

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) adalah sebuah standar kode QR yang dikembangkan oleh Bank Indonesia untuk memfasilitasi pembayaran digital yang lebih efisien dan terintegrasi di seluruh Indonesia. QRIS bertujuan untuk menyatukan berbagai penyelenggara jasa sistem pembayaran (PJSP) di Indonesia sehingga pengguna hanya memerlukan satu jenis kode QR untuk melakukan berbagai transaksi pembayaran¹. Pengguna dapat melakukan transaksi di berbagai merchant melalui aplikasi pembayaran yang terhubung dengan QRIS. Merchant memiliki kode QR yang sama untuk setiap aplikasi².

QRIS berperan penting dalam ekosistem pembayaran digital di Indonesia dengan beberapa manfaat. Dengan QRIS pembayaran lebih cepat dan sederhana karena pengguna hanya perlu memindai satu kode QR. Hal ini

¹ Bank Indonesia, "Peraturan Bank Indonesia Nomor 23/6/Pbi/2021 Tentang Penyedia Jasa Pembayaran," 2021, accessed 8 Juli, 2024, https://www.bi.go.id/id/publikasi/peraturan/Pages/PBI_230621.aspx.

² Fania Maulida Pangesti et al., "Pengaruh Penggunaan Financial Technology Qris (Quick Response Code Indonesian Standard) Terhadap Tingkat Pendapatan Pedagang Kaki Lima Di Sekitar Universitas Muhammadiyah Surakarta," *Determinasi: Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Akuntansi* 2, no. 1 (2024): 23-28.

mengurangi kebutuhan akan beberapa aplikasi dan sistem pembayaran yang berbeda³.

Dengan penerapan QRIS, akses ke layanan keuangan digital menjadi lebih luas, terutama bagi masyarakat di daerah terpencil yang sebelumnya sulit dijangkau oleh layanan perbankan tradisional. Hal ini berpotensi meningkatkan inklusi keuangan dan membantu menciptakan masyarakat yang lebih inklusif secara finansial⁴.

QRIS membantu mendorong masyarakat untuk beralih dari penggunaan uang tunai ke pembayaran digital, sejalan dengan inisiatif pemerintah untuk menciptakan ekosistem ekonomi yang lebih modern dan efisien. Standarisasi yang diterapkan oleh QRIS memastikan bahwa transaksi pembayaran dilakukan dengan cara yang aman dan terstandarisasi, mengurangi risiko kesalahan dan meningkatkan kepercayaan pengguna⁵.

Bank Indonesia mengembangkan QRIS sebagai bagian dari strategi nasional untuk mempercepat digitalisasi sistem pembayaran di Indonesia.

³ J Andriani, and A Wahyuningsih, "Bagaimana Qris Menarik Minat Umkm? Keputusan Menggunakan Qris Sebagai Teknologi Pembayaran Studi Kasus: Umkm Di Yogyakarta," *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi* (2024): 109–22, <https://ejournal.lapad.id/index.php/jebmak/article/view/522>.

⁴ WP Anggreani, and CW Wolor, "Analisis Penerapan Sistem Pembayaran Quick Response Code Indonesian Standard (Qris) Pada Kantin Baru Universitas Negeri Jakarta," *SANTRI: Jurnal Ekonomi* (2023): 58–71, <https://dx.doi.org/10.61132/santri.v1i5.44>.

⁵ Josef Evan Sihaloho, Atifah Ramadani, and Suci Rahmayanti, "Implementasi Sistem Pembayaran Quick Response Indonesia Standard Bagi Perkembangan Umkm Di Medan," *Jurnal Manajemen Bisnis* 17, no. 2 (2020): 287-97, <https://dx.doi.org/10.38043/jmb.v17i2.2384>.

QRIS resmi diluncurkan pada 17 Agustus 2019 sebagai bagian dari peringatan Hari Kemerdekaan Indonesia. Sejak peluncurannya, Bank Indonesia telah bekerja sama dengan berbagai PJSP dan merchant di seluruh Indonesia untuk mengimplementasikan QRIS. Hal ini dilakukan melalui sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat dan pelaku usaha tentang manfaat dan penggunaan QRIS ⁶.

Implementasi QRIS terus mengalami peningkatan dan inovasi. Bank Indonesia bersama PJSP terus melakukan penyesuaian dan pengembangan fitur-fitur baru untuk memastikan bahwa QRIS tetap relevan dan mampu memenuhi kebutuhan pasar yang berkembang. Salah satu contoh adalah penyesuaian untuk mendukung transaksi lintas negara dan integrasi dengan teknologi pembayaran baru⁷.

Bank Indonesia juga melakukan pengawasan dan evaluasi berkala terhadap implementasi QRIS untuk memastikan bahwa standar yang telah ditetapkan dipatuhi oleh semua pihak yang terlibat. Hal ini bertujuan untuk menjaga kualitas layanan dan keamanan transaksi. Melalui pengembangan dan implementasi QRIS, Bank Indonesia berkomitmen untuk mendorong

⁶ E Mardiani, SZ ZA, and D Setyadi, "Sosialisasi Penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (Qris) Pada Pelaku Usaha Umkm," *Community Development Journal* : *Jurnal Pengabdian Masyarakat* 5, no. 2 (2024): 3380–88, <https://dx.doi.org/10.31004/cdj.v5i2.27088>.

⁷ Josef Evan Sihaloho, Atifah Ramadani, and Suci Rahmayanti.

transformasi digital di sektor keuangan dan memastikan bahwa sistem pembayaran di Indonesia menjadi lebih efisien, inklusif, dan aman⁸.

Afif Muamar⁹ memaparkan hasil penelitian bahwa secara umum QRIS telah sesuai dengan Al Maqasid as-Syariah. Prinsip pemeliharaan harta dan kemaslahatan telah terpenuhi. Namun demikian, selain QRIS, uang elektronik yang belum teregritasi dianggap tidak sesuai dengan Al Maqasid as-Syariah disebabkan uang elektronik ini tidak menggunakan sandi yang berpotensi menciptakan kemudharatan misalnya, saat kartu dicuri atau hilang.

Al-Syatibi berpendapat bahwa, “Tujuan syariah adalah menciptakan kemaslahatan manusia di dunia dan di akhirat”¹⁰. Al Maqasid as-Syariah mengandung makna dan hikmah yang dikehendaki Allah SWT dalam setiap syariat, baik umum maupun khusus, untuk kepastian kemaslahatan hambaNya. Semua yang yang disyariatkan Allah tidak lain untuk kemaslahatan hambaNya di dunia dan akhirat¹¹.

⁸ N Annisa, and MA Rahawarin, "Evaluasi Kebijakan Fitur Quick Response Code Indonesian Standard (Qris) Di Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Maluku," *Jurnal Pendidikan* (2023): 102-07, <http://jurnal.jomparnd.com/index.php/jp/article/view/761>.

⁹ Afif Muamar, and Ari Salman Alparisi, "Electronic Money (E-Money) Dalam Perspektif Maqashid Syariah," *Journal of Islamic Economics Lariba* 3, no. 2 (2017): 75-78, <https://dx.doi.org/10.20885/jielariba.vol3.iss2.art3>.

¹⁰ Ibrahim Ibn Musa Abu Ishaq Al Shatibi, *The Reconciliation of the Fundamentals of Islamic Law: Volume 1 - Al Muwafaqat Fi Usul Al Shari'a.*, vol. I, 2 vols. (Garnet Publishing, 2012), xxi.

¹¹ Nabila Zatadini, and Syamsuri, "Konsep Maqashid Syariah Menurut Al-Syatibi Dan Kontribusinya Dalam Kebijakan Fiskal " *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi*

Allah Subhanahu Wa Ta'ala berfirman:

مَكْتُوبًا يَجِدُونَهُ الَّذِي الْأُمِّيَّ النَّبِيَّ الرَّسُولَ يَتَّبِعُونَ الَّذِينَ
 الْمُنْكَرِ عَنِ وَيَنْهَاهُمْ بِالْمَعْرُوفِ يَأْمُرُهُمْ وَالْإِنْجِيلِ التَّوْرَةِ فِي عِنْدَهُمْ
 إِصْرَهُمْ عَنْهُمْ وَيَضَعُ الْخَبِيثَ عَلَيْهِمْ وَيَحْرِمُ الطَّيِّبَاتِ لَهُمْ وَيُحِلُّ
 وَنَصَرُوهُ وَعَزَّرُوهُ بِهِ ءَأَمَنُوا فَالَّذِينَ َعَلَيْهِمْ كَانَتْ التِّي وَالْأَغْلَالِ
 الْمَفْلُحُونَ هُمْ أَوْلَئِكَ مَعَهُ أَنْزَلَ الَّذِي النُّورَ وَاتَّبَعُوا

Orang-orang yang mengikuti Rasul, Nabi yang ummi yang mereka mendapati-nya tertulis di dalam Taurat dan Injil yang ada di sisi mereka. Dia menyuruh mereka kepada yang ma'ruf dan mencegah mereka dari yang mungkar dan menghalalkan bagi mereka segala yang baik dan mengharamkan atas mereka segala yang buruk dan meletakkan dari mereka beban-beban mereka dan belenggu-belenggu yang tadinya ada pada mereka. Maka orang-orang yang beriman kepadanya, memuliakannya, menolongnya dan mengikuti cahaya yang terang yang diturunkan kepadanya, mereka itulah orang-orang yang beruntung. (Al Qur'an. Surah Al-A'raf 7: Ayat 157)¹²

Dalam ayat ini Allah menegaskan bahwa segala yang baik adalah halal, serta sebaliknya segala yang buruk itu haram. Hukum asal adalah halal dan mubah bagi segala sesuatu ciptaan Allah di muka bumi ini, *Al-ashlu fil asy-ya'* ibahah hatta yadullu 'ala tahrimiha, (selama tidak ada dalil muktabar yang menyatakan keharamannya). *Al-ashlu fil asy-ya' an-Nafi'ah*

dan Perbankan Syariah 4, no. 1 (2019): 111-24,
<https://dx.doi.org/10.29240/alfalah.v3i2.587>.

¹² M. Quraish Shihab, *Tafsir Al Mishbah* (Lentera Hati, 2001), Jilid 5, 268.

al-ibahah wafil asy'yai dharratil hurmati (Hukum asal perkara yang bermanfaat adalah boleh dan hukum asal sesuatu yang membayakan adalah haram)¹³.

Kemaslahatan yang ingin diciptakan oleh syariah melingkupi manfaat dan kemudahan setiap tindakan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Dalam sebuah hadis yang diriwayatkan oleh Al Imam Bukhari (Sahih Bukhari), Rasulullah ﷺ bersabda,

وَقَارِبُوا فَسَدِّدُوا غَلْبَهُ، إِلَّا أَحَدُ الدِّينِ يُثَنَّدُ وَلَنْ يُسْرَ، الدِّينَ إِنَّ
الدُّلْجَةَ مِنْ وَشَىءٍ وَالرَّوْحَةَ بِالْعَدْوَةِ وَاسْتَعِينُوا وَأَبْشِرُوا،

“Agama itu sangat mudah dan siapa pun yang membebani dirinya dalam agamanya tidak akan dapat melakukannya dengan cara itu. Oleh karena itu tidak boleh berlebihan, tetapi cobalah untuk mendekati kesempurnaan dan menerima kabar baik bahwa Anda akan dihargai; dan mendapatkan kekuatan dengan beribadah di pagi hari, sore hari, dan selama jam-jam terakhir malam.” (HR Al Bukhari)¹⁴.

Dalam menjalani kehidupan sehari-hari baik dalam hal ibadah dan muaamalah, Allah tidak menghendaki kesulitan bagi manusia, sebagaimana ditegaskan dalam firman Allah ta’ala,

¹³ Abu Bakar, and Arifa Pratami, "Analisis Fiqih Industri Halal," *Taushiah: Jurnal Hukum, Pendidikan dan Kemasyarakatan* 11, no. 1 (2021): 1-13.

¹⁴ Muhammad ibn Ismā‘īl Khan Bukhārī, Muhammad Muhsin Zabīdī, and Ahmad ibn Ahmad, *The Translation of the Meaning of Summarized Sahih Al-Bukhari: Arabic-English – Mukhtasar Sahih Al-Bukhari, Al-Musamma Al-Tajrid Al-Sarih Li-Ahadith Al-Jami’ Al-Sahih*, 1st ed. (Riyadh, Saudi, Arabia: Maktaba Dar-us-Salam Publishers & distributors, 1996).

الْعُسْرَ بِكُمْ يُرِيدُ وَلَا الْيُسْرَ بِكُمْ اللَّهُ يُرِيدُ

“Allah menghendaki kalian kemudahan bagi kamu dan tidak menghendaki kesulitan bagi kamu” (Al Qur’an. Surah Al-Baqarah 2: Ayat 185)¹⁵.

Demikian halnya dengan aktifitas muamalah dengan menggunakan QRIS yang berorientasi kepada kemanfaatan dan kemudahan. QRIS berdampak signifikan terhadap efisiensi transaksi di Indonesia. Dengan QRIS, pengguna hanya perlu memindai satu kode QR universal untuk melakukan pembayaran sehingga menghilangkan kebutuhan untuk membawa uang tunai atau kartu fisik, serta mengurangi waktu yang diperlukan untuk memproses transaksi. Transaksi seperti ini sangat membantu di sektor ritel dan layanan, di mana kecepatan transaksi sangat penting¹⁶. QRIS mengurangi biaya yang terkait dengan penggunaan uang tunai, seperti biaya pengelolaan dan pengamanan. Selain itu, dengan standarisasi, biaya yang dikenakan oleh berbagai penyelenggara jasa sistem pembayaran (PJSP) menjadi lebih transparan dan kompetitif, menguntungkan merchant dan konsumen¹⁷.

¹⁵ M. Quraish Shihab, Jilid 1, 403.

¹⁶ TB Tarigan, and N Marpaung, "Pengaruh Efisiensi Transaksi Dan Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Menggunakan Qris Oleh Umkm (Studi Pada Umkm Kota Medan)," *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi* (2024): 1942-55.

¹⁷ A Bachtiar, MWD Sukirman, and NC Ambarita, "Penggunaan Qris Sebagai Sistem Cashless Dalam Meningkatkan Efisiensi Transaksi Umkm Di Upn “Veteran” Jawa Timur," *Jurnal Manajemen dan ...* (2024): 140–46, <https://ukitoraja.id/index.php/jumek/article/view/285>.

QRIS menyatukan berbagai sistem pembayaran yang ada, sehingga merchant tidak perlu menyediakan berbagai kode QR untuk setiap PJSP. Ini menyederhanakan manajemen sistem pembayaran dan mengurangi kebingungan bagi pengguna¹⁸. QRIS memiliki potensi besar dalam meningkatkan inklusi keuangan di Indonesia, terutama di kalangan masyarakat yang belum terjangkau oleh layanan perbankan konvensional. QRIS memungkinkan siapa saja untuk mengakses layanan pembayaran digital dengan menggunakan smartphone, tanpa harus memiliki rekening bank. Hal ini sangat bermanfaat bagi masyarakat di daerah terpencil yang sulit dijangkau oleh layanan perbankan tradisional¹⁹.

Banyak UMKM yang sebelumnya hanya menerima pembayaran tunai kini dapat menerima pembayaran digital melalui QRIS. Ini membantu mereka untuk mengelola keuangan lebih baik dan meningkatkan potensi penjualan dengan membuka diri terhadap pelanggan yang lebih luas²⁰.

¹⁸ A Ayuningtyas, and HH Adinugraha, "Quick Response Code Indonesian Standard as a Digital Payment Solution to Increase the Turnover and Reduce the Circulation of Counterfeit Money," *Journal of Education and Computer Application* (2024): 25-31, <https://jeca.aks.or.id/index.php/jeca/article/view/7>.

¹⁹ NLP Handayani, "Optimalisasi Sistem Pembayaran Quick Response Code Indonesian Standard (Qris) Dalam Mewujudkan Inklusi Keuangan," *Jurnal Nuansa: Publikasi Ilmu Manajemen dan Ekonomi Syariah* (2023): 363–70, <https://journal.arimbi.or.id/index.php/Nuansa/article/view/752>.

²⁰ NTF Ambarita, and M Simanjuntak, "Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (Umk) Dalam Menggunakan Quick Response Indonesia Standard (Qris) Di Umkm Taman Sari," *Scientica: Jurnal Ilmiah Sains dan Teknologi* (2024): 72–83, <http://jurnal.kolibi.org/index.php/scientica/article/view/2306>.

Implementasi QRIS disertai dengan berbagai program edukasi oleh Bank Indonesia dan PJSP untuk meningkatkan literasi keuangan di masyarakat. Kegiatan seperti ini membantu masyarakat memahami manfaat dari penggunaan layanan keuangan digital dan bagaimana menggunakannya dengan aman²¹. QRIS berperan penting dalam mendorong terciptanya masyarakat tanpa uang tunai (cashless society) di Indonesia. Berikut beberapa peran utama:

Dengan kemudahan dan kenyamanan yang ditawarkan oleh QRIS, masyarakat mulai beralih dari penggunaan uang tunai ke pembayaran digital. Penyediaan layanan begini sejalan dengan visi pemerintah untuk mengurangi penggunaan uang tunai dan menciptakan ekosistem keuangan yang lebih modern²². Pembayaran digital melalui QRIS lebih aman dibandingkan uang tunai, karena mengurangi risiko pencurian dan kehilangan uang fisik. Selain itu, transaksi digital lebih mudah dilacak dan dicatat, meningkatkan transparansi dan memudahkan pengelolaan keuangan²³.

²¹ J Leiwakabessy, and R Rahman, "Edukasi Pemanfaatan Quick Response Code Indonesian Standard (Qris) Di Negeri Leahari," *Jurnal Kabar Masyarakat* (2023): 01-05, <https://dx.doi.org/10.54066/jkb.v1i3.443>.

²² EA Lau, and U Kulsum, "Becoming a Cashless Society: The Role of Qris from the Z-Generation Student's Perspective," *JASF: Journal of Accounting and Strategic Finance* (2023): 172-91, <https://dx.doi.org/10.33005/jasf.v6i1.404>.

²³ Sutarni, and Neny Rossita Poncowati, "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Literasi Keuangan, Efektivitas, Dan Kemampuan Finansial Terhadap Minat Penggunaan Qris Dalam Transaksi Pembayaran (Studi Kasus Mahasiswa S1 Universitas Amikom Yogyakarta)," *AL-MIKRAJ Jurnal Studi Islam dan Humaniora (E-ISSN 2745-4584)* 5, no. 01 (2024): 209-28, <https://dx.doi.org/10.37680/almikraj.v5i01.5688>.

QRIS mendorong inovasi dalam sektor keuangan dengan memungkinkan integrasi dengan berbagai teknologi pembayaran lain seperti e-wallet dan mobile banking. Integrasi teknologi yang menciptakan ekosistem pembayaran yang lebih terhubung dan efisien, mendukung pertumbuhan ekonomi digital ²⁴.

Melalui dampak pada efisiensi transaksi, potensi peningkatan inklusi keuangan, dan peran dalam mendorong *cashless society*, QRIS memainkan peran kunci dalam transformasi ekonomi digital di Indonesia. Implementasi yang efektif dari QRIS tidak hanya meningkatkan kualitas layanan pembayaran tetapi juga mendukung pertumbuhan ekonomi yang lebih inklusif dan berkelanjutan ²⁵.



Gambar 1: Volume Penggunaan QRIS di Provinsi Banten

²⁴ H Safitri et al., "Preferensi Mahasiswa Terhadap Penerimaan Qris Sebagai Teknologi Pembayaran Digital," *Jurnal Pendidikan Tambusai* (2024): 18452–62, <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/15079>.

²⁵ LA Safitri, MA Avisena, and AA Tribuana, "Implementasi Kebijakan Pembayaran Parkir Via Qris (Quick Response Code Indonesian Standard) Oleh Dinas Perhubungan Kota Surabaya Dalam Rangka Memberikan Kemudahan Bagi Masyarakat Di Kota Surabaya," *Innovative: Journal Of Social Science Research* 4, no. 3 (2024): 13840–54, <https://dx.doi.org/10.31004/innovative.v4i3.11727>.

Sumber: Data diolah – Bank Indonesia

Gambar 1 memperlihatkan perkembangan volume penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran selama kurun waktu Desember 2023 hingga Mei 2024 yang tampak memiliki kecenderungan terus menaik. Tingkat kenaikan MoM (month over month) sebesar rata-rata 10%. Namun apabila ditelisik lebih jauh, seperti dalam terlihat pada Table A-1 di bawah ini terdapat gap yang cukup mecolok antara Kabupaten/Kota di Provinsi Banten.

Table A-1: Volume Penggunaan QRIS Triwulan per Kab/Kota di Banten

Triwulan	2023		2024	
	Rata-rata Volume	%	Rata-rata Volume	%
Banten	45,150,930.05		82,834,926.33	
Kab. Lebak	201,757.11	0.22%	571,398.00	0.34%
Kab. Pandeglang	186,111.90	0.21%	515,127.00	0.31%
Kab. Serang	240,301.66	0.27%	884,117.33	0.53%
Kab. Tangerang	17,529,735.57	19.41%	31,805,036.33	19.20%
Kab./Kota Lainnya di Bante	28.86	0.00%	9,190.67	0.01%
Kota Cilegon	554,121.43	0.61%	960,272.00	0.58%
Kota Serang	642,741.50	0.71%	1,596,254.33	0.96%
Kota Tangerang	12,012,538.44	13.30%	25,158,088.67	15.19%
Kota Tangerang Selatan	13,783,593.60	15.26%	21,335,442.00	12.88%
Total Rata-rata	90,301,860.10		165,669,852.67	

Sumber: Data diolah – Bank Indonesia

Volume penggunaan QRIS di Kabupaten Tangerang, Tangerang Selatan, dan Kota Tangerang mendominasi dengan fraksi masing-masing mencapai 19.20%, 15.19%, dan 12.88% pada tahun 2024 dibandingkan dengan kabupaten dan kota lainnya yang hanya mencapai rata-rata kurang

dari 1.00%. Kota Serang sendiri hanya mendapat volume 0.71% dari keseluruhan volume di Provinsi Banten.

Fenomena di atas yang menyediakan data disparitas atau perbedaan yang cukup signifikan antara Kota Serang dengan Kabupaten/Kota Tangerang mendorong rasa penasaran peneliti untuk melakukan kajian ilmiah yang terfokus kepada profile pelanggan di Kota Serang.

Pengalaman pelanggan (*customer experience*) adalah keseluruhan persepsi dan respons pelanggan terhadap interaksi dengan suatu produk atau layanan sepanjang perjalanan pelanggan (*customer journey*)²⁶. Ini mencakup semua titik kontak (*touchpoints*) dari awal hingga akhir interaksi, termasuk sebelum, selama, dan setelah pembelian atau penggunaan layanan.

Bagaimana perasaan pelanggan selama berinteraksi dengan produk atau layanan. Emosi positif seperti kepuasan dan kebahagiaan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, sementara emosi negatif dapat menyebabkan ketidakpuasan. Seberapa mudah pelanggan dapat berinteraksi dan menggunakan produk atau layanan. Ini mencakup kemudahan navigasi, kemudahan transaksi, dan aksesibilitas informasi²⁷. Seberapa baik produk atau layanan memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pelanggan. Efektivitas

²⁶ MH Azizi, T Bachtiar, and F Fenny, "Analisis Pengalaman Pelanggan Sebagai Fokus Utama Dalam Pemasaran Bisnis Di Industri Manufaktur," *Jurnal Multidisiplin West Science* 3, no. 1 (2024): 98–107, <https://dx.doi.org/10.58812/jmws.v3i01.956>.

²⁷ T Monica, R Erlina, and R Yon, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Pengalaman Pelanggan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Pelanggan," *Jurnal Edukasi Ekobis* 8, no. 1 (2020): 1-13, <http://repository.lppm.unila.ac.id/id/eprint/43555>.

mencakup keandalan, kualitas, dan kemampuan produk atau layanan untuk menyelesaikan masalah pelanggan²⁸. Kualitas interaksi antara pelanggan dan penyedia layanan, termasuk layanan pelanggan, respon cepat terhadap pertanyaan dan keluhan, serta kualitas komunikasi.

Fitria et. al.²⁹ menjelaskan bahwa studi pengalaman pelanggan membantu untuk memahami harapan dan kebutuhan pelanggan. Dengan mengetahui apa yang diinginkan pelanggan, penyedia layanan dapat menyesuaikan dan mengoptimalkan fitur dan layanan QRIS agar lebih sesuai dengan ekspektasi pengguna.

Melalui analisis pengalaman pelanggan, penyedia layanan dapat mengidentifikasi pusat persoalan yang dihadapi pelanggan saat menggunakan QRIS. Dengan mengatasi persoalan ini, kualitas layanan dapat ditingkatkan, meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan³⁰. Pengalaman pelanggan yang positif dapat meningkatkan loyalitas dan retensi pelanggan. Pelanggan yang puas cenderung tetap menggunakan layanan

²⁸ C Thendywinaryo, and A Sidik, "Analisis Strategi Customer Relationship Management Untuk Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Umkm Retail Non-Makanan Di Indonesia Timur (Studi Kasus Pada New Em Collection)," *Jurnal E-Komunikasi* 9, no. 2 (2021): 1-12, <http://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/11527>.

²⁹ DNT Fitria, C Yohana, and B Saidani, "Pengaruh Pengalaman Pelanggan Terhadap Niat Membeli Kembali Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening," *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan* 2, no. 2 (2021): 592-610, <http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jbmk/article/view/30152>.

³⁰ DNT Fitria, C Yohana, and B Saidani.

QRIS dan merekomendasikannya kepada orang lain, yang pada gilirannya dapat meningkatkan jumlah pengguna ³¹.

Umpan balik dari pelanggan dapat digunakan untuk mengembangkan dan memperkenalkan fitur baru yang lebih inovatif dan relevan. Hal ini memastikan bahwa QRIS terus berkembang sesuai dengan kebutuhan dan tren pasar ³².

Pengalaman pelanggan yang positif sangat penting dalam mendorong adopsi teknologi baru. Ketika pelanggan merasa puas dengan interaksi mereka dengan teknologi baru seperti QRIS, mereka lebih cenderung mengadopsi dan menggunakannya secara rutin ³³.

Jain et. al. ³⁴ dalam reviewnya mengungkapkan bahwa pengalaman pengguna yang buruk dapat menjadi hambatan besar dalam adopsi teknologi baru. Dengan memfokuskan pada peningkatan pengalaman pelanggan, penyedia layanan dapat mengurangi hambatan ini, seperti kebingungan

³¹ A Agustiono, and S Listyorini, "Pengaruh Customer Experience Terhadap Customer Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Masyarakat Semarang Pengguna Linkaja)," *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 11, no. 2 (2022): 244-56, <https://dx.doi.org/10.14710/jiab.2022.34564>.

³² BH Dzakiyyah, KD Putri, and NY Salsabila, "Pemanfaatan Big Data Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Shopee," *Innovative: Journal Of Social Science Research* 3, no. 5 (2023): 10441–55, <https://dx.doi.org/10.31004/innovative.v3i5.5534>.

³³ Nikola Marangunić, and Andrina Granić, "Technology Acceptance Model: A Literature Review from 1986 to 2013," *Universal Access in the Information Society* 14, no. 1 (2014): 81-95, <https://dx.doi.org/10.1007/s10209-014-0348-1>.

³⁴ Rajnish Jain, Jayesh Aagja, and Shilpa Bagdare, "Customer Experience – a Review and Research Agenda," *Journal of Service Theory and Practice* 27, no. 3 (2017): 642-62, <https://dx.doi.org/10.1108/jstp-03-2015-0064>.

dalam penggunaan, ketidaknyamanan, atau ketidakpercayaan terhadap teknologi baru.

Pelanggan yang memiliki pengalaman positif dengan teknologi baru cenderung berbagi pengalaman mereka dengan orang lain. Ini menciptakan word of mouth yang positif dan membangun reputasi baik bagi teknologi tersebut, yang pada gilirannya dapat meningkatkan adopsi³⁵.

Pengalaman pelanggan menyediakan umpan balik berharga yang dapat digunakan untuk perbaikan berkelanjutan. Penyedia layanan dapat menggunakan umpan balik ini untuk memperbaiki dan meningkatkan teknologi baru, sehingga membuatnya lebih menarik dan dapat diterima oleh pengguna³⁶.

Dengan demikian, studi pengalaman pelanggan tidak hanya penting untuk meningkatkan kualitas layanan QRIS tetapi juga memainkan peran penting dalam memastikan adopsi dan keberhasilan jangka panjang dari teknologi pembayaran digital ini. Memahami dan mengelola pengalaman pelanggan dengan baik adalah kunci untuk mencapai keberlanjutan dan pertumbuhan dalam ekosistem ekonomi digital yang berkembang pesat.

³⁵ Rajnish Jain, Jayesh Aagja, and Shilpa Bagdare.

³⁶ Larissa Becker, and Elina Jaakkola, "Customer Experience: Fundamental Premises and Implications for Research," *Journal of the Academy of Marketing Science* 48, no. 4 (2020): 630-48, <https://dx.doi.org/10.1007/s11747-019-00718-x>.

B. IDENTIFIKASI MASALAH

1. Bagaimana pengalaman pelanggan menggunakan QRIS di kota Serang.
2. Bagaimana pengaruh pengalaman pelanggan dalam menggunakan QRIS menentukan niat selanjutnya untuk menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran.

C. RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana pengaruh persepsi kemanfaatan dan kemudahan terhadap intensi pelanggan dalam menggunakan QRIS di Kota Serang?
2. Bagaimana variabel-variabel pengalaman pelanggan mempengaruhi intensi pelanggan dalam menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran di kota Serang?

D. BATASAN MASALAH

1. Terbatas pada pengalaman pelanggan dan tidak mencakup aspek teknis atau operasional dari QRIS.
2. Periode penelitian yang spesifik di dalam rentang waktu tahun 2024.
3. Penelitian hanya berfokus kepada pelanggan di kota Serang.

E. TUJUAN PENELITIAN

1. Mengidentifikasi pengaruh persepsi kemanfaatan dan kemudahan terhadap intensi pelanggan dalam menggunakan QRIS di Kota Serang.
2. Mengidentifikasi variabel-variabel yang mempengaruhi pengalaman pelanggan dalam menggunakan QRIS.

F. KEGUNAAN PENELITIAN

1. Kegunaan Teoritis

- a. Kontribusi terhadap literatur mengenai pengalaman pelanggan dan adopsi teknologi pembayaran digital.
- b. Penambahan wawasan baru dalam studi sistem pembayaran digital di Indonesia.

2. Kegunaan Praktis

- a. Rekomendasi bagi penyedia layanan dan regulator untuk meningkatkan kualitas layanan QRIS.
- b. Peningkatan pengalaman pengguna yang berpotensi meningkatkan adopsi QRIS.

G. PENELITIAN TERDAHULU

Penelitian terdahulu memainkan peran penting dalam memberikan landasan teoretis dan empiris penelitian ini. Penelitian tentang adopsi teknologi QRIS di Indonesia telah dilakukan dengan beberapa pendekatan teoretis, termasuk *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB). Penelitian terdahulu yang mengkaji penggunaan dan pengadopsian teknologi QRIS di Indonesia dengan menggunakan kerangka teori TAM dan TPB terbilang belum banyak dilakukan. Menurut beberapa peneliti, kedua teori ini memberikan landasan yang baik untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan teknologi dan Intensi menggunakan teknologi tersebut oleh individu dan organisasi³⁷.

TAM berfokus pada dua konstruk utama yaitu, *perceived usefulness* (PU) dan *perceived ease of use* (PEOU). PU mengukur tingkat kepercayaan seseorang bahwa menggunakan teknologi QRIS akan meningkatkan kinerja, sedangkan PEOU mengukur tingkat kepercayaan bahwa menggunakan teknologi QRIS mudah untuk digunakan.

TPB menambahkan dimensi *perceived behavioral control* (PBC), *attitude* (sikap) dan *subjective norm* (norma subjektif). PBC mencerminkan sejauh mana seseorang merasa memiliki kendali atas penggunaan teknologi

³⁷ Marangunić, and Granić, Mainatul Ilmi et al., "Perkembangan Dan Penerapan Theory of Acceptance Model (Tam) Di Indonesia," *Relasi : Jurnal Ekonomi* 16, no. 2 (2020): 436-58, <https://dx.doi.org/10.31967/relasi.v16i2.371>.

QRIS. Penelitian terdahulu yang menggunakan TPB untuk mempelajari adopsi QRIS menunjukkan bahwa ketiga konstruk ini secara signifikan mempengaruhi niat dan perilaku penggunaan QRIS.

Table G-1 berikut merekapitulasi hasil penelitian terdahulu tentang penggunaan QRIS yang dilandasi oleh teori TAM, TPB, atau difusi dua terori TAM dan TPB.

Table G-1: Penelitian Terdahulu

No	Judul (Penulis)	Variable	Masalah Penelitian	Hasil Penelitian	Saran
1	Indonesian's Acceptance of Non-Cash Transaction Using QRIS (T. Setiyono, 2021, The 3rd International Conference on Banking, Accounting, Management and Economics (ICOBAME 2020)) ³⁸	Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Pemahaman Menggunakan QRIS, Persepsi Kepercayaan	Menganalisis akseptansi publik akan QRIS	Lebih dari 50% dari responden tidak mengetahui apa itu QRIS, karyawan tidak mengetahui perbedaan QRIS dan kode QR sebelumnya. 55% responden memilih transaksi tunai daripada non-tunai. Akseptasi	Bank Indonesia tetap perlu mensosialisasikan keuntungan bertransaksi non tunai menggunakan QRIS.

³⁸ TA Setiyono, "Indonesian's Acceptance of Non-Cash Transaction Using Qris," *The 3rd International Conference on Banking, Accounting, Management and Economics (ICOBAME 2020)* (2021): 141-44, <https://dx.doi.org/10.2991/aebmr.k.210311.027>.

No	Judul (Penulis)	Variable	Masalah Penelitian	Hasil Penelitian	Saran
				transaksi non tunai menggunakan QRIS masih belum optimal.	
2	Factors affecting consumer intention to use QRIS during the Covid-19 pandemic by using C-TAM-TPB (ITP Putra, I Heruwasto, The 6th International Conference on Family Business and Entrepreneurship 2022) ³⁹	Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Sikap Terhadap Perilaku, Norma Subjektif, Persepsi Kontrol Perilaku, Niat Perilaku	Menganalisis pengaruh perceived risiko COVID 19 terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen menggunakan QRIS.	Sikap seseorang terhadap transaksi QRIS digital dipengaruhi oleh persepsi manfaat kegunaan dan dukungan teknologi dalam menggunakan sistem baru dalam hal transaksi pembayaran.	QRIS dapat digunakan sebagai alat pemasaran di masa depan karena masyarakat sudah mulai mengadopsinya.
3	Analysis of the Factors of Intention to Use Qris for Msmes in Semarang	Pengetahuan Produk, Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan	Menganalisis Niat Perilaku menggunakan QRIS di UMKM pasar tradisional	Pengetahuan Produk, Persepsi Manfaat, dan Persepsi Kemudahan	Memahami faktor-faktor yang menentukan niat perilaku UMKM untuk

³⁹ ITP Putra, and I Heruwasto, "Factors Affecting Consumer Intention to Use Qris During the Covid-19 Pandemic by Using C-Tam-Tpb," *The 6th International Conference on Family Business and Entrepreneurship* (2022), <http://e-journal.president.ac.id/presunivojs/index.php/ICFBE/article/view/3783>.

No	Judul (Penulis)	Variable	Masalah Penelitian	Hasil Penelitian	Saran
	City's Traditional Market, R Nurhapsari, and E Sholihah. 2022. <i>Jurnal Ekonomi Modernisasi</i> . Vol. 18 No. 2 199-211 ⁴⁰	n, Niat Perilaku, dan Persepsi Risiko	Kota Semarang.	mempengaruhi secara positif dan signifikan Niat Perilaku untuk menggunakan QRIS. Sedangkan Persepsi Risiko mempengaruhi secara negatif dan signifikan Niat Perilaku untuk menggunakan QRIS	menggunakan QRIS, strategi yang lebih efektif dapat dirumuskan.
4	<i>Quick Response code Indonesia standard (QRIS) E-payment adoption: customers perspective.</i> Evan Hamzah Muchtara, Budi Triantob, Irwan Maulanaa, Muhammad	Pengaruh Sosial, Kondisi Fasilitas, Kinerja, Niat Perilaku, dan Usaha.	Menganalisis determinasi niat nasabah mengadopsi QRIS e-Payment di Indonesia.	Pengaruh sosial dan Kondisi Fasilitas secara signifikan mempengaruhi niat perilaku untuk menggunakan QRIS. Sedangkan Kinerja dan Usaha tidak signifikan mempengaruhi	Untuk meningkatkan niat nasabah menggunakan QRIS, penyelenggara perlu membentuk pendapat di masyarakat dengan meningkatkan pengaruh sosial.

⁴⁰ Risma Nurhapsari, and Erlinda Sholihah, "Analysis of the Factors of Intention to Use Qris for Msmes in Semarang City's Traditional Market," *Jurnal Ekonomi Modernisasi* 18, no. 2 (2022): 199-211, <https://dx.doi.org/10.21067/jem.v18i2.7291>.

No	Judul (Penulis)	Variable	Masalah Penelitian	Hasil Penelitian	Saran
	Nurul Alima, Ruslan Husen Marasabessya, Wahyu Hidayata, Edy Junaedia, and Masriza. 2024. <i>Cogent Business & Management</i> 2024, VoL. 11, no. 1, 2316044 ⁴¹			uh i niat perilaku menggunakan QRIS.	
5	Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Electronic Money: Integrasi Model Tam – Tpb Dengan Perceived Risk. Rahmatika, Ula, and Muhammad Andryzal Fajar. 2019. <i>Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen</i> 8, no. 2: 274-284.	Sikap, Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Norma Subjektif, dan Persepsi Kontrol Perilaku.	Faktor-faktor yang menentukan minat penggunaan e-money	Sikap, Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Norma Subjektif, dan Persepsi Kontrol Perilaku. mempengaruhi minat penggunaan e-money. Namun, Persepsi Risiko Kinerja, Risiko Sosial, Risiko Waktu, Risiko Keuangan, dan Risiko	"Memperbaiki model penelitian dengan menambahkan teori pendukung atau jumlah sampel yang lebih besar. Menerapkan model penelitian ini pada objek penelitian yang lain"

⁴¹ Evan Hamzah Muchtara et al., "Quick Response Code Indonesia Standard (Qris) E-Payment Adoption: Customers Perspective," *Cogent Business & Management* (2024): 1-18, <https://dx.doi.org/10.1080/23311975.2024.2316044>.

No	Judul (Penulis)	Variable	Masalah Penelitian	Hasil Penelitian	Saran
				Keamanan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan e-money.	
6	Analisis Niat Konsumen dalam menggunakan QRIS Dengan Pendekatan Theory of Planned Behavior (TPB). Yuliana Yuliana, Arwin Arwin, Weny Weny, Candy Lo, Julianna Kuan. Jurnal E-Bis 2022, 6(2), 680-690	Sikap Terhadap Perilaku, Norma Subjektif, Persepsi Kontrol Perilaku, Niat Penggunaan.	Menganalisis niat penggunaan QRIS oleh konsumen di kota Tanjung Balai.	Sikap terhadap perilaku, Norma Subjektif dan Persepsi Kontrol Perilaku berpengaruh simultan dan individual terhadap niat menggunakan QRIS.	Untuk meneliti variabel bebas lainnya yang mempengaruhi niat menggunakan QRIS dengan konstruk yang bersesuaian dengan teori TPB.
7	Potensi QRIS M-banking Bank Syariah sebagai Teknologi Pembayaran untuk Mendukung Inklusi Keuangan Syariah di Indonesia. F Sodik, AF Riza. Jurnal Ekonomi Indonesia•Vo	Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Condition, Hedonic Motivation, Price Value, habit, Trust, Knowledge	Menganalisis penerimaan aplikasi QRIS M-banking bank syariah sebagai teknologi pembayaran non-tunai dan faktor-faktor yang memengaruhi adopsi pengguna.	Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, Habit, dan Trust berpengaruh positif dan signifikan terhadap Behavioral Intention. Selanjutnya, Behavioral	Pelayanan perlu ditingkatkan dengan mengembangkan fitur layanan agar meningkatkan pengalaman pengguna. Prioritas kepercayaan pengguna dengan memastikan keamanan dan

No	Judul (Penulis)	Variable	Masalah Penelitian	Hasil Penelitian	Saran
	lume 12 Number 2, 2023: 125– 154 ⁴²	, Satisfactio n, and Intention		Intention berpengaruh positif dan signifikan terhadap customer satisfaction dalam menggunaka n QRIS M- banking bank syariah.	kerahasiaan data pengguna

H. KEBARUAN PENELITIAN (NOVELTY)

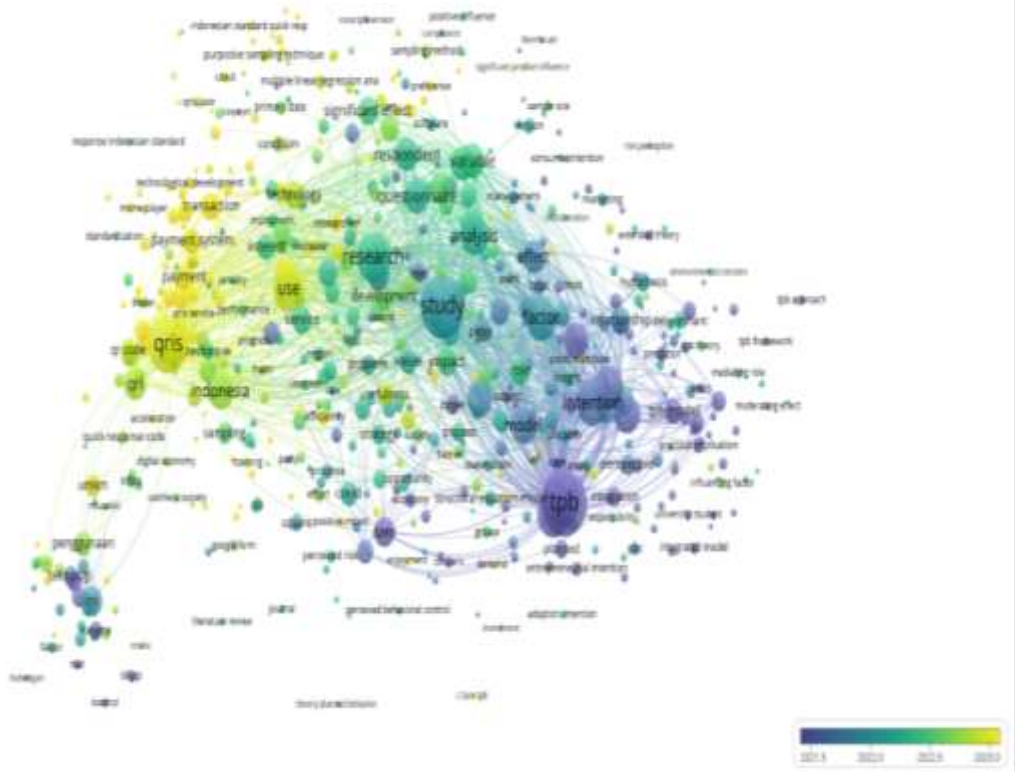
Kebaruan penelitian diperoleh dengan menganalisis tren penelitian terkait QRIS, TAM, dan TPB menggunakan pendekatan bibliometrik. Alat yang digunakan dalam analisis ini adalah software Publish & Perish untuk pengumpulan data dan VOSviewer untuk visualisasi data. Sumber data diambil dari *Crossref* dan *Google Scholar* dengan menggunakan keyword QRIS, TAM, dan TPB.

Pengumpulan data diambil dari sumber Crossref dan Google Scholar dengan keyword QRIS, TAM, dan TPB di ambil dari judul dan abstrak

⁴² Alex Fahrur Riza, and Fajar Sodik, "Potensi Qris M-Banking Bank Syariah Sebagai Teknologi Pembayaran Untuk Mendukung Inklusi Keuangan Syariah Di Indonesia," *Jurnal Ekonomi Indonesia* 12, no. 2 (2023): 125-54, <https://dx.doi.org/10.52813/jei.v12i2.315>.

penelitian. Jumlah hasil diperoleh 200 penelitian. *Co-occurrence* keyword dengan minimal 3 *binary counting*.

Gambar 2: Hasil Bibliometrik Penelitian Terdahulu



Berdasarkan analisis menggunakan VOSviewer (Gambar H-1), visualisasi data menunjukkan adanya beberapa kluster yang terpisah di antara keyword yang digunakan. Kluster penelitian QRIS terpisah dari kluster TAM dan TPB, yang mengindikasikan penelitian yang memadukan topik QRIS dengan teori TAM atau TPB masih jarang dilakukan. Kluster Penelitian TAM dan TPB menunjukkan penelitian TAM dan TPB berada dalam kluster yang berjarak waktu lebih lama, dengan sebagian besar

penelitian dilakukan lebih dari sepuluh tahun yang lalu. Hal ini menunjukkan bahwa TAM dan TPB adalah teori yang telah lama digunakan dalam penelitian. Sedangkan penelitian terkait QRIS muncul dalam rentang tahun terkini, khususnya sejak tahun 2020. Hal ini mencerminkan perkembangan dan adopsi QRIS sebagai topik penelitian baru yang relevan dalam beberapa tahun terakhir.

Penelitian QRIS membentuk klaster independen yang terpisah dari klaster TAM dan TPB. Pemisahan ini menunjukkan bahwa beberapa penelitian saat ini mengintegrasikan QRIS dengan kerangka kerja TAM atau TPB. Meskipun TAM dan TPB telah lama memberikan wawasan mendasar dalam memahami penerimaan teknologi, teori-teori ini jarang diterapkan secara khusus pada QRIS, teknologi pembayaran yang unik untuk lanskap regulasi dan ekonomi Indonesia. Kesenjangan ini menyiratkan potensi yang belum dimanfaatkan untuk memeriksa bagaimana teori penerimaan yang mapan dapat disesuaikan untuk menjelaskan adopsi dan perilaku QRIS.

Analisis juga menunjukkan bahwa sebagian besar studi TAM dan TPB dilakukan lebih dari sepuluh tahun yang lalu, sementara penelitian QRIS sebagian besar muncul sejak tahun 2020. Penelitian TAM dan TPB telah matang sebagai kerangka teori yang biasa digunakan peneliti untuk mempelajari penerimaan teknologi, terutama dalam pengaturan keuangan digital dan pembayaran seluler. Namun, mengingat perkembangan teknologi

QRIS baru-baru ini dan pesat, penting untuk meninjau kembali teori-teori ini mengingat perilaku pengguna baru, masalah keamanan, dan perubahan kebijakan. QRIS memperkenalkan model regulasi dan operasional unik yang mungkin menuntut perluasan atau adaptasi terhadap teori-teori ini, menjadikannya area utama untuk penelitian.

Meskipun kluster QRIS, TAM, dan TPB terpisah, ada beberapa penelitian yang mulai mengintegrasikan QRIS dengan teori TAM dan TPB, meskipun jumlahnya masih terbatas. Peneliti berharap bahwa dengan meningkatnya adopsi QRIS, penelitian ini yang mengkaji penggunaan QRIS dengan pendekatan TAM dan TPB akan memberikan sumbangan yang bermanfaat bagi khazanah ilmu ekonomi syariah yang berkaitan dengan penerapan teknologi, perancangan kebijakan, serta implementasi kebijakan oleh stakeholder.

Munculnya QRIS sejalan dengan tren yang lebih luas menuju pembayaran digital, namun ada sedikit penelitian yang menggabungkan TAM atau TPB dengan QRIS untuk menjelaskan bagaimana persepsi tentang kemudahan penggunaan, kegunaan, pengaruh sosial, dan kontrol perilaku yang dirasakan memengaruhi perilaku spesifik QRIS. Studi terbaru menunjukkan bahwa kompleksitas dan masalah kepercayaan seputar pembayaran digital seperti QRIS dapat memperkenalkan variabel baru ke

dalam kerangka kerja TAM dan TPB⁴³. Mengeksplorasi bagaimana teori-teori yang mapan ini dapat diperluas atau dikombinasikan dengan wawasan yang lebih baru, seperti yang berasal dari ekonomi perilaku atau teori beban kognitif, dapat menghasilkan model yang lebih kaya yang menjelaskan konteks spesifik QRIS.

Kesenjangan dalam studi TAM dan TPB terkait QRIS konsisten dengan seruan yang lebih luas dalam komunitas penelitian fintech untuk model penerimaan terbaru yang mempertimbangkan teknologi keuangan yang sedang berkembang. Para peneliti menyarankan bahwa memperluas model tradisional dengan faktor kontekstual—seperti kepatuhan terhadap peraturan, literasi keuangan, dan kepercayaan—dapat membantu menjelaskan perilaku adopsi dengan lebih akurat⁴⁴. Secara khusus, model gabungan QRIS-TAM-TPB dapat membantu menangkap motivator dan hambatan yang memengaruhi adopsi QRIS, termasuk nuansa lokal seperti pengaruh peraturan, persepsi keamanan transaksi, dan tekanan sosial khusus untuk konsumen Indonesia.

⁴³ Wahyu Agus Winarno, Alfi Arif, and Hanif Astika Kurniawati, "Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (Tam) Yang Telah Dimodifikasi," *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi* 4, no. 1 (2017): 24-29, <https://dx.doi.org/10.19184/ejeba.v4i1.4563>.

⁴⁴ Qianhua Liu, Ka-Ching Chan, and Ranga Chimhundu, "Fintech Research: Systematic Mapping, Classification, and Future Directions," *Financial Innovation* 10, no. 1 (2024): 1-33, <https://dx.doi.org/10.1186/s40854-023-00524-z>.

Selanjutnya, hasil analisis bibliometrik ini menunjukkan bahwa penelitian tentang QRIS masih merupakan bidang yang baru dan berkembang, dengan sedikit integrasi dengan teori-teori seperti TAM dan TPB. Sebaliknya, penelitian tentang TAM dan TPB telah matang dan banyak dilakukan dalam dekade terakhir. Kedepannya, diharapkan ada peningkatan dalam jumlah penelitian yang menggabungkan QRIS dengan teori TAM dan TPB untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang adopsi teknologi QRIS.

Untuk menjembatani kesenjangan ini, para peneliti dapat mengembangkan model hibrida yang menggabungkan variabel TAM dan TPB dengan konstruksi khusus QRIS. Juga dapat melakukan studi longitudinal untuk melihat bagaimana perilaku adopsi QRIS berkembang dari waktu ke waktu dan apakah motivasi adopsi awal bertahan atau berubah; atau menerapkan metode campuran untuk mendapatkan wawasan kuantitatif (misalnya, melalui pemodelan SEM) dan perspektif kualitatif (misalnya, wawancara pengguna) tentang bagaimana pengguna menavigasi teknologi QRIS.

Penelitian ini memilih model hibrida yang menggabungkan variabel TAM dan TPB dengan konstruksi khusus QRIS.