikut, agar penyusunan artikel ini tidak menyimpang dari pembahasan:

1. Persepsi adalah kecenderungan seseorang terhadap sesuatu di wilayah tertentu, yang artinya persepsi setiap orang terhadap sesuatu akan berbeda.
2. QRIS ialah kode QR untuk pembayaran tanpa uang tunai dengan memindahkan kode batang yang tersedia dari pedagang melalui ponsel.

3. Uang elektronik adalah uang yang disimpan secara elektronik pada server atau kartu dan merupakan salah satu bentuk pembayaran bagi bank-bank di Indonesia sehingga dapat dilakukan pemantauan dan pengendalian secara langsung atas penggunaan dan peredarannya.
4. Tujuan dari peneliti ini ialah untuk mengevaluasi sejauh mana penggunaan QRIS, terutama di kalangan mahasiswa

