

PENGARUH LITERASI KEUANGAN, PERSEPSI KEGUNAAN DAN KEMUDAHAN TERHADAP NIAT MENGGUNAKAN QRIS PADA WARUNG MADURA DI DKI JAKARTA

Farizah Kartika Aprilia¹, Riswandi², Aditya Pratama³

Universitas Negeri Jakarta

e-mail: farzapr21@gmail.com¹, riswandi@unj.ac.id², adityapratama@unj.ac.id³

Abstrak – Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, persepsi kegunaan, dan persepsi kemudahan terhadap niat menggunakan QRIS pada pemilik Warung Madura di DKI Jakarta. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 120 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling, dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan ($t = 2,271$; $\text{sig.} = 0,025$), persepsi kegunaan ($t = 4,315$; $\text{sig.} = 0,000$), dan persepsi kemudahan ($t = 7,220$; $\text{sig.} = 0,000$; $\text{Beta} = 0,525$) masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan QRIS, dengan persepsi kemudahan sebagai variabel paling dominan. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman keuangan digital, manfaat yang dirasakan, serta kemudahan penggunaan sistem secara bersama-sama mendorong niat pemilik Warung Madura untuk mengadopsi QRIS sebagai alat pembayaran digital.

Kata Kunci: Literasi Keuangan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Niat Menggunakan, QRIS, Warung Madura.

Abstract – This study aims to analyze the influence of financial literacy, perceived usefulness, and perceived ease of use on the intention to use QRIS among Warung Madura owners in DKI Jakarta. This research uses a quantitative approach with a survey method on 120 respondents selected through purposive sampling, analyzed using multiple linear regression with SPSS. The results show that financial literacy ($t = 2.271$; $\text{sig.} = 0.025$), perceived usefulness ($t = 4.315$; $\text{sig.} = 0.000$), and perceived ease of use ($t = 7.220$; $\text{sig.} = 0.000$; $\text{Beta} = 0.525$) each have a positive and significant effect on the intention to use QRIS, with perceived ease of use as the most dominant variable. This indicates that digital financial understanding, perceived benefits, and ease of use collectively drive Warung Madura owners intention to adopt QRIS as a digital payment method.

Keywords: Financial Literacy, Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Intention To Use, QRIS, Warung Madura.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi substansial pada sistem pembayaran di Indonesia, terutama dengan adopsi metode non-tunai yang kian populer. Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) adalah sebuah terobosan pembayaran yang dirancang oleh Bank Indonesia guna memfasilitasi transaksi digital lintas sektor bisnis, mencakup baik usaha berskala besar maupun usaha mikro. QRIS bertujuan untuk meningkatkan jangkauan inklusi keuangan, menyederhanakan prosedur pembayaran, serta mengoptimalkan efisiensi dan ketepatan dalam setiap transaksi. Informasi terkini yang dirilis oleh Bank Indonesia mengindikasikan bahwa transaksi QRIS mengalami pertumbuhan sebesar 226% pada semester I 2024, dengan basis merchant mencapai lebih dari 28 juta pedagang, di mana 93% dari total tersebut merupakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Angka ini menunjukkan peningkatan signifikan dalam adopsi dan volume transaksi yang terus bertumbuh secara eksponensial. Fenomena ini menegaskan posisi QRIS sebagai salah satu sarana fundamental dalam proses digitalisasi sistem pembayaran di Indonesia (Bank Indonesia, 2024).

Dalam kurun waktu satu tahun terakhir, transaksi QRIS tumbuh pesat hingga 226% dengan lebih dari 22,8 miliar transaksi senilai Rp638,6 triliun, serta jumlah merchant

meningkat menjadi 28 juta di mana 93% adalah UMKM (Bank Indonesia, 2024). Pertumbuhan ini menegaskan potensi besar pembayaran digital dalam mendukung kinerja usaha kecil, namun adopsi di lapangan masih terbatas, khususnya pada warung Madura di DKI Jakarta yang tetap bergantung pada pembayaran tunai. Kendala utama berupa rendahnya literasi keuangan digital dan minimnya kesadaran manfaat QRIS menurunkan niat adopsi, sementara persepsi kegunaan dan kemudahan penggunaan menjadi faktor krusial yang memengaruhi penerimaan teknologi sesuai kerangka *Technology Acceptance Model (TAM)*.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa literasi keuangan, persepsi kegunaan, dan persepsi kemudahan berpengaruh terhadap niat menggunakan QRIS, meskipun hasilnya bervariasi sesuai konteks dan karakteristik responden. Studi Octavianingrum et al. (2023) pada UMKM industri kreatif di Surakarta menemukan ketiga variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan, sementara penelitian Wijayanto et al. (2025) di kalangan akademisi Semarang menunjukkan hanya persepsi kegunaan dan kemudahan yang signifikan, sedangkan literasi keuangan tidak berpengaruh karena tingkat literasi yang relatif homogen dan tinggi. Perbedaan temuan ini menegaskan perlunya eksplorasi lebih lanjut pada UMKM informal dengan literasi heterogen seperti warung Madura.

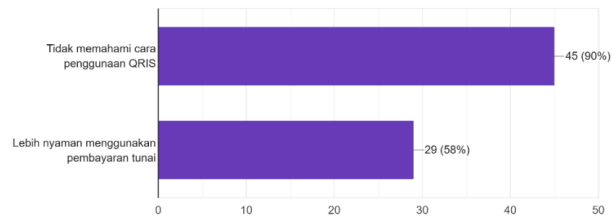
Meskipun penelitian tentang adopsi QRIS cukup banyak dilakukan, terdapat kesenjangan literatur pada konteks usaha mikro informal yang menghadapi *triple marginalization*: ekonomi (*non-bankable*, pencatatan tidak terstruktur, dominasi transaksi tunai), sosial (komunitas etnis dengan sistem permodalan paguyuban dan mentoring turun-temurun), serta digital (literasi rendah, akses teknologi terbatas, resistensi terhadap inovasi finansial). Kondisi unik ini menciptakan paradoks empiris: meski warung Madura memiliki potensi adopsi tinggi karena lokasi strategis dan volume transaksi besar, tingkat adopsi aktual sangat rendah (hanya 20,3% dari 64 warung yang disurvei). Paradoks ini tidak sepenuhnya dapat dijelaskan oleh model TAM konvensional, sehingga diperlukan integrasi literasi keuangan sebagai variabel antecedent untuk memahami bagaimana kemampuan finansial membentuk persepsi teknologi dan mentransformasikannya menjadi niat adopsi pada segmen UMKM yang selama ini terpinggirkan dalam wacana inklusi keuangan digital.



Gambar 1. Penggunaan QRIS Pada Warung Madura

Sumber: Diolah Oleh Peneliti (2026)

Berdasarkan hasil pra-survei yang dilakukan peneliti terhadap 64 pemilik warung Madura di DKI Jakarta pada bulan Januari 2026, ditemukan bahwa mayoritas warung Madura belum mengadopsi QRIS sebagai metode pembayaran dalam operasional usaha mereka. Data menunjukkan bahwa dari 64 warung yang disurvei, sebanyak 79,7% warung yang belum menggunakan QRIS, sementara hanya 20,3% warung yang sudah menggunakan sistem pembayaran digital tersebut. Fenomena ini menarik untuk dikaji lebih dalam mengingat DKI Jakarta merupakan pusat ekonomi Indonesia dengan infrastruktur digital yang sudah sangat berkembang, namun tingkat adopsi QRIS pada segmen usaha mikro seperti warung Madura masih relatif rendah.

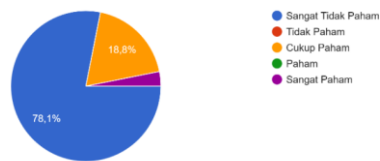


Gambar 2. Penyebab Warung Maruda Tidak Menggunakan QRIS

Sumber: Diolah Oleh Peneliti (2026)

Meskipun penelitian terkait telah dilakukan, mayoritas studi sebelumnya terbatas pada segmen populasi spesifik, antara lain siswa, mahasiswa, staf pengajar, atau usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) secara umum di kota-kota tertentu. Keterbatasan ini mengindikasikan adanya kesenjangan dalam literatur ilmiah. Hal ini disebabkan minimnya investigasi yang mendalam mengenai entitas bisnis mikro yang khas, seperti Warung Madura di wilayah DKI Jakarta, mengingat warung tersebut memperlihatkan ciri khas budaya wirausaha dan pola interaksi ekonomi yang tersendiri. Selain itu, beberapa penelitian sebelumnya belum menggabungkan tiga variabel utama literasi keuangan, persepsi kegunaan, dan persepsi kemudahan penggunaan secara simultan dalam kelompok usaha mikro tertentu. Oleh karena itu, masih diperlukan penelitian yang lebih komprehensif mengenai bagaimana faktor - faktor ini memengaruhi niat dalam menggunakan QRIS.

Bagaimana tingkat pemahaman Anda mengenai QRIS sebagai alat pembayaran digital?
64 jawaban



Gambar 3. Tingkat Literasi Keuangan Pada Warung Madura

Sumber: Diolah Oleh Peneliti (2026)

Literasi keuangan memiliki peran fundamental dalam membentuk niat pelaku UMKM untuk mengadopsi teknologi finansial seperti QRIS. Menurut Lusardi & Mitchell (2014), literasi keuangan adalah kemampuan individu memahami konsep dasar keuangan, mengelola keuangan pribadi atau usaha secara efektif, serta membuat keputusan finansial yang tepat. Dalam konteks warung Madura, literasi keuangan menjadi fondasi kognitif untuk memahami nilai tambah QRIS, seperti efisiensi pencatatan otomatis, transparansi arus kas, pengurangan risiko kehilangan uang tunai, dan peningkatan omzet melalui kemudahan pembayaran. Pemilik dengan literasi tinggi lebih mampu menganalisis manfaat QRIS, sedangkan pemilik dengan literasi rendah cenderung melihat QRIS sebagai sistem kompleks dan berpotensi merugikan. Penelitian Octavianingrum et al. (2023) menunjukkan literasi keuangan berpengaruh positif terhadap niat menggunakan QRIS, sementara Sari (2024) menemukan program edukasi literasi meningkatkan niat adopsi sebesar 34,7%. Namun, penelitian tersebut dilakukan pada UMKM formal dengan tingkat pendidikan relatif tinggi, berbeda dengan warung Madura yang mayoritas berpendidikan rendah dan pencatatan keuangan informal, sehingga gap literasi menjadi barrier utama yang perlu diatasi.

Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) juga menjadi determinan penting dalam niat adopsi teknologi menurut Davis (1989). Dalam konteks QRIS di warung Madura, persepsi kegunaan mencakup keyakinan bahwa QRIS dapat mempercepat transaksi, meningkatkan efisiensi operasional, menarik pelanggan baru, dan memperkuat citra profesional. Venkatesh

et al. (2003) menegaskan pengaruh langsung persepsi kegunaan terhadap niat adopsi, bahkan lebih dominan dibanding persepsi kemudahan. Penelitian Yasin et al. (2025) menunjukkan persepsi kegunaan sebagai prediktor terkuat dengan koefisien path 0,687, sementara Fitria et al. (2024) menambahkan bahwa trust memediasi hubungan tersebut. Namun, pada warung Madura yang masih dominan transaksi tunai, margin tipis, dan modal terbatas, persepsi kegunaan dipengaruhi oleh kekhawatiran biaya MDR, ketergantungan internet, waktu settlement yang tidak instan, serta kompleksitas pencatatan ganda. Hal ini menegaskan bahwa pembentukan persepsi kegunaan pada UMKM informal tidak hanya bergantung pada fitur teknologi, tetapi juga pada konteks operasional, keterbatasan infrastruktur, dan kemampuan pemilik mengintegrasikan QRIS ke sistem bisnis mereka.

Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) merupakan faktor kritis dalam memengaruhi niat adopsi teknologi menurut kerangka TAM. Davis (1989) mendefinisikan persepsi kemudahan sebagai keyakinan bahwa penggunaan suatu sistem teknologi tidak memerlukan usaha fisik maupun mental yang besar. Dalam konteks warung Madura, persepsi kemudahan mencakup berbagai dimensi seperti kemudahan memahami cara kerja QRIS, kesederhanaan proses registrasi merchant, kemudahan mengoperasikan aplikasi dengan antarmuka yang intuitif, pengelolaan settlement dana, serta troubleshooting tanpa bergantung pada bantuan teknis yang sulit diakses. Venkatesh et al. (2003) menegaskan bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh ganda: langsung terhadap niat adopsi karena mengurangi hambatan psikologis, dan tidak langsung melalui persepsi kegunaan karena teknologi yang mudah digunakan cenderung dianggap lebih bermanfaat. Purwatiningsih et al. (2025) juga menemukan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap niat adopsi QRIS, dengan pengaruh lebih kuat pada pengguna berpendidikan rendah, relevan dengan konteks warung Madura yang mayoritas pemiliknya memiliki literasi digital terbatas.

Dalam kondisi tersebut, barrier kemudahan bukan hanya teknis tetapi juga psikologis, seperti ketakutan terhadap teknologi baru, kekhawatiran salah input nominal, ketidakpercayaan diri dalam menguasai aplikasi digital, serta keengganan bergantung pada sistem yang bisa gagal secara teknis. Zanra & Sufnirayanti (2024) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dan literasi keuangan berinteraksi dalam memengaruhi niat menggunakan QRIS, di mana pengaruh kemudahan lebih dominan pada pelaku usaha dengan literasi rendah. Hal ini menegaskan bahwa pada segmen UMKM informal seperti warung Madura, upaya simplifikasi pengalaman pengguna melalui UI/UX yang intuitif, proses onboarding yang didamping, serta sistem dukungan yang responsif menjadi krusial untuk mengurangi kompleksitas yang dirasakan dan meningkatkan kepercayaan diri, sehingga niat adopsi dapat ditransformasi menjadi penggunaan aktual.

Temuan pra-survei ini menegaskan urgensi penelitian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi niat menggunakan QRIS pada warung Madura di DKI Jakarta. Rendahnya pemahaman terhadap QRIS menunjukkan bahwa literasi keuangan digital menjadi isu krusial yang harus diperhatikan, sementara persepsi pemilik warung terhadap kegunaan dan kemudahan penggunaan diduga menjadi determinan penting dalam keputusan beralih dari pembayaran tunai ke digital. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada analisis pengaruh literasi keuangan, persepsi kegunaan, dan persepsi kemudahan terhadap niat menggunakan QRIS, dengan harapan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan model adopsi teknologi serta manfaat praktis bagi pembuat kebijakan dan lembaga keuangan

dalam merancang strategi edukasi dan intervensi yang lebih efektif untuk meningkatkan inklusi keuangan digital pada UMKM tradisional.

TINJAUAN PUSTAKA

1. *Theory of Planned Behavior* (TPB)

Theory of Planned Behavior (TPB) yang dikembangkan Ajzen (1991) digunakan sebagai *grand theory* dalam penelitian ini karena variabel dependen yang diteliti adalah niat (*behavioral intention*) pelaku UMKM untuk mengadopsi QRIS. TPB merupakan pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang menyatakan bahwa niat perilaku dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku dan norma subjektif, namun memiliki keterbatasan dalam menjelaskan perilaku yang tidak sepenuhnya berada dalam kontrol individu. Ajzen menambahkan konstruk kontrol perilaku yang dipersepsikan (*perceived behavioral control*) untuk mengatasi keterbatasan tersebut. TPB menegaskan bahwa niat perilaku adalah prediktor langsung dari perilaku aktual, dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dipersepsikan. Semakin positif sikap dan norma subjektif serta semakin besar kontrol perilaku yang dipersepsikan, maka semakin kuat niat individu untuk melakukan perilaku tersebut. Kerangka TPB telah banyak digunakan dalam berbagai bidang, termasuk adopsi teknologi, karena mampu menjelaskan perilaku manusia secara komprehensif.

Dalam konteks adopsi QRIS pada UMKM informal, TPB relevan karena keputusan adopsi tidak hanya dipengaruhi pertimbangan rasional, tetapi juga faktor sosial dan persepsi kemampuan. Penelitian Hamzah Muchtar et al. (2024) menunjukkan bahwa TPB mampu menjelaskan niat adopsi mobile banking di Indonesia secara signifikan, dengan ketiga komponen TPB berkontribusi terhadap pembentukan niat. Sikap terhadap perilaku mencerminkan evaluasi positif atau negatif pemilik warung terhadap QRIS, norma subjektif berkaitan dengan tekanan sosial dari pelanggan atau sesama pedagang, sedangkan kontrol perilaku yang dipersepsikan terkait dengan ketersediaan sumber daya seperti smartphone dan internet. Penelitian ini berfokus pada komponen sikap terhadap perilaku yang dioperasionalkan melalui Technology Acceptance Model (TAM), dengan konstruk persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan sebagai indikator utama. Literasi keuangan diintegrasikan sebagai antecedent yang membentuk persepsi, sehingga penelitian ini mengembangkan model extended TAM dalam framework TPB untuk menjelaskan niat adopsi QRIS pada UMKM informal seperti warung Madura di DKI Jakarta.

2. Niat

Niat atau intensi merupakan kecenderungan seseorang untuk melakukan suatu tindakan di masa mendatang dan menjadi jembatan antara sikap atau persepsi individu dengan tindakan nyata. Menurut Fishbein & Ajzen (1975), niat adalah prediktor terbaik dari perilaku aktual karena mencerminkan motivasi dan kesiapan mental seseorang untuk bertindak. Davis (1989) kemudian mengadopsi konsep ini dalam Technology Acceptance Model (TAM) dengan istilah *behavioral intention to use*, yang terbentuk dari evaluasi terhadap kegunaan dan kemudahan sistem. Venkatesh et al. (2003) menegaskan bahwa niat perilaku berperan sebagai mediator antara keyakinan pengguna tentang teknologi dengan penggunaan aktual, mampu menjelaskan 40–60% varians perilaku adopsi. Dalam penelitian ini, niat menggunakan QRIS didefinisikan sebagai kecenderungan pemilik warung Madura untuk mengadopsi QRIS, mencakup keinginan mencoba, rencana penggunaan jangka panjang, kesediaan merekomendasikan, serta keterbukaan terhadap inovasi pembayaran digital.

Tingkat niat berbeda-beda tergantung persepsi dan kesiapan individu dalam menerima inovasi. Kotler & Keller Lane (2019) membagi tingkat niat ke dalam tahap *awareness*,

interest, desire, dan action. Dalam konteks warung Madura, tingkat niat terhadap QRIS dapat dilihat dari sejauh mana mereka mengenal, memahami manfaat, dan menunjukkan keinginan beralih ke transaksi digital. Menurut Fishbein & Ajzen (1975), niat dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku dan norma subjektif, sementara Davis (1989) menambahkan persepsi kegunaan dan kemudahan sebagai faktor dominan dalam TAM. Venkatesh et al. (2003) melalui UTAUT menambahkan ekspektasi kinerja, usaha, pengaruh sosial, dan kondisi pendukung sebagai penentu niat. Dalam penelitian ini, indikator niat menggunakan QRIS diukur melalui tiga item pernyataan yang mencerminkan keinginan, perkiraan, dan rencana penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran.

3. Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989) merupakan pengembangan dari Theory of Reasoned Action (Fishbein & Ajzen, 1975) dan digunakan dalam penelitian ini untuk mengoperasionalkan konstruk sikap terhadap perilaku dalam framework TPB. Model ini menjelaskan bahwa penerimaan teknologi ditentukan oleh dua faktor utama, yaitu persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), yang membentuk sikap terhadap penggunaan teknologi dan pada akhirnya memengaruhi niat berperilaku serta perilaku aktual. Persepsi kemudahan dapat memengaruhi persepsi kegunaan, sehingga semakin mudah suatu teknologi digunakan maka semakin besar pula keyakinan bahwa teknologi tersebut bermanfaat. TAM menempatkan niat berperilaku sebagai prediktor utama perilaku aktual (Davis, 1989), dan penelitian lanjutan seperti Venkatesh et al. (2003) melalui TAM2, TAM3, dan UTAUT menambahkan variabel eksternal seperti norma subjektif, pengalaman pengguna, dan kondisi fasilitasi. Dalam konteks QRIS, TAM digunakan untuk menjelaskan bagaimana persepsi kegunaan dan kemudahan memengaruhi niat pemilik warung Madura di DKI Jakarta dalam mengadopsi sistem pembayaran digital.

4. Definisi Literasi Keuangan

Literasi keuangan diposisikan sebagai *antecedent variable* dalam penelitian ini karena berperan membentuk persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan terhadap QRIS. Literasi keuangan mendukung kemampuan kognitif individu untuk memahami manfaat ekonomis teknologi finansial sekaligus mengurangi hambatan psikologis terhadap kompleksitas teknologi. Menurut Lusardi & Mitchell (2014), literasi keuangan mencakup pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan dalam mengelola sumber daya keuangan secara efektif, sementara OECD (2020) menekankan kombinasi kesadaran, sikap, dan perilaku yang diperlukan untuk mencapai kesejahteraan finansial. Dalam konteks UMKM, literasi keuangan menjadi fondasi penting dalam mengelola modal, menghitung risiko, serta memanfaatkan layanan digital seperti QRIS.

Tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia diklasifikasikan Bank Indonesia (2024) ke dalam empat kategori: *well literate, sufficient literate, less literate, dan not literate*. Survei OJK (2024) menunjukkan tingkat literasi nasional mencapai 65,43%, meningkat dari 49,68% pada 2022, namun masih rendah di sektor UMKM. Faktor-faktor yang memengaruhi literasi keuangan meliputi pendidikan (Potrich et al., 2015), usia (Lusardi, 2014), pendapatan (OECD, 2020), pengalaman (Huston, 2010), serta akses informasi keuangan (OJK, 2022). OECD (2022) menambahkan tiga dimensi utama literasi keuangan, yaitu pengetahuan, perilaku, dan sikap keuangan. Dalam konteks warung Madura, keterbatasan pendidikan, pengalaman, dan akses informasi menjadi penghambat utama, sehingga literasi keuangan berperan krusial dalam membentuk niat adopsi QRIS.

5. Persepsi Kegunaan dan Kemudahan

Persepsi kegunaan merupakan konstruk utama dalam TAM yang dikemukakan Davis (1989), didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi

akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Venkatesh (2003) menambahkan bahwa persepsi kegunaan terbentuk melalui pengaruh langsung dari fitur sistem dan pengaruh tidak langsung dari faktor eksternal seperti norma sosial serta pengalaman penggunaan. Studi Alalwan et al. (2017) juga menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan layanan keuangan digital. Dalam konteks Warung Madura, persepsi kegunaan QRIS terkait dengan efisiensi transaksi, kecepatan layanan, dan pengurangan risiko uang tunai, sehingga menjadi faktor penting dalam mendorong niat adopsi. Indikator persepsi kegunaan menurut Davis (1989) dan Venkatesh et al. (2003) mencakup peningkatan kinerja, efisiensi waktu, kemudahan pekerjaan, dan kualitas hasil.

Persepsi kemudahan, menurut Davis (1989), adalah sejauh mana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi dapat dilakukan tanpa usaha besar. Venkatesh et al. (2003) menegaskan bahwa persepsi kemudahan terbentuk dari pengalaman langsung maupun faktor eksternal seperti dukungan sosial dan pelatihan, serta berperan tidak langsung terhadap niat melalui persepsi kegunaan. Gefen & Straub (2000) menambahkan bahwa persepsi kemudahan berkaitan erat dengan kepercayaan pengguna terhadap teknologi. Dalam konteks QRIS di Warung Madura, persepsi kemudahan mencakup kemudahan mempelajari sistem, kecepatan proses, antarmuka sederhana, dan minim hambatan teknis. Indikatornya meliputi mudah dipelajari, mudah digunakan, mudah dioperasikan, serta kejelasan antarmuka (Davis, 1989; Venkatesh et al., 2003). Ketika pelaku usaha menilai QRIS mudah dipahami dan diintegrasikan, maka penerimaan teknologi meningkat signifikan.

6. Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)

Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) adalah standar nasional kode QR yang diluncurkan Bank Indonesia dan ASPI pada 2019 untuk menyatukan sistem pembayaran digital agar transaksi non-tunai lebih efisien, cepat, dan aman (Bank Indonesia, 2020). QRIS memungkinkan pelaku usaha menerima pembayaran dari berbagai aplikasi dompet digital dan mobile banking hanya dengan satu kode, sehingga mendukung inklusi keuangan dan transformasi digital UMKM. Penelitian Puriati et al. (2023) menunjukkan QRIS mempermudah transaksi dan pencatatan keuangan, sementara Zainarti et al. (2025) serta Gulo & Maria Th (2024) menegaskan manfaatnya dalam meningkatkan efisiensi operasional, kepuasan pelanggan, dan omzet. Meski demikian, tantangan seperti rendahnya literasi keuangan dan digital, keterbatasan akses internet, serta kebiasaan transaksi tunai masih menjadi hambatan (Cahya, 2023; Alifia et al., 2024). Dengan lebih dari 30 juta merchant terdaftar, 80% di antaranya UMKM (Bank Indonesia, 2020), QRIS berperan sebagai katalisator modernisasi usaha mikro tradisional, termasuk Warung Madura di DKI Jakarta, sekaligus memperkuat ketahanan ekonomi digital nasional (Harahap, 2025).

7. Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)

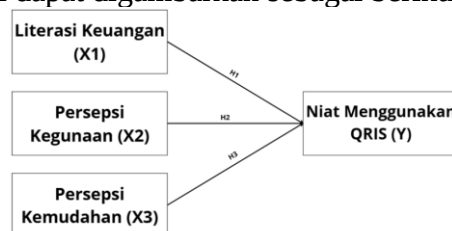
Warung Madura merupakan bentuk usaha mikro tradisional yang dikelola oleh perantau asal Madura dengan etos kerja tinggi, semangat berdagang kuat, serta jaringan sosial solid (Wafi et al., 2024). Warung ini beroperasi 24 jam, menyediakan kebutuhan pokok sehari-hari, dan mudah ditemukan di kawasan urban DKI Jakarta. Secara sosial-ekonomi, Warung Madura berperan penting dalam menciptakan lapangan kerja, memperkuat ekonomi lokal, serta menjaga kedekatan personal dengan pelanggan melalui harga kompetitif dan fleksibilitas pembayaran. Namun, digitalisasi ekonomi menghadirkan tantangan karena sebagian besar masih bergantung pada transaksi tunai sederhana dan minim pencatatan keuangan.

Rendahnya adopsi digital di Warung Madura disebabkan oleh keterbatasan literasi keuangan dan digital, kurangnya pemahaman manfaat teknologi, serta resistensi terhadap sistem keuangan formal (Ekaputra et al., 2024; E. Y. Sari & Ranja, 2023). Meski demikian, Warung Madura tetap menjadi objek penting untuk dikaji karena posisinya unik: berperan

besar dalam ekonomi lokal sekaligus menghadapi tantangan adaptasi digital. Nilai budaya seperti kepercayaan sosial dan loyalitas pelanggan (Fitriana Rahmawati, 2021) menjadi modal utama, namun perlu dikombinasikan dengan literasi finansial dan pemanfaatan teknologi agar tetap kompetitif. Digitalisasi melalui QRIS dapat menjadi jembatan antara tradisi berdagang konvensional dan sistem keuangan modern, sehingga kajian ini berkontribusi dalam memahami bagaimana literasi keuangan, persepsi kegunaan, dan kemudahan memengaruhi niat adopsi QRIS pada usaha mikro tradisional.

8. Kerangka Teori

Berdasarkan latar belakang dan kerangka teori yang telah diuraikan, maka kerangka konseptual dari penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 4. Kerangka Teori
Sumber: Diolah Oleh Peneliti (2026)

9. Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan penelitian terdahulu dan kerangka teori, maka hipotesis yang dapat ditarik dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1: Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap niat menggunakan QRIS

H2: Persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap niat menggunakan QRIS

H3: Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap niat menggunakan QRIS

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini dilaksanakan selama dua bulan (Maret–Mei 2026) di DKI Jakarta dengan fokus pada warung Madura. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif kausal untuk menguji pengaruh literasi keuangan, persepsi kegunaan, dan persepsi kemudahan terhadap niat menggunakan QRIS. Populasi penelitian adalah seluruh pemilik atau pengelola warung Madura, dengan jumlah populasi tidak diketahui sehingga penentuan sampel menggunakan rumus Lemeshow dan diperoleh 96 responden melalui teknik purposive sampling berdasarkan kriteria tertentu.

Instrumen penelitian berupa kuesioner dengan skala Likert 5 poin, mencakup variabel independen (literasi keuangan, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan) dan variabel dependen (niat menggunakan QRIS), yang dioperasionalkan melalui indikator spesifik sesuai teori Davis (1989), Venkatesh et al. (2003), dan OECD (2022). Data dianalisis menggunakan SPSS dengan tahapan analisis deskriptif, uji validitas, serta regresi linear berganda untuk menguji hipotesis penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Deskripsi Karakteristik Responden

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada pemilik dan pengelola Warung Madura yang berlokasi di wilayah DKI Jakarta. Total responden yang berhasil dikumpulkan sebanyak 120 orang. Berikut ini diuraikan deskripsi karakteristik responden berdasarkan tujuh aspek, yaitu jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, peran di warung, lokasi warung, lamanya warung beroperasi, dan pendapatan kotor warung per bulan.

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-Laki	61	50.83%
Perempuan	59	49.17%
Total	120	100.00%

Sumber: Diolah Oleh Peneliti (2026)

Berdasarkan tabel diatas, responden laki-laki berjumlah 61 orang (50,83%) dan responden perempuan sebanyak 59 orang (49,17%). Hasil ini menunjukkan bahwa komposisi responden dalam penelitian ini relatif seimbang antara laki-laki dan perempuan, dengan sedikit dominasi responden laki-laki. Keseimbangan ini mencerminkan bahwa usaha Warung Madura di DKI Jakarta dikelola secara merata oleh kedua jenis kelamin, sehingga tidak terdapat bias gender yang signifikan dalam sampel penelitian.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 2. Karakter Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase
< 25 Tahun	33	27.50%
25 – 35 Tahun	19	15.83%
36 – 45 Tahun	24	20.00%
46 – 55 Tahun	17	14.17%
> 55 Tahun	27	22.50%
Total	120	100.00%

Sumber: Diolah Oleh Peneliti (2026)

Berdasarkan tabel diatas, responden terbanyak berada pada kelompok usia kurang dari 25 tahun sebanyak 33 orang (27,50%), diikuti kelompok usia lebih dari 55 tahun sebanyak 27 orang (22,50%), kelompok usia 36–45 tahun sebanyak 24 orang (20,00%), kelompok usia 25–35 tahun sebanyak 19 orang 67 (15,83%), dan kelompok usia 46–55 tahun sebanyak 17 orang (14,17%). Data ini mengindikasikan bahwa usaha Warung Madura di DKI Jakarta banyak dijalankan oleh generasi muda, sekaligus menunjukkan adanya regenerasi pelaku usaha pada sektor informal ini.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Karakteristik responden berdasarkan Pendidikan terakhir dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Frekuensi	Persentase
SD	33	27.50%
SMP	36	30.00%
SMA	51	42.50%
Total	120	100.00%

Sumber: Diolah Oleh Peneliti (2026)

Berdasarkan tabel diatas, sebagian besar responden memiliki latar belakang pendidikan SMA sebanyak 51 orang (42,50%), diikuti oleh SMP sebanyak 36 orang (30,00%), dan SD sebanyak 33 orang (27,50%). Dominasi responden berpendidikan SMA menunjukkan bahwa pelaku usaha Warung Madura di DKI Jakarta pada umumnya telah menyelesaikan pendidikan menengah atas, yang dapat mendukung pemahaman dan adaptasi terhadap teknologi pembayaran digital seperti QRIS.

d. Karakteristik Responden Berdasarkan Peran di Warung Madura

Karakteristik responden berdasarkan peran di warung madura dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Peran di Warung Madura

Peran	Frekuensi	Persentase
Pemilik	62	51.67%
Pengelola	58	48.33%
Total	120	100.00%

Sumber: Diolah Oleh Peneliti (2026)

Berdasarkan tabel diatas, terdapat 62 orang (51,67%) yang berperan sebagai pemilik dan 58 orang (48,33%) berperan sebagai pengelola. Komposisi yang relatif berimbang ini mencerminkan keterlibatan aktif dari kedua pihak dalam kegiatan operasional Warung Madura, sehingga perspektif yang diperoleh dalam penelitian ini merepresentasikan sudut pandang pemilik sekaligus pengelola warung.

e. Karakteristik Responden Berdasarkan Lokasi Warung Madura

Karakteristik responden berdasarkan lokasi warung madura dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Lokasi Warung Madura

Lokasi	Frekuensi	Persentase
Jakarta Pusat	30	25.00%
Jakarta Utara	28	23.33%
Jakarta Selatan	23	19.17%
Jakarta Barat	20	16.67%
Jakarta Timur	19	15.83%
Total	120	100.00%

Sumber: Diolah Oleh Peneliti (2026)

Berdasarkan tabel diatas, responden terbanyak berasal dari wilayah Jakarta Pusat sebanyak 30 orang (25,00%), diikuti Jakarta Utara sebanyak 28 orang (23,33%), Jakarta Selatan sebanyak 23 orang (19,17%), Jakarta Barat sebanyak 20 orang (16,67%), dan Jakarta Timur sebanyak 19 orang (15,83%). Distribusi responden yang merata dari seluruh wilayah administrasi DKI Jakarta ini memperkuat keterwakilan sampel dan generalisasi hasil penelitian terhadap populasi Warung Madura di Jakarta secara keseluruhan

f. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Warung Beroperasi

Karakteristik responden berdasarkan lama warung beroperasi dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Warung Beroperasi

Lama Operasi	Frekuensi	Persentase
< 5 Tahun	30	25.00%
5 – 10 Tahun	29	24.17%
11 – 15 Tahun	29	24.17%
> 15 Tahun	32	26.67%
Total	120	100.00%

Sumber: Diolah Oleh Peneliti (2026)

Berdasarkan tabel diatas, responden terbanyak berasal dari warung yang telah beroperasi lebih dari 15 tahun sebanyak 32 orang (26,67%), diikuti warung yang beroperasi kurang dari 5 tahun sebanyak 30 orang (25,00%), 5–10 tahun sebanyak 29 orang (24,17%), dan 11–15 tahun sebanyak 29 orang (24,17%). Distribusi yang sangat merata di seluruh kategori ini menunjukkan heterogenitas pengalaman usaha yang baik dalam sampel penelitian, sehingga temuan penelitian dapat mencerminkan kondisi Warung Madura dari berbagai fase operasional.

g. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Kotor Warung Perbulan

Karakteristik responden berdasarkan pendapatan kotor warung perbulan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Kotor Warung Perbulan

Pendapatan Kotor	Frekuensi	Persentase
< Rp 5.000.000	24	20.00%
Rp 5.000.000 – Rp 10.000.000	30	25.00%
Rp 10.000.000 – Rp 15.000.000	38	31.67%
> Rp 15.000.000	28	23.33%
Total	120	100.00%

Sumber: Diolah Oleh Peneliti (2026)

Berdasarkan tabel diatas, kelompok terbesar adalah responden dengan pendapatan Rp10.000.000–Rp15.000.000 sebanyak 38 orang (31,67%), diikuti kelompok pendapatan Rp5.000.000–Rp10.000.000 sebanyak 30 orang (25,00%), lebih dari Rp15.000.000 sebanyak 28 orang (23,33%), dan kurang dari Rp5.000.000 sebanyak 24 orang (20,00%). Data ini mengindikasikan bahwa sebagian besar Warung Madura di DKI Jakarta beroperasi pada skala usaha menengah dengan pendapatan bulanan antara Rp10.000.000 hingga Rp15.000.000, yang menggambarkan potensi ekonomi yang cukup signifikan dari sektor usaha informal ini.

2. Deskripsi Karakteristik Responden

Berikut hasil analisis deskriptif variabel penelitian yang meliputi niat menggunakan QRIS, literasi keuangan, persepsi kegunaan, dan persepsi kemudahan:

Tabel 8. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	N	Min	Max	Mean	Std. Dev	Variance
Niat Menggunakan QRIS	120	12	30	21.43	4.80	23.05
Literasi Keuangan	120	13	29	21.40	4.63	21.44
Persepsi Kegunaan	120	16	40	28.78	6.26	39.15
Persepsi Kemudahan	120	16	40	28.09	6.17	38.07

Sumber: Diolah Oleh Peneliti (2026)

Tabel di atas menyajikan hasil analisis deskriptif variabel penelitian. Niat menggunakan QRIS memiliki nilai rata-rata sebesar 21,43 dengan standar deviasi 4,80, menunjukkan kecenderungan responden cukup tinggi untuk mengadopsi QRIS. Literasi keuangan memiliki mean 21,40 dengan simpangan baku 4,63, menandakan tingkat pemahaman keuangan responden berada pada kategori sedang. Persepsi kegunaan memiliki mean tertinggi yaitu 28,78 dengan standar deviasi 6,26, yang mengindikasikan responden menilai QRIS memberikan manfaat nyata dalam operasional usaha. Sementara itu, persepsi kemudahan memiliki mean 28,09 dengan simpangan baku 6,17, memperlihatkan bahwa responden cenderung menilai QRIS mudah dipelajari dan digunakan.

3. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Niat Menggunakan QRIS

Hasil pengujian hipotesis pertama (H1) menunjukkan bahwa variabel Literasi Keuangan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Menggunakan QRIS (Y) pada pemilik Warung Madura di DKI Jakarta, dengan nilai t hitung sebesar 2,271 dan signifikansi 0,025 (sig. < 0,05). Arah pengaruh yang positif mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan yang dimiliki oleh pemilik Warung Madura, maka semakin besar pula niat mereka untuk menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran digital. Pemahaman mengenai konsep keuangan digital, sistem pembayaran nontunai, serta manfaat penggunaan teknologi keuangan menjadi bekal penting yang mendorong pemilik warung untuk menerima dan berniat menggunakan QRIS. Temuan ini sejalan dengan penelitian

(Anisah, 2022) yang menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan QRIS pada pelaku UMKM, yang menegaskan bahwa pemahaman keuangan digital menjadi faktor pendorong penting dalam adopsi layanan pembayaran digital di kalangan pelaku usaha mikro dan kecil.

4. Pengaruh Persepsi Kegunaan Terhadap Niat Menggunakan QRIS

Hasil pengujian hipotesis kedua (H2) menunjukkan bahwa variabel Persepsi Kegunaan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Menggunakan QRIS (Y), dengan nilai t hitung sebesar 4,315 dan signifikansi 0,000 (sig. < 0,05). Hasil tersebut mengindikasikan bahwa persepsi pemilik Warung Madura terhadap manfaat yang diperoleh dari penggunaan QRIS seperti kemudahan pencatatan transaksi, kecepatan proses pembayaran, keamanan dari risiko uang palsu, serta perluasan segmen pelanggan berkontribusi signifikan dalam membentuk niat mereka untuk menggunakan sistem pembayaran tersebut. Hasil ini konsisten dengan premis Technology Acceptance Model (TAM) yang dikemukakan oleh (Davis, 1989) yang menyatakan bahwa *perceived usefulness* merupakan determinan utama dalam penerimaan dan penggunaan suatu teknologi. Dalam konteks QRIS, semakin responden meyakini bahwa QRIS memberikan kegunaan nyata bagi operasional warung mereka, semakin tinggi pula niat untuk mengadopsinya.

5. Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Niat Menggunakan QRIS

Hasil pengujian hipotesis ketiga (H3) menunjukkan bahwa variabel Persepsi Kemudahan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Menggunakan QRIS (Y) dengan nilai t hitung terbesar di antara ketiga variabel, yaitu sebesar 7,220 dengan signifikansi 0,000 (sig. < 0,05). Koefisien Beta terstandarisasi sebesar 0,525 juga merupakan yang tertinggi, mengindikasikan bahwa Persepsi Kemudahan merupakan variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi niat penggunaan QRIS pada penelitian ini. Hal ini bermakna bahwa ketika pemilik Warung Madura mempersepsikan QRIS sebagai sistem yang mudah dipelajari, tidak memerlukan keahlian teknis yang tinggi, dan tidak membebani proses transaksi, maka niat mereka untuk menggunakannya akan semakin kuat. Hasil ini sejalan dengan konsep *perceived ease of use* dalam TAM serta *Effort Expectancy* dalam UTAUT, yang keduanya menekankan peran sentral kemudahan penggunaan dalam proses adopsi teknologi, khususnya di kalangan pengguna yang belum familiar dengan teknologi digital.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kegunaan, dan Persepsi Kemudahan terhadap Niat Menggunakan QRIS pada pemilik dan pengelola Warung Madura di DKI Jakarta, dengan jumlah responden sebanyak 120 orang dan menggunakan metode analisis regresi linear berganda, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Menggunakan QRIS pada pemilik dan pengelola Warung Madura di DKI Jakarta, sehingga hipotesis pertama (H1) diterima. Semakin tinggi tingkat literasi keuangan yang dimiliki pemilik Warung Madura, maka semakin besar pula niat mereka untuk menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran digital dalam operasional usahanya.
2. Persepsi Kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Menggunakan QRIS pada pemilik dan pengelola Warung Madura di DKI Jakarta, sehingga hipotesis kedua (H2) diterima. Semakin tinggi persepsi pemilik Warung Madura terhadap kegunaan QRIS dalam mendukung aktivitas transaksi usaha mereka, maka semakin tinggi pula niat mereka untuk menggunakan QRIS.

3. Persepsi Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Menggunakan QRIS pada pemilik dan pengelola Warung Madura di DKI Jakarta, sehingga hipotesis ketiga (H3) diterima. Persepsi Kemudahan merupakan variabel yang paling dominan dalam penelitian ini. Artinya, persepsi kemudahan penggunaan QRIS menjadi faktor yang paling kuat dalam mendorong niat pemilik Warung Madura untuk menggunakan sistem pembayaran tersebut.
4. Secara simultan, Literasi Keuangan, Persepsi Kegunaan, dan Persepsi Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap Niat Menggunakan QRIS pada pemilik dan pengelola Warung Madura di DKI Jakarta. Ketiga variabel independen tersebut mampu menjelaskan sebagian besar variasi pada variabel Niat Menggunakan QRIS, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Handbook of Theories of Social Psychology: Volume 1*, 438–459. <https://doi.org/10.4135/9781446249215.n22>
- Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., & Rana, N. P. (2017). Factors influencing adoption of mobile banking by Jordanian bank customers: Extending UTAUT2 with trust. *International Journal of Information Management*, 37(3), 99–110. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2017.01.002>
- Alifia, N., Permana, E., & Harnovinsah, H. (2024). Analisis Penggunaan QRIS Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 25(1), 61–68. <https://doi.org/10.29103/emabis.v25i1.1273>
- Bank, I. (2024). Laporan Kelembagaan Bank Indonesia. Bank Indonesia (Bank Sentral Republik Indonesia). <https://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan/Pages/LKBI-2023.aspx>
- Bank Indonesia. (2020). Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS). Bank Indonesia. [https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistempembayaran/ritel/kanal-layanan/QRIS/default.aspx#:~:text=Apa yang dimaksud dengan QRIS,%2C dan Andal \(CEMUMUAH\)](https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistempembayaran/ritel/kanal-layanan/QRIS/default.aspx#:~:text=Apa yang dimaksud dengan QRIS,%2C dan Andal (CEMUMUAH))
- Bank Indonesia. (2024). Siaran Pers: Transaksi QRIS Tumbuh 226% pada Semester I 2024. Jakarta: Bank Indonesia. https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/newsrelease/Pages/sp_269924.aspx
- Cahya. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan dan Sosialisasi Terhadap Penggunaan QRIS Pada Pelaku Kegiatan UMKM Halal. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi Syariah*, 01(01), 01–05.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Fishbein & Ajzen. (1975). Behavior: An Introduction to Theory and Research Reading. In MA Addison-Wesley (Vol. 10, Issue 2). Addison-Wesley Publishing Company. <https://books.google.com.vn/books?id=8o0QAQAIAAJ>
- Fitria, F. R., Dairobi, M., & Anisah, H. U. (2024). QRIS usage dynamics in Banjarmasin: trust mediating perceived usefulness and perceived ease of use. *Manajemen Dan Bisnis*, 23(2), 385. <https://doi.org/10.24123/mabis.v23i2.815>
- Fitriana Rahmawati. (2021). Modal Sosial Komunitas Dalam Upaya Peningkatan Kinerja Usaha.
- Gefen, D., & Straub, D. (2000). The Relative Importance of Perceived Ease of Use in IS Adoption: A Study of E-Commerce Adoption. *Journal of the Association for Information Systems*, 1(1), 1–30. <https://doi.org/10.17705/1jais.00008>
- Gulo, A. E. D., & Maria Th, A. D. (2024). Adopsi Sistem Pembayaran QRIS oleh UMKM: Studi Kasus pada Toko Afnan Parfum Samban. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 7(2), 534–539. <https://doi.org/10.34007/jehss.v7i2.2394>
- Hamzah Muchtar, E., Trianto, B., Maulana, I., Alim, M. N., Marasabessy, R. H., Hidayat, W., Junaedi, E., & Masrizal. (2024). Quick response code Indonesia standard (QRIS) E-payment adoption: customers perspective. *Cogent Business and Management*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2316044>

- Harahap, M. A. K. (2025). Peningkatan Kapasitas UMKM Melalui Implementasi Sistem Pembayaran Digital (QRIS) Di Kota Pematangsiantar. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sapangambe Manoktok Hitei*, 5(1), 191–199. <https://doi.org/10.36985/j6abjs60>
- Huston, S. J. (2010). Measuring Financial Literacy. *Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 296–316. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2010.01170.x>
- Kotler, P., & Keller Lane, K. (2019). *Marketing Management*. In *Marketing Management*.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44. <https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5>
- Ni Made Puriati, I Wayan Sugartana, & Ni Putu Erma Mertaningrum. (2023). Efektivitas Penerapan Sistem Pembayaran Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) pada UMKM di Kabupaten Karangasem. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, 13(3), 332–338.
- Octavianingrum, P. E., Suprihati, & Kusuma, I. L. (2023). The Effect of Financial Literacy, Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use to Interest In Use Indonesian Quick Response Standards (QRIS) For Creative Industry (MSMEs) In Surakarta City. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 7(4), 1565–1573. <https://jurnal.stieaas.ac.id/index.php/IJEBAR>
- OECD. (2022). *OECD/INFE TOOLKIT FOR MEASURING FINANCIAL LITERACY AND FINANCIAL INCLUSION 2022*. OECD Publishing.
- OJK. (2022). *Survei Nasional Literasi Dan Inklusi Keuangan Tahun 2022*. Otoritas Jasa Keuangan. <https://ojk.go.id/id/berita-dankegiatan/publikasi/Pages/Booklet-Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-Tahun-2022.aspx>
- Petrus Suhardi Ekaputra, Fitri Ciptosari, & Tedy Halim. (2024). Adopsi Teknologi Pembayaran Digital QRIS di Kalangan UMKM Labuan Bajo: Tantangan dan Peluang. *Jurnal Akademisi Vokasi*, 3(2), 1–13. <https://doi.org/10.63604/javok.v3i2.138>
- Potrich, A. C. G., Vieira, K. M., & Kirch, G. (2015). Determinants of financial literacy: Analysis of the influence of socioeconomic and demographic variables. *Revista Contabilidade e Financas*, 26(69), 362–377. <https://doi.org/10.1590/1808-057x201501040>
- Purwatiningsih, A. P., Fitria, S., Indriani, A., & Kuriawan, C. S. (2025). Adoption of QRIS digital payment in Indonesia and Malaysia: A technology acceptance and knowledge perspective. *International Journal of Innovative Research and Scientific Studies*, 8(6), 704–713. <https://doi.org/10.53894/ijirss.v8i6.9670>
- Putri, A. N. K., Setiawan, A., & Djajadikerta, H. (2024). 415-429+Alma+Nabila+Kuntoro+Putri1,+Amelia+Setiawan2,+Hamfri+Djajadikerta3. *EJPP: Ekasati Jurnal Penelitian & Pengabdian*, 4(2), 415–429.
- Rahimi, Y., Restuti, S., & Wasnury, R. (2024). Yusnila Rahimi, Sri Restuti, Rendra Wasnury. 03(1), 177–187.
- Sari, E. Y., & Ranja, H. H. (2023). *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 01(11), 40–50.
- Sari, I. (2024). Adoption of QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) through a Strategy to Increase the Financial Literacy of UMKM Players in the City of Solo. *Indonesian Journal of Interdisciplinary Research in Science and Technology (MARCOPOLLO)*, 2(6), 931–942. <https://journal.formosapublisher.org/index.php/marcopolo>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly: Management Information Systems*. *Inorganic Chemistry Communications*, 27(3), 425–478.
- Wafi, A., Bashofi, F., & Setiawan, H. (2024). Dinamika Sosial Ekonomi Pedagang Warung Kelontong Madura di Kota Malang. *Maharsi*, 6(3), 241–255. <https://doi.org/10.33503/maharsi.v6i3.856>
- Wijayanto, E., Sartono, S., Listyani, T. T., Fatati, M., & Windawati, A. (2025). The Influence of Perceived Convenience, Usefulness, Comfort and Financial Literacy on Interest in QRIS Digital Payments (Study on Semarang State Polytechnic Lecturers). *Indonesian Journal of Banking and Financial Technology*, 3(2), 171–182. <https://doi.org/10.55927/fintech.v3i2.41>

- Yasin, A., Masrizal, & Rusanti, E. (2025). Modelling the adoption of QRIS payment method usage among young adults in Indonesia. *Journal of Science and Technology Policy Management*. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-09-2024-0364>
- Zainarti, Soleha, S., Wina Sabrina, T., & Anggraini, D. (2025). Optimalisasi Pembayaran Digital Melalui Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Pada UMKM Kota Medan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2), 455–461.
- Zanra, S., & Sufnirayanti, S. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Lingkungan Sosial dan Literasi Keuangan terhadap Minat Penggunaan QRIS. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 5(3), 177–192. <https://doi.org/10.35912/jakman.v5i3.3122>