

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring berkembangnya zaman, teknologi menjadi komponen utama dalam memicu adanya transformasi di segala aspek kehidupan. Perubahan ini mulai terasa dengan adanya proses digitalisasi yang semakin marak, menyebabkan adanya transisi dari metode konvensional ke digital. Transaksi digital dengan segala kenyamanan dan kemudahan yang ditawarkan menyebabkan angka transaksi digital makin lama makin meningkat (Amory et al., 2025; Sulistyowati et al., 2020). Hal ini dibuktikan dengan adanya peningkatan nilai transaksi digital yang signifikan, di mana pertumbuhan tersebut dimulai dari Rp981,3 miliar pada tahun 2011 hingga mencapai Rp6.146,6 miliar pada tahun 2013 (kompas.id, 2023). Angka tersebut semakin meningkat di era pandemi *Coronavirus Disease 2019* (Covid-19) yang menyebabkan semua aspek kehidupan mengalami digitalisasi yang lebih masif, mulai dari cara bekerja, berinteraksi, hingga bertransaksi. Menurut Satata & Anwar (2023), adanya pembatasan kontak secara fisik ini dapat membawa perubahan yang positif bagi pertumbuhan transaksi berbasis elektronik di Indonesia. Haqiqi & Pertiwi (2022) juga menegaskan bahwa pertumbuhan *financial technology* (*fintech*) pada saat pandemi berperan penting dalam memudahkan masyarakat melakukan transaksi secara digital.

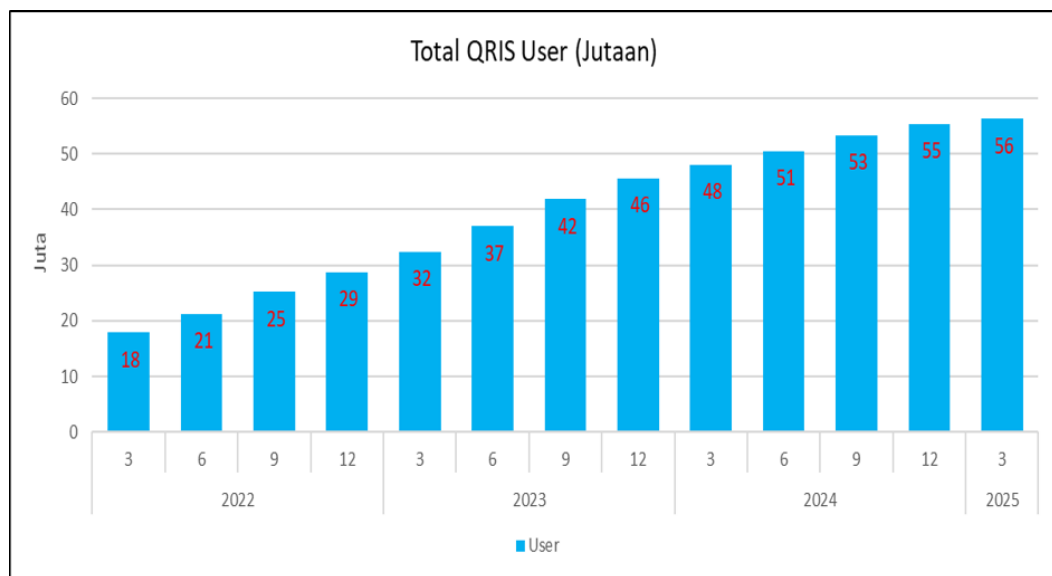
Menanggapi digitalisasi transaksi di era pandemi, Bank Indonesia mengeluarkan Peraturan Anggota Dewan Gubernur (PADG) Nomor 21/18/PADG/2019 yang berisi mengenai implementasi *Quick Response* (QR) *Code* berstandar nasional yang diberi nama *QR Code Indonesia Standard* (QRIS). QRIS merupakan sebuah sistem berbasis kode QR yang dapat digunakan untuk berbagai jenis transaksi, termasuk pembayaran. Regulasi yang diterbitkan Bank Indonesia melibatkan berbagai pihak, mulai dari institusi berskala besar seperti perbankan hingga pelaku usaha dengan skala kecil seperti pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) agar dapat memanfaatkan QRIS dengan optimal. Pada PADG Nomor 21/18/PADG/2019 juga menyebutkan bahwa penggunaan *QR Code* sebelum PADG tersebut berlaku wajib menyesuaikan dengan standar QRIS yang telah ditetapkan. Adanya regulasi tersebut turut mendorong angka jumlah transaksi QRIS hingga mencapai 124 juta transaksi dengan nilai sebesar Rp8,2 triliun pada tahun peluncurannya di 2020 (republika.com, 2023).

Kombinasi antara meningkatnya tren penggunaan transaksi digital akibat pandemi dan respons Bank Indonesia melalui peluncuran QRIS telah menyumbang volume besar terhadap jumlah transaksi digital di Indonesia. Tidak hanya memberikan solusi akan anjuran pembayaran *cashless* selama pandemi, QRIS juga menawarkan kemudahan serta manfaat yang bisa dirasakan secara langsung oleh pengguna sehingga memperbesar kesempatan adopsi baik dari pihak konsumen maupun *merchant*. Dampak dari meningkatnya preferensi masyarakat terhadap layanan pembayaran digital

sejak tahun 2019 tercermin pada nilai transaksi digital yang mencapai angka Rp473 triliun (kompas.id, 2023). Nilai transaksi digital menunjukkan peningkatan signifikan pada tahun 2022 setelah penggunaan QRIS dioptimalkan. Pada tahun tersebut, nilai transaksi digital mencapai puncaknya, yaitu sebesar Rp1.177,8 triliun.

Di awal peluncurannya, Bank Indonesia juga meluncurkan kampanye yang dinamakan PAKAI QRIS sebagai upaya mempercepat adopsi pembayaran digital. PAKAI merupakan singkatan dari Praktis, Aman, Kekinian, Andal, dan Inklusif yang menggambarkan nilai utama penggunaan QRIS. Data pada gambar 1.1 yang menunjukkan adanya peningkatan jumlah pengguna QRIS di tiap tahunnya, menunjukkan bahwa promosi yang dilakukan Bank Indonesia menuaikan hasil dan juga manfaat QRIS jelas terlihat serta dirasakan dengan baik dari sisi konsumen maupun *merchant*. Hal ini selaras dengan tujuan nasional Bank Indonesia dalam menciptakan sistem pembayaran digital yang inklusif, efektif, dan adaptif terhadap kebutuhan masyarakat. Keberhasilan Bank Indonesia dalam mendorong masyarakat mengadopsi QRIS telah menjadi pendorong signifikan dalam peningkatan transaksi digital. Didukung dengan paparan Gubernur Bank Indonesia, BI Perry Warjiyo, transaksi *year-on-year* (yoy) pada tahun 2024 yang menyentuh angka 50,50 juta dengan jumlah *merchant* 32,71 juta. Dan pertumbuhan transaksi QRIS saja pada setahun terakhir mencapai 226,54 persen (komdigi.go.id, 2024). Peningkatan jumlah dan nilai transaksi digital tersebut berlanjut pada tahun-tahun berikutnya. Dikutip dari artikel IDN Financials, Bank Indonesia melaporkan adanya

pertumbuhan transaksi digital secara signifikan pada tahun 2024, yang diperoleh dari meningkatnya transaksi melalui QRIS dan BI-Fast dengan peningkatan sebesar 36,1% *year-on-year* (yoy) dengan total 34,5 milyar transaksi pada tahun 2024.



Gambar 1.1 Jumlah Pengguna QRIS

Sumber: ASPI (2025)

Keberhasilan perkembangan QRIS secara nasional, menghasilkan daya tarik untuk mengetahui lebih lanjut bagaimana penerapan yang dapat berdampak pada ekosistem layanan keuangan modern, khususnya pada bank digital. Pada tahun 2021 terdapat peluncuran tiga bank digital yaitu, SeaBank yang merupakan produk dari PT Bank Seabank Indonesia, Bank Jago dari PT Bank Jago Tbk, dan Blu dari PT Bank Digital BCA (anak perusahaan PT Bank Central Asia Tbk). Namun, meskipun diluncurkan pada periode yang sama, jumlah pengguna Blu masih tertinggal jauh jika dibandingkan dengan dua bank digital lainnya. SeaBank memiliki *market share* sebesar 57%, disusul oleh Bank

Jago di angka 36%, dan Blu dengan angka 26% (populix.co, 2024). Padahal, Blu masih termasuk produk dari anak perusahaan yang juga meluncurkan Bank BCA, bank yang terkenal dengan reputasi tinggi (Brand Finance, 2025).

Sejalan dengan berkembangnya ekosistem perbankan digital, Blu sebagai salah satu bank digital yang diluncurkan pada tahun 2021 turut menghadirkan fitur pembayaran berbasis QRIS sebagai bagian dari layanan transaksi digitalnya. QRIS pada aplikasi Blu terintegrasi langsung dengan rekening pengguna, sehingga memungkinkan pengguna melakukan pembayaran kepada merchant QRIS maupun transfer dana melalui pemindaian kode QR tanpa memerlukan pengelolaan saldo terpisah. Integrasi tersebut menjadikan QRIS dalam aplikasi Blu tidak hanya berfungsi sebagai alat pembayaran, tetapi juga sebagai sarana transaksi perbankan yang mendukung aktivitas keuangan harian pengguna. Namun demikian, keberadaan fitur QRIS dalam layanan Blu belum tentu diikuti oleh tingkat penggunaan yang optimal oleh pengguna, sehingga diperlukan kajian lebih lanjut mengenai faktor apa saja yang memengaruhi intensitas penggunaan QRIS dalam aplikasi Blu.

Kondisi ini menimbulkan pertanyaan terkait faktor-faktor yang memengaruhi intensitas penggunaan QRIS pada aplikasi Blu oleh masyarakat. Sebagai contoh, survei dari Populix (2022) menunjukkan bahwa SeaBank menjadi salah satu aplikasi bank digital yang paling banyak digunakan masyarakat karena SeaBank menawarkan promo *cashback* secara agresif serta berintegrasi dengan layanan platform *e-commerce* populer, sehingga cepat mendapatkan cakupan pengguna yang luas. Bank Jago berhasil memosisikan

diri melalui integrasi ekosistem digital yang kuat melalui platform Gojek dan GoPay, sehingga mampu meningkatkan intensitas penggunaan secara organik. Sementara itu, Blu lebih menekankan pada citra reputasi induk perusahaan dan keunggulan ekosistem BCA, yang ternyata pendekatan ini belum sepenuhnya mampu menarik pengguna dalam jumlah signifikan.

Tabel 1.2 Perbandingan Jumlah Pengguna SeaBank, Bank Jago, dan Blu by BCA

Nama Bank Digital	Tahun Peluncuran	Jumlah Pengguna (2023)	Jumlah Pengguna (2024)
SeaBank	2021	10 juta	17 juta
Bank Jago	2021	10,2 juta	15,3 juta
Blu by BCA	2021	1,7 juta	2,4 juta

Sumber: bisnis.com, tempo.co, jago.com, Blu Sustainability Report 2024 (data diolah)

Pada tabel 1.2 tampak bahwa performa Blu belum menunjukkan tingkat adopsi yang sebanding dengan kompetitornya. Salah satu alasan yang mendasari kondisi ini adalah kebiasaan pengguna yang telah terlebih dahulu beradaptasi dengan aplikasi bank digital lain. Berdasarkan pra-survei, sebagian besar responden menilai bahwa Seabank lebih mudah digunakan dan memiliki kestabilan yang baik, sehingga pengguna lebih cepat beradaptasi dan terbiasa dengan cara kerja aplikasinya. Kondisi ini menunjukkan bahwa reputasi

perusahaan induk saja tidak selalu cukup untuk meningkatkan intensitas penggunaan suatu layanan digital.

Menurut Davis (1989), pada teori TAM terdapat dua faktor utama yang memengaruhi *intention to use* (intensitas penggunaan) yaitu, *perceived ease of use* (kemudahan penggunaan) dan *perceived usefulness* (kegunaan) dari sebuah sistem. Sejalan dengan teori tersebut, Danurwindo et al. (2021) juga berpendapat bahwa penerimaan pengguna terhadap suatu sistem terbentuk ekspektasi terhadap kegunaan dan kemudahan penggunaan sistem tersebut telah terpenuhi. Kegunaan mengacu pada seberapa jauh QRIS mampu memberikan dampak yang relevan pada kebutuhan pengguna dalam berbagai kondisi. Sedangkan, kemudahan penggunaan berkaitan dengan seberapa besar yang diperlukan untuk memahami dan mengoperasikan sebuah sistem, bahkan untuk pengguna yang baru menggunakan sistem pembayaran digital sekalipun. Dalam konteks QRIS, kegunaan sering menjadi faktor awal yang menarik minat pengguna untuk mencoba menggunakan, namun kemudahan penggunaan yang akan membuat para pengguna merasa nyaman dan terus memakainya. Dengan artian, kegunaan dapat berperan sebagai pendorong awal, sedangkan kemudahan penggunaan menjaga keberlanjutan intensitas penggunaan. Keduanya bersifat saling melengkapi. Sebuah sistem yang berguna namun rumit penggunaannya cenderung diabaikan oleh pengguna, sedangkan sistem yang mudah penggunaannya namun tidak memiliki nilai guna yang tidak relevan bagi kebutuhan pengguna juga cenderung tidak akan digunakan lebih lanjut.

Hubungan tersebut selaras dengan hasil pra-survei dengan identitas responden dominan Gen Z & Gen Milenial yang menunjukkan bahwa pengguna cenderung menggunakan kembali sebuah sistem apabila sudah terbiasa menggunakan sistem tersebut (62%), yang dipengaruhi oleh penggunaan sistem yang dirasa lebih cepat dan stabil daripada sistem lain yang serupa (37%), disamping promosi yang ditawarkan (34%) dan kegunaan sistem yang telah terintegrasi dengan layanan lain (34%). Adanya perbedaan yang signifikan tersebut dikarenakan 90% pengguna Blu merupakan Gen Z & milenial, karena segmen tersebut sangat sensitif terhadap *utility value* sehingga penggunaanya cenderung membandingkan layanan digital yang tersedia (kontan.co.id, 2025). Adanya kemudahan penggunaan juga membuat sebagian besar pengguna cenderung menggunakan layanan yang tersedia di aplikasi Blu sebab kemudahan akses yang ditawarkan (Angelita & Wikartika, 2025).

Dengan demikian, dapat diambil kesimpulan bahwa kegunaan dan kemudahan penggunaan bukan hanya menjadi faktor penting dalam menarik minat awal pengguna, tetapi juga berpotensi memengaruhi seberapa sering dan konsisten pengguna memanfaatkan fitur QRIS pada aplikasi Blu. Dalam konteks ini, intensitas penggunaan muncul sebagai variabel penting untuk melihat apakah kehadiran fitur QRIS dinilai bermanfaat dan mudah digunakan benar-benar mendorong pengguna untuk tetap aktif menggunakannya di aplikasi Blu dalam jangka panjang. Intensitas penggunaan yang tinggi berarti penggunaanya telah mencapai tahap kebiasaan yang konsisten. Selain itu, keberhasilan suatu inovasi sistem tidak hanya diukur dari jumlah penggunaanya.

Melainkan juga dari frekuensi penggunaan yang berulang dalam berbagai konteks transaksi (Ba & Khudriyah, 2024).

Sejumlah penelitian terdahulu telah meneliti pengaruh kegunaan terhadap intensitas penggunaan layanan digital. Beberapa adalah penelitian oleh Paramananda & Sukaatmadja (2024) serta Wandarman Lumbu & I Made Wardana (2024) yang menunjukkan adanya pengaruh dari kegunaan terhadap intensitas penggunaan, di mana semakin tinggi pengguna percaya bahwa sistem tersebut bermanfaat, semakin tinggi pula intensitas penggunaan yang terjadi. Namun, hasil dari penelitian tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Halim et al. (2020) serta Herawati & Mukhsin (2023) yang justru menyatakan bahwa kegunaan tidak memiliki pengaruh terhadap intensitas penggunaan dikarenakan pengguna sering kali dipengaruhi oleh faktor lain seperti kepuasan terhadap penggunaan yang berperan untuk mengubah kebiasaan pengguna yang sudah lama terbentuk.

Inkonsistensi hasil juga ditemukan pada interaksi antara variabel kemudahan penggunaan terhadap intensitas penggunaan. Dimana Noh et al. (2024) dan Setiawan & Setyawati (2020) menemukan bahwa kemudahan penggunaan memiliki pengaruh terhadap intensitas penggunaan. Sedangkan, Musa F. Silaen et al. (2021) dan Sarita & Martutiningrum (2025) tidak menemukan adanya pengaruh kemudahan penggunaan terhadap intensitas penggunaan maupun keputusan untuk mengadopsi sistem baru, melainkan kemudahan penggunaan hanya memperkuat pengalaman pengguna terhadap penggunaan sebuah sistem. Yang mana, pengguna cenderung

mempertimbangkan untuk menggunakan sebuah sistem secara berulang karena nilai guna dari sistem tersebut daripada kemudahan penggunaan yang ditawarkan saat sistem tersebut digunakan.

Dikarenakan adanya inkonsistensi hasil dari kedua hubungan antar variabel kegunaan dan kemudahan penggunaan terhadap variabel intensitas penggunaan, diperlukan variabel lain yang dapat menjembatani hubungan tersebut. Kepuasan pengguna dipandang sebagai variabel mediasi yang relevan untuk menjadi jembatan antara kegunaan dan kemudahan penggunaan terhadap intensitas pengguna. Kepuasan pengguna adalah sebuah reaksi di mana pengguna percaya efek dari penggunaan sebuah sistem memenuhi ekspektasi mereka setelah menggunakan layanan *fintech* (Ha et al., 2016). Selain dipandang sebagai reaksi positif pengguna yang telah merasakan kegunaan serta kemudahan penggunaan terhadap sebuah sistem, hal ini selaras dengan hasil penelitian dari Zhang & Kim (2020) dan Bhattacharjee (2001) yang menunjukkan bahwa intensitas penggunaan dipengaruhi oleh tingkat kepuasan yang tinggi dari pengguna untuk terus menggunakan sebuah sistem secara berulang.

Merujuk pada latar belakang dan penelitian terdahulu yang memiliki hasil yang berbeda menjadi salah satu alasan mengapa penelitian ini perlu untuk dilakukan. Adanya perbedaan dalam metode penelitian, variabel yang digunakan, serta indikator dari tiap variabel turut akan memberikan hasil akhir yang berbeda pula. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian

berjudul “Pengaruh Kegunaan dan Kemudahan Penggunaan terhadap Intensitas Pengguna QRIS dengan Kepuasan Penggunaan sebagai Variabel *Intervening*”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penelitian ini merumuskan beberapa pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah kegunaan berpengaruh terhadap intensitas penggunaan fitur QRIS pada aplikasi Blu?
2. Apakah kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap intensitas penggunaan fitur QRIS pada aplikasi Blu?
3. Apakah kegunaan berpengaruh terhadap intensitas penggunaan fitur QRIS pada aplikasi Blu melalui kepuasan pengguna?
4. Apakah kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap intensitas penggunaan fitur QRIS pada aplikasi Blu melalui kepuasan pengguna?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kegunaan terhadap intensitas penggunaan fitur QRIS pada aplikasi Blu.
2. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan terhadap intensitas penggunaan fitur QRIS dalam aplikasi Blu.
3. Untuk mengetahui pengaruh kegunaan terhadap intensitas penggunaan fitur QRIS pada aplikasi Blu melalui kepuasan pengguna.

4. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan terhadap intensitas penggunaan fitur QRIS pada aplikasi Blu melalui kepuasan pengguna.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk mengkaji ilmu pengetahuan khususnya dalam studi perilaku konsumen dan adopsi teknologi keuangan digital.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat bermanfaat bagi pengembangan sistem pembayaran digital di Indonesia dengan menyoroti peran tiap variabelnya. Diharapkan dapat digunakan sebagai dasar atas keputusan dalam mengadopsi transaksi non-tunai secara nasional.