

ABSTRAK

Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Keamanan QRIS Terhadap Kemudahan Bertransaksi Digital Konsumen Pada UMKM di Kawasan Pantai Panjang Kota Bengkulu.

Oleh :
Nira Mastiana¹
Tezar Arianto. SE, MM²

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, dan Persepsi Keamanan QRIS terhadap Pengalaman Bertransaksi Digital Konsumen pada UMKM Kuliner di Kawasan Pantai Panjang Kota Bengkulu. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner menggunakan skala Likert. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen UMKM kuliner di Kawasan Pantai Panjang Kota Bengkulu dengan teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling sehingga diperoleh sampel sebanyak 160 responden. Teknik analisis data yang digunakan meliputi analisis regresi linier berganda, uji koefisien determinasi (R^2), uji parsial (uji t), dan uji simultan (uji F).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial Persepsi Kemudahan Penggunaan (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Pengalaman Bertransaksi Digital dengan nilai t hitung $5,694 > t$ tabel $1,975$ dan $\text{sig } 0,002 < 0,05$, Persepsi Manfaat (X_2) berpengaruh signifikan dengan nilai t hitung $2,738 > t$ tabel $1,975$ dan $\text{sig } 0,001 < 0,05$, serta Persepsi Keamanan QRIS (X_3) berpengaruh signifikan dengan nilai t hitung $24,882 > t$ tabel $1,975$ dan $\text{sig } 0,000 < 0,05$. Secara simultan diperoleh nilai F hitung sebesar $215,379 > F$ tabel $3,05$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, yang menunjukkan bahwa ketiga variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Pengalaman Bertransaksi Digital. Nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar $0,806$ atau $80,6\%$, yang berarti Pengalaman Bertransaksi Digital dipengaruhi oleh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, dan Persepsi Keamanan QRIS sebesar $80,6\%$, sedangkan sisanya $19,4\%$ dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

Kata Kunci: Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan QRIS, Pengalaman Bertransaksi Digital.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, and Perceived Security of QRIS on Consumers' Digital Transaction Experience at Culinary MSMEs in the Pantai Panjang Area, Bengkulu City. This research employed a quantitative method using questionnaires with a Likert scale as the data collection technique. The population consisted of consumers of culinary MSMEs in the Pantai Panjang area, Bengkulu City. The sampling technique used was purposive sampling, resulting in 160 respondents. The data analysis techniques included multiple linear regression analysis, coefficient of determination (R^2), partial test (t-test), and simultaneous test (F-test).

The results showed that partially, Perceived Ease of Use (X1) had a significant effect on Digital Transaction Experience with a t-value of 5.694 > t-table of 1.975 and a significance value of $0.002 < 0.05$; Perceived Usefulness (X2) also had a significant effect with a t-value of 2.738 > t-table of 1.975 and a significance value of $0.001 < 0.05$; and Perceived Security of QRIS (X3) had a significant effect with a t-value of 24.882 > t-table of 1.975 and a significance value of $0.000 < 0.05$. Simultaneously, the study obtained an F-value of 215.379 > F-table of 3.05 with a significance level of $0.000 < 0.05$, indicating that all independent variables jointly had a significant effect on Digital Transaction Experience. The coefficient of determination (R Square) was 0.806 or 80.6%, meaning that Digital Transaction Experience was influenced by Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, and Perceived Security of QRIS by 80.6%, while the remaining 19.4% was influenced by other variables outside this study.

Keywords: Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Perceived Security, QRIS, Digital Transaction Experience.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada era globalisasi seperti ini komunikasi sangatlah berperan penting dalam kehidupan manusia. Melalui teknologi yang terus dikembangkan dapat semakin memudahkan manusia untuk menemukan berbagai informasi dan bertukar pikiran. Internet adalah salah satu media alternative yang dapat memudahkan manusia untuk berkomunikasi dengan adanya internet, komunikasi menjadi lebih cepat dan efektif. Seiring dengan meningkatnya kebutuhan pelanggan akan produk telekomunikasi. Maka perusahaan harus mempunyai strategi-strategi yang baik untuk mengetahui dan memahami kebutuhan pelanggan serta kepercayaan masyarakat.

Bisnis *Internet Service Provider (ISP)* saat ini sudah semakin marak di Indonesia. Maka dari itu perusahaan tidak hanya berfokus pada kualitas produk yang diberikan, tetapi perusahaan harus memperhatikan juga pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Memberikan perhatian kepada pelanggan akan memberikan kepuasan tersendiri bagi pelanggan tersebut. Terutama untuk mendapatkan konsumen baru dan mempertahankan konsumen yang sudah ada merupakan satu-satunya urusan yang sama bagi semua bisnis dalam persaingannya, dan kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis maupun manajemen sebagai komponen menuju loyalitas pelanggan.

Kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya, memperoleh

pelanggan yang setia dan berjangka panjang adalah salah satu prasyarat utama supaya perusahaan bisa tetap hidup dan bersaing. Hal tersebut dapat disebabkan oleh pelayanan terbaik yang diberikan oleh suatu perusahaan, maka perusahaan yang berhasil dalam pelayanan prima adalah perusahaan yang meletakkan konsumen mereka di puncak segala-galanya dari apa yang mereka lakukan

Menurut Schmitt (2013) pengalaman pengguna adalah sebuah pengalaman yang dimana pengalaman nya merupakan sebuah peristiwa pribadi yang terjadi dan dirasakan karena adanya stimulus tertentu (misalnya diberikan oleh pihak pemasar sebelum dan sesudah pembelian barang dan jasa).

Menurut (Chen dan Lin, 2014), pengalaman konsumen merupakan sebuah pendapat yang akan bisa menambah Pengalaman pelanggan digital (digital customer experience) memainkan peran yang semakin penting dalam mempengaruhi Keputusan pembelian konsumen dalam e-commerce. Oleh karena itu, memahami elemen-elemen kunci dari pengalaman pelanggan digital menjadi sangat krusial bagi pelaku bisnis e-commerce.

Menurut Agustina, 2022 kemudahan penggunaan adalah ukuran sejauh mana teknologi tersebut mudah dipelajari dan digunakan tanpa memerlukan usaha yang lebih. Kemudahan penggunaan juga mencakup konsep bahwa teknologi informasi dapat mengurangi usaha seseorang, baik dalam hal waktu maupun tenaga yang dibutuhkan untuk mempelajarinya atau menggunakannya, karena pada dasarnya individu yakin bahwa teknologi informasi tersebut mudah dimengerti dan tidak akan menyulitkan mereka dalam menjalankan tugas mereka.

Davis (2017) mendefinisikan manfaat yang dirasakan sebagai penilaian subjektif pengguna tentang seberapa besar kemungkinan menggunakan suatu sistem akan meningkatkan kinerjanya. Hal ini dapat diartikan sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa pemanfaatan teknologi akan meningkatkan prestasi kerjanya.

Keamanan merupakan pengendalian kegiatan untuk menjamin kondisi memenuhi standar, Menurut Fadlillah et al., (2021) Keamanan merupakan faktor pendorong penggunaan layanan dan berperan penting dalam menjamin privasi pengguna dompet elektronik. Keamanan aplikasi e-wallet menjadi kunci untuk melindungi dari kejahatan elektronik. Teknologi perlindungan digunakan untuk memastikan keamanan pengguna. Keamanan aplikasi mencakup kebijakan dan prosedur yang mengontrol dan mengelola sistem keamanan, termasuk prosedur pasca operasional. Ketika keamanan memenuhi harapan pengguna, pengguna cenderung mengungkapkan informasi pribadi dan merasa aman menggunakan dompet elektronik.

Dari hasil survey yang dilakukan dalam penelitian banyak konsumen memberikan apresiasi akan UMKM kuliner di kawasan pantai panjang Kota Bengkulu berbagai tanggapan sehingga penjualan yang dilakukan pada konsumen pada tanggal 20 Oktober 2025 diantaranya saudara Bapak Markoni, bapak ujang, bapak salahudin, ibu Alawilah, ibu susi, ibu uci dan Nadya serta rata ada yang bahwa UMKM di Pantai Panjang di Kota Bengkulu masih belum banyak dan paham dalam pemahaman pemakaian dengan baik dan kebanyakan belum paham akan manfaat Qris serta belum yakin akan keamanan dalam menggunakan QRIS

masih terbatas dan belum banyak menggunakan alasan belum paham lebih tertarik untuk bayar kas sehingga banyak konsumen yang datang kepantai panjang enggan untuk berbelanja di Outlet pantai lebih memilih di BIM saja.

Dari permasalahan latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk meneliti dengan judul “ **Pengaruh Persepsi kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Keamanan Qris terhadap Pengalaman bertransaksi Digital Konsumen pada UMKM di Pantai panjang Kota Bengkulu**”.

1.2. Identifikasi Masalah

Permasalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pada saat ini konsumen belum banyak yang memiliki QRIS untuk bertransaksi sehingga konsumen masih belum banyak yang paham dalam menggunakan QRIS serta apalagi untuk Pengalaman bertransaksi Digital Konsumen hal ini dikarenakan masih banyak konsumen yang belum paham begitu juga pedagang di Pantai Panjang.
2. Perlakuan yang dilakukan akan persepsi kemudahan kepada konsumen belum paham untuk penggunaan QRIS dengan tren yang ada masih belum membuat konsumen banyak yang tertarik pada UMKM kuliner di kawasan pantai panjang Kota Bengkulu
3. Dari hasil temuan menyatakan bahwa persepsi mafaat yang dilakukan tidak terlalu efektif sehingga penjualan masih rendah

1.3. Batasan Masalah

Untuk lebih memberikan penjelasan yang lebih kongkrit maka penelitian ini dibatasi pada Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Keamanan

berpengaruh terhadap Pengalaman Bertransaksi Digital pada UMKM Kuliner di kawasan Pantai Panjang kota Bengkulu

1.4. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah Persepsi Kemudahan penggunaan QRIS berpengaruh terhadap Pengalaman bertransaksi digital pada UMKM Kuliner di kawasan Pantai Panjang kota Bengkulu ?
2. Apakah Persepsi manfaat penggunaan QRIS berpengaruh terhadap Pengalaman bertransaksi digital pada UMKM Kuliner di kawasan Pantai Panjang kota Bengkulu ?
3. Apakah Persepsi Keamanan penggunaan QRIS berpengaruh terhadap Pengalaman Bertransaksi Digital pada UMKM Kuliner di kawasan Pantai Panjang kota Bengkulu ?
4. Apakah Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Keamanan penggunaan QRIS berpengaruh terhadap Pengalaman Bertransaksi Digital pada UMKM Kuliner di kawasan Pantai Panjang kota Bengkulu

1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh Persepsi Kemudahan penggunaan QRIS terhadap Pengalaman bertransaksi digital pada UMKM Kuliner di kawasan Pantai

Panjang kota Bengkulu

2. Untuk mengetahui pengaruh Persepsi manfaat penggunaan QRIS terhadap Pengalaman bertransaksi digital pada UMKM Kuliner di kawasan Pantai Panjang kota Bengkulu
3. Untuk mengetahui pengaruh Persepsi Keamanan penggunaan QRIS terhadap Pengalaman Bertransaksi Digital pada UMKM Kuliner di kawasan Pantai Panjang kota Bengkulu
4. Untuk mengetahui pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Keamanan penggunaan QRIS terhadap Pengalaman Bertransaksi Digital pada UMKM Kuliner di kawasan Pantai Panjang kota Bengkulu

1.6. Manfaat penelitian

Hasil penelitian ini dapat mendukung teori Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Keamanan terhadap Pengalaman Bertransaksi Digital, dan hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat yang sangat berharga pada perkembangan ilmu pemasaran terkhususnya pada UMKM Kuliner di Kawasan Pantai Panjang di Kota Bengkulu. tersebut. Manfaat penelitian adalah sebagai berikut :

- a. Bagi peneliti Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengalaman yang sebenarnya tentang pemasaran.
- b. Bagi Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Bengkulu. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi umkm di Kawasan Pantai Panjang kota Bengkulu dalam memecahkan masalah yang dihadapi,

khususnya mengenai Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Keamanan terhadap Pengalaman Bertransaksi Digital.

- c. Bagi pihak lain Hasil penelitian ini dapat menambah wawaasan dan djadikan referensi akademik serta menjadi bahan perbandingan dalam melaksanakan penelitian pada bidang kajian yang sama.

