

Preferensi Penggunaan Qris (*Quick Response Code Indonesian Standard*) dan Dampaknya terhadap Kinerja UMKM Kuliner di Kota Bandung

Syabilla Ananda Silviawati*, Dewi Rahmi

Prodi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*syabillaanandaa@gmail.com, dewirahmi484@gmail.com

Abstract. The pillars of the Indonesian economy are MSMEs, the culinary sector is the subsector that contributes the largest to the gross domestic product (BPD). Bandung is one of the cities famous for its culinary delights. Apart from that, Bandung is quite technology-savvy and tends to have consumerist behavior. The development of non-cash transaction using QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) is a challenge for MSMEs in keeping up with technological developments in payment methods. The aim of this research is to determine preferences for using QRIS and the impact on Culinary MSMEs. The research method used is a quantitative method, the data source collected from 100 Culinary MSMEs that have used QRIS. The data analysis method used is quantitative descriptive analysis. Based on the research results, it is known that consumer preferences in using QRIS there are 2 indicators according Technology Acceptance Model theory, namely perceived convenience and perceived trust, 2 supporting indicators, perceived usefulness and perceived risk. From four indicators, perceived risk has the highest value with a value of 96.1%. MSME performance indicators consist of income growth, capital growth, workforce growth, operating profit growth and growth in the number of customers. Of the five indicators business profit growth has the highest value with a value of 99.2%, sales growth with a value of 96.2% and capital growth with a value of 94.5%, it can be concluded that QRIS has a positive impact on Culinary MSMEs in Bandung City, where this will greatly influence the performance of MSMEs.

Keywords: *MSMEs, QRIS Payments, Technology Acceptance Model.*

Abstrak. Pilar perekonomian Indonesia adalah UMKM, sektor kuliner merupakan subsektor penyumbang terbesar dari produk domestik bruto (BPD) ekonomi kreatif dan Kota Bandung merupakan salah satu kota yang terkenal dengan kulinernya. Bandung cukup melek terhadap teknologi dan cenderung memiliki perilaku konsumtif. Berkembangnya metode transaksi non tunai menggunakan QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) menjadi tantangan bagi para pelaku UMKM dalam mengimbangi perkembangan teknologi dalam metode pembayaran. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui preferensi penggunaan QRIS dan dampaknya terhadap UMKM Kuliner di Kota Bandung. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif, sumber data penelitian ini berasal dari data primer yang berasal dari 100 UMKM Kuliner yang menggunakan QRIS. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kuantitatif. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa preferensi konsumen dalam menggunakan QRIS terdapat 2 indikator dengan menggunakan teori TAM (*Technology Acceptance Model*) yaitu persepsi kemudahan dan persepsi kepercayaan, 2 indikator pendukung yaitu persepsi kemanfaatan dan persepsi risiko. Dari keempat indikator tersebut, persepsi risiko memiliki nilai yang paling tinggi dengan nilai 96,1%. Indikator kinerja UMKM terdiri dari pertumbuhan pendapatan, pertumbuhan modal, pertumbuhan tenaga kerja, pertumbuhan laba usaha dan pertumbuhan jumlah pelanggan. Dari kelima indikator tersebut yang memiliki nilai paling tinggi yaitu pertumbuhan laba usaha dengan nilai 99,2%, pertumbuhan penjualan dengan nilai 96,2% dan pertumbuhan modal dengan nilai 94,5%, maka dapat disimpulkan bahwa QRIS memiliki dampak positif bagi UMKM Kuliner di Kota Bandung dimana hal tersebut akan sangat berpengaruh terhadap kinerja UMKM.

Kata Kunci: *UMKM, Pembayaran QRIS, Technology Acceptance Model.*

A. Pendahuluan

Pembangunan pada era globalisasi sangat mengandalkan sektor ekonomi sebagai tolak ukur keberhasilan yang dilakukan pemerintah. Peran masyarakat dalam pembangunan nasional khususnya dalam pembangunan ekonomi yaitu melalui perkembangan UMKM. Seperti yang diketahui bahwa pilar perekonomian Indonesia adalah UMKM, jumlah UMKM di Indonesia terus meningkat dari waktu ke waktu. Kementerian Koperasi dan UKM mencatat, pada tahun 2021 jumlah UMKM mencapai 65,46 juta Unit atau 99,99% dari total unit yang ada di Indonesia, menyumbang 60,3% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) (1). Menurut Kemenkop dan UKM, pada tahun 2023 total UMKM di Indonesia tembus 66 juta unit usaha. Selain itu Jawa Barat merupakan provinsi dengan jumlah UMKM terbanyak di Indonesia, dikarenakan program Jabar Juara membuat UMKM menjadi semakin besar dan berkembang. Kini Jawa Barat memiliki jumlah UMKM sebanyak 6.257.390 unit (Listya Nugraha, 2023). Kementerian pariwisata dan ekonomi kreatif mengatakan bahwa kuliner merupakan subsektor penyumbang terbesar dari produk domestik bruto (PDB) ekonomi kreatif. Kemenparekraf juga mencatat subsektor kuliner menyumbang Rp. 455,44 Triliun atau sekitar 41% dari total PDB ekonomi kreatif sebesar Rp. 1.134 Triliun pada 2020 (3). Kota Bandung merupakan salah satu kota yang termasuk ke dalam pengembangan teknologi digital dalam sistem pembayaran. Hal tersebut sangat amat cocok dengan gaya hidup masyarakat di Kota Bandung yang cukup melek terhadap teknologi dan cenderung memiliki perilaku konsumtif.

Perkembangan di bidang teknologi melahirkan masyarakat yang membutuhkan sesuatu yang praktis, cepat, mudah, efektif dan efisien dalam setiap aktivitasnya. Kemajuan teknologi yang semakin meningkat memaksa masyarakat untuk lebih mengenal kegiatan transaksi keuangan digital, kebutuhan akan mekanisme pembayaran yang cepat dan mudah menjadi usul lahirnya layanan transaksi keuangan digital. Seiring dengan meningkatnya akses teknologi dalam pembayaran digital, saat ini telah berkembang layanan uang elektronik (4). Uang elektronik dapat didefinisikan sebagai uang yang berbentuk digital dimana nilai uangnya disimpan dalam media elektronik tertentu.

Fasilitas kemudahan dan kenyamanan saat bertransaksi yang didukung dengan berbagai perangkat digital sangat disukai oleh generasi milenial terkhususnya dalam pembayaran non tunai. Sistem pembayaran non tunai atau cashless di Indonesia mengalami perkembangan yang terus maju, Indonesia merupakan salah satu negara di Asia Tenggara yang memiliki pertumbuhan tercepat dalam perkembangan ekonomi digitalnya. Hal tersebut membuat adanya perubahan dalam sistem pembayaran dari tunai (cash) menjadi non tunai (Cashless). (5).

Cashless yaitu pembayaran atau transaksi yang menggunakan media seperti kartu debit, kartu kredit, Anjungan Tunai Mandiri (ATM), cek dan lain sebagainya. Pembayaran non tunai atau Cashless menjadi tren sebuah gaya hidup belakangan ini bagi kelompok masyarakat yang menginginkan kemudahan dan efisien. (6). Pemerintah Indonesia juga sudah mendukung perkembangan cashless itu sendiri melalui Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) yang diprakarsai Bank Indonesia pada tahun 2014. Ada 2 langkah besar yang dilakukan Bank Indonesia untuk menyukseskan GNNT di tahun 2017, yaitu menerapkan sistem pembayaran non tunai dengan uang elektronik dan meluncurkan Gerbang Pembayaran Nasional (GPN) untuk kartu debit (ATM). (Uptown, 2021)

Tetapi hal tersebut malah menjadi suatu masalah bagi para Pelaku UMKM, karena para pelaku UMKM merasa kewalahan jika harus mengimbangi perkembangan teknologi digital dengan maraknya aplikasi pembayaran digital atau sering disebut dengan pembayaran non tunai (cashless) menyulitkan para pelaku UMKM untuk menyediakan berbagai aplikasi pembayaran yang banyak. Hal tersebut juga sangat berpengaruh terhadap perkembangan UMKM, karena bagi sebagian masyarakat yang sudah menggunakan cashless jarang mempunyai uang tunai. Sehingga jika pelaku usaha tidak menerapkan metode pembayaran non tunai tidak menutup kemungkinan untuk para konsumen itu tidak jadi membeli di tempat tersebut atau lebih memilih tempat yang sudah menerapkan sistem pembayaran non tunai. Maka hal tersebut akan menyebabkan kerugian bagi pelaku UMKM itu sendiri, salah satunya yaitu jumlah pengunjung berkurang, jika jumlah pengunjung berkurang maka akan menyebabkan berkurangnya jumlah

produksi, income (pendapatan) dari usaha tersebut turun dan menyebabkan kerugian, berkurangnya jumlah karyawan bahkan hingga tutupnya usaha tersebut.

Maka dari itu pada tanggal 17 Agustus 2019, Bank Indonesia (BI) memperkenalkan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) sebagai upaya untuk menyederhanakan seluruh transaksi keuangan digital elektronik berbasis QR Code. QRIS dapat beroperasi dengan semua UMKM yang bekerja sama dengan Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP). Penggunaan aplikasi Mobile Banking atau e-wallet seperti GOPAY, DANA, dan OVO dapat melakukan transaksi dengan para pelaku UMKM dengan cara melakukan scan barcode QRIS yang disediakan oleh pelaku UMKM dengan menggunakan satu jenis QR Code saja. (8).

Persepsi pengguna memberikan gambaran mengenai fungsi dan bentuk ideal QRIS di mata pelaku UMKM. Mereka menggambarkan QRIS sebagai alat pembayaran yang menguntungkan, sebagai alternatif pembayaran, lebih higienis karena dapat mengurangi kontak fisik, mudah digunakan, memudahkan pembayaran, bentuk sederhana, hanya perlu menempatkan QR Code di depan meja kasir. QRIS dipahami sebagai bentuk kode batang digital yang memberikan fasilitas pencatatan transaksi digital serta pembayaran digital.

Pembayaran menggunakan QRIS terdiri atas Merchant Presented Mode (MPM) Statis, Merchant Presented Mode (MPM) Dinamis, dan Customer Presented Mode (CPM) dengan fitur keunggulan sebagai layanan pembayaran melalui e-wallet. Preferensi konsumen dapat diartikan sebagai kesukaan, selera, pilihan ataupun sesuatu hal yang lebih disukai oleh setiap konsumen (9). Di Kota Bandung masih terdapat pelaku UMKM yang belum menyediakan sistem QRIS, padahal QRIS sangat mempengaruhi konsumen/pembeli dalam memutuskan untuk membeli beli barang tersebut. Tidak sedikit kemungkinan banyak pembeli yang tidak jadi membeli di merchant/ toko tersebut dikarenakan dia tidak mempunyai uang cash sedangkan merchant/ toko tersebut belum menyediakan sistem QRIS. Berdasarkan uraian latar belakang serta fenomena yang telah diuraikan di atas, maka penulis menemukan masalah, yaitu:

1. Faktor-faktor apa saja yang menentukan preferensi UMKM Kuliner di Kota Bandung dalam menerapkan QRIS sebagai metode pembayaran non tunai?
2. Faktor apakah yang paling dominan dalam menentukan preferensi UMKM Kuliner di Kota Bandung dalam menerapkan QRIS sebagai metode pembayaran non tunai?
3. Bagaimana dampak penggunaan QRIS terhadap kinerja UMKM Kuliner di Kota Bandung?

B. Metodologi Penelitian

Peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah UMKM Kuliner di Bandung yang berjumlah sebanyak 166.158 UMKM.

Dengan teknik pengambilan sampel yaitu *Purposive sampling* diperoleh jumlah sampel penelitian sebanyak 100 UMKM. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner dan studi pustaka. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknis analisis deskriptif dengan menggunakan skala likert dan uji validitas dan uji reabilitas.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Faktor yang Paling Dominan Menentukan Preferensi UMKM Kuliner di Kota Bandung Dalam Penerapan QRIS

Tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis preferensi atau keputusan UMKM Kuliner di Kota Bandung dalam menggunakan QRIS. Adapun alat analisis yang digunakan yaitu analisis deskriptif untuk menjelaskan alasan-alasan responden. Berdasarkan teori *Technology Acceptance Model (TAM)* terdapat beberapa indikator yang dapat mempengaruhi preferensi konsumen yaitu sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Rata-rata Nilai Pada Setiap Faktor yang Menentukan Prefensi UMKM Kuliner Dalam Penerapan QRIS

No.	Faktor-Faktor yang menentukan preferensi UMKM Kuliner dalam penerapan QRIS	Nilai Rata-Rata
1	Presepsi Kemudahan	92.8%
2	Presepsi Kemanfaatan	90%
3	Presepsi Kepercayaan	92.7%
4	Presepsi Risiko	96.1%

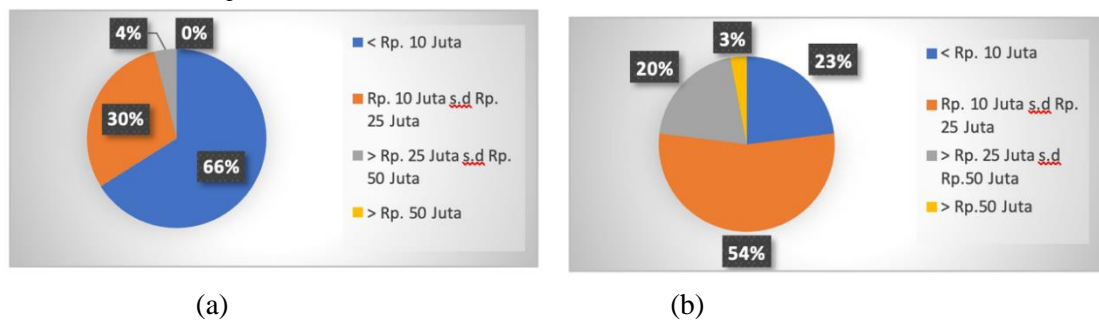
Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2024.

Berdasarkan tabel 1. mengidentifikasi bahwa faktor yang paling dominan dalam menentukan preferensi UMKM Kuliner dalam menggunakan QRIS yaitu persepsi risiko. Hal tersebut dikarenakan QRIS memiliki risiko yang sangat minim dalam penipuan pembayaran, seperti bukti transaksi palsu, kurangnya nominal pembayaran karena setiap proses transaksi pembayaran akan langsung ada pemberitahuan masuk ke dalam rekening atau dompet digital pelaku usaha jadi jika belum adanya transaksi atau nominal yang salah maka QRIS akan menolaknya. QRIS telah memberikan perlindungan terhadap penggunanya dengan menekan risiko seminimal mungkin, pemahaman mengenai seluruh risiko yang dapat dihindarkan dari penggunaan QRIS menyebabkan responden memutuskan untuk tetap menggunakan QRIS dalam setiap transaksi pembayaran.

Dampak Penggunaan QRIS Terhadap Kinerja UMKM Kuliner di Kota Bandung

Menurut Pramestiningrum dan Iramani (2020) kinerja UMKM adalah hasil kerja yang dicapai oleh UMKM pada periode waktu tertentu yang dihubungkan dengan suatu ukuran nilai atau standar tertentu serta menyesuaikan dengan peran atau tugas dari tujuan UMKM. Kinerja UMKM sendiri memiliki beberapa indikator yang dapat dijadikan sebagai acuan penilaian.

Pertumbuhan Penjualan

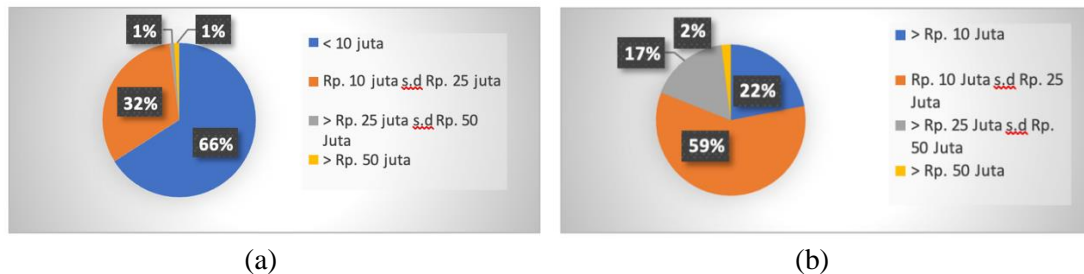


Gambar 1. (a) omset UMKM sebelum menggunakan QRIS (b) omset UMKM setelah menggunakan QRIS

Dari gambar 1. diatas merupakan diagram omset UMKM Kuliner di Kota Bandung sebelum dan setelah menggunakan QRIS. Diagram tersebut menunjukkan adanya peningkatan omset UMKM Kuliner di Kota Bandung setelah menggunakan QRIS. Omset UMKM Kuliner di Kota Bandung sebelum menggunakan QRIS yaitu untuk besaran kurang dari Rp. 10 Juta dengan total responden sebanyak 66 responden, dari Rp. 10 Juta sampai dengan Rp. 25 Juta perbulan sebanyak 30 responden, dari Rp. 25 Juta sampai dengan Rp. 50 Juta perbulan sebanyak 4 responden dan untuk omset diatas Rp. 50 Juta tidak memiliki responden atau 0 responden. Setelah menggunakan QRIS omset UMKM Kuliner di Kota Bandung yaitu dengan besaran omset Rp. 10 Juta sampai dengan Rp. 25 Juta perbulan memiliki responden sebanyak 54 responden, lalu untuk besaran omset Rp. 25 Juta sampai dengan Rp. 50 Juta perbulan sebanyak 20 responden, untuk omset diatas Rp.50 juta jadi memiliki responden sebanyak 3 responden dan untuk omset kurang dari Rp.10 juta menjadi memiliki responden sebanyak 23 responden. Maka berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa penggunaan QRIS memiliki dampak positif terhadap

pertumbuhan omset UMKM Kuliner di Kota Bandung karena jika penjualan terus mengalami peningkatan atau terus bertumbuh maka akan sangat membantu terhadap perkembangan UMKM dan UMKM tersebut dapat mencapai kinerja yang telah ditetapkan dengan mudah.

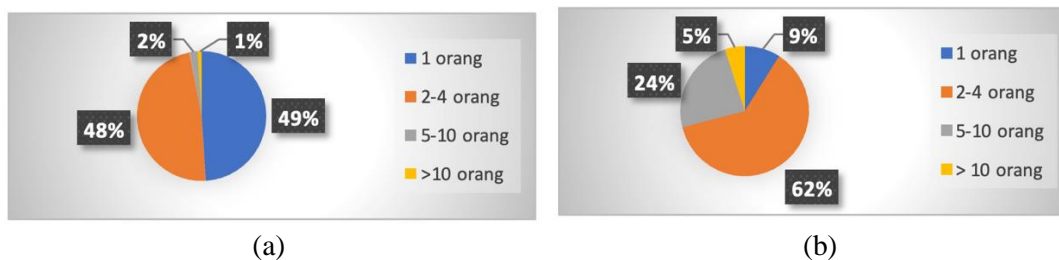
Pertumbuhan Modal Usaha



Gambar 2. (a) Modal UMKM sebelum menggunakan QRIS (b) Modal UMKM setelah menggunakan QRIS

Gambar 2(a) diatas menunjukkan besaran modal yang dikeluarkan oleh UMKM Kuliner di Kota Bandung sebelum menggunakan QRIS yaitu terdapat 66 responden yang menyatakan bahwa modal usaha mereka yaitu kurang dari Rp. 10 juta, lalu ada 32 responden yang mengeluarkan modal usaha sekitar Rp. 10 juta - Rp. 25 juta, 1 responden dengan modal lebih dari Rp. 25 juta – Rp. 50 Juta, dan 1 responden dengan modal lebih dari Rp. 50 juta perbulannya. Sedangkan pada diagram Gambar 2(b) menunjukkan besaran modal yang dikeluarkan oleh UMKM Kuliner di Kota Bandung setelah menggunakan QRIS dimana terdapat 59 responden yang mengalami peningkatan modal usaha menjadi kurang lebih Rp. 10 juta - Rp. 25 juta perbulan, lalu ada sekitar 17 responden dengan peningkatan modal usaha sebesar lebih dari Rp. 25 juta - Rp. 50 juta perbulan, 2 responden dengan peningkatan modal sebesar lebih dari Rp. 50 juta perbulan dan untuk besaran modal kurang dari Rp. 10 juta berkurang menjadi hanya 22 responden. Setelah menggunakan QRIS jumlah penjualan pada suatu usaha meningkat sehingga akan berpengaruh terhadap besaran modal yang dikeluarkan juga. Pelaku usaha awal membangun usaha hanya memiliki 1 outlet dan dikelola oleh dirinya sendiri, sedangkan setelah menggunakan QRIS usaha tersebut terus berkembang hingga kini memiliki beberapa outlet dan pegawai tentunya hal tersebut pun sangat mempengaruhi besaran modal yang dikeluarkan.

Pertumbuhan Tenaga Kerja



Gambar 3. (a) Tenaga Kerja UMKM sebelum menggunakan QRIS (b) Tenaga Kerja UMKM setelah menggunakan QRIS

Berdasarkan gambar diatas, terdapat 49 responden menyatakan sebelum menggunakan QRIS jumlah tenaga kerja yang mereka miliki sebanyak 1 orang yaitu diri mereka sendiri, lalu 49 responden memiliki tenaga kerja sebanyak 2-4 orang, 2 responden memiliki tenaga kerja sebanyak 5-10 orang dan 1 responden memiliki jumlah tenaga kerja sebanyak lebih dari 10 orang. Hal tersebut menyatakan bahwa sebelum menggunakan QRIS dikarenakan pendapatan yang mereka miliki masih cukup terbilang minim maka pelaku UMKM Kuliner di Kota Bandung lebih memilih untuk mengelola usahanya sendiri agar tidak terlalu banyak biaya yang dikeluarkannya. Berdasarkan data diatas, menunjukkan adanya peningkatan terhadap jumlah tenaga kerja yang dimiliki oleh UMKM Kuliner di Kota Bandung. Setelah menggunakan QRIS ada sebanyak 62 responden yang memiliki jumlah tenaga kerja sekitar 2 – 4 orang, lalu 24 responden sebanyak 5-

10 orang, 5 responden sebanyak lebih dari 10 orang dan untuk UMKM yang belum memiliki tenaga kerja atau masih dikelola oleh dirinya sendiri berkurang menjadi hanya 9 responden. Hal tersebut dapat dikatakan bahwa jumlah tenaga kerja yang dimiliki oleh UMKM Kuliner di Kota Bandung setelah menggunakan QRIS bertambah dimana yang awalnya mereka memilih untuk mengelola sendiri tetapi kini mereka jadi memiliki karyawan dikarenakan bertambahnya jumlah permintaan produk dan juga bertambahnya cabang outlet usaha yang mereka punya, maka tidak bisa jika terus menerus dikelola oleh diri sendiri sehingga mereka memerlukan bantuan tenaga kerja agar usahanya dapat terus berjalan dengan lancar.

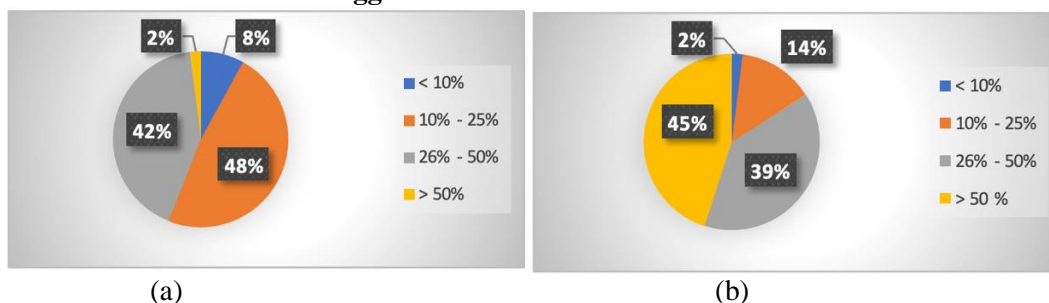
Pertumbuhan Laba Usaha



Gambar 4. (a) Laba Usaha UMKM sebelum menggunakan QRIS (b) Laba Usaha UMKM setelah menggunakan QRIS

Berdasarkan gambar diagram diatas, rata-rata laba usaha yang didapatkan oleh UMKM Kuliner di Kota Bandung yaitu sebesar Rp. 1 juta - Rp. 5 juta perbulan dengan responden sebanyak 61 responden, lalu ada sekitar 21 responden yang mendapatkan laba usaha sebesar lebih dari Rp. 5 Juta - Rp. 10 juta perbulan, 12 responden dengan laba usaha sebesar Rp. 1 Juta perbulan dan 6 responden dengan laba usaha sebesar lebih dari 10 juta perbulan. UMKM Kuliner di Kota Bandung mengalami peningkatan setelah menggunakan QRIS hal ini ditunjukkan dengan sekitar 55 responden yang mengalami peningkatan laba usaha yaitu sebesar lebih dari Rp. 5 juta - Rp. 10 juta perbulannya, lalu ada 30 responden dengan laba usaha sebesar Rp. 1 juta - Rp. 5 juta perbulannya, 10 responden dengan laba usaha terbesar yaitu lebih dari 10 juta perbulannya dan untuk laba usaha sebesar kurang dari Rp. 1 juta perbulannya berkurang menjadi hanya 5 responden. Maka berdasarkan data tersebut, rata-rata laba usaha yang didapatkan sebelum menggunakan QRIS yaitu sebanyak Rp. 1 juta – Rp. 5 juta perbulan. Seiring dengan berjalannya waktu, setelah menggunakan QRIS maka UMKM mengalami pertumbuhan laba yang lumayan cukup besar yaitu dengan rata-rata sebesar Rp. 5 juta – Rp. 10 juta perbulannya. Hal ini tentunya dikarenakan oleh jumlah produksi naik maka akan sangat berpengaruh terhadap pertumbuhan laba usaha juga, Jika laba usaha naik maka UMKM tersebut sudah dapat memenuhi kinerja dengan baik sehingga hal ini dapat sangat menguntungkan bagi pelaku usaha.

Pertumbuhan Jumlah Pelanggan



Gambar 5. (a) Jumlah Pelanggan UMKM sebelum menggunakan QRIS (b) Jumlah Pelanggan UMKM setelah menggunakan QRIS

Berdasarkan data diatas, menyatakan bahwa sebelum menggunakan QRIS ada terdapat sebanyak 48 responden yang menyatakan bahwa mereka memiliki pelanggan sekitar 10% -25%, lalu 42 responden memiliki pelanggan sekitar 26% - 50%, lalu 2 responden memiliki pengunjung terbanyak yaitu sekitar lebih dari 50% setiap harinya. Tetapi ada juga 8 responden yang menyatakan ia memiliki jumlah pelanggan sekitar kurang dari 10% setiap harinya. Maka dapat disimpulkan bahwa UMKM Kuliner sebelum menggunakan QRIS selain bisnis mereka yang masih terbilang cukup kecil, jumlah pelanggan yang miliki pun bisa dibilang cukup sedikit juga karena responden menyatakan banyak pelanggan yang tidak jadi membeli karena mereka belum menerapkan QRIS di tempat mereka dan pelanggan pun banyak yang tidak memiliki uang tunai. setelah menggunakan QRIS jumlah pelanggan yang dimiliki pelaku UMKM Kuliner di Kota Bandung mengalami peningkatan. Ada sekitar 45 responden memiliki jumlah pelanggan sebanyak lebih dari 50%, lalu 39 responden memiliki jumlah pelanggan sebanyak 26%-50%, 14 responden dengan jumlah pelanggan sebanyak 10%-25%, dan 2 responden dengan jumlah pelanggan sebanyak kurang dari 10%.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Dari identifikasi masalah mengenai faktor-faktor yang menentukan preferensi para pelaku UMKM Kuliner di Kota Bandung dalam menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran non tunai yaitu terdapat 2 indikator dengan menggunakan TAM (Technology Acceptance Model) yaitu persepsi kemudahan dan persepsi kemanfaatan, dan 2 indikator pendukung yaitu persepsi kepercayaan dan persepsi risiko. QRIS memiliki banyak manfaat dan dampak yang positif terhadap Kinerja UMKM Kuliner di Kota Bandung. Hal ini ditunjukkan dengan menggunakan QRIS sangat membantu untuk para konsumen dan UMKM dikarenakan jika dilihat dari segi keamanan QRIS memiliki risiko semimim mungkin untuk terjadinya pencurian uang dan human error. Dalam segi kemudahan, QRIS juga sangat memberikan banyak kemudahan terhadap penggunaannya, karena QRIS hanya membutuhkan satu QR Code saja untuk semua dompet digital, QRIS membuat transaksi lebih cepat sehingga terhindar adanya antrian sehingga para UMKM dapat bekerja dengan sangat efisien. Jika para UMKM dapat bekerja dengan efisien maka akan sangat berpengaruh terhadap pendapatan dan penjualan dimana semakin berkembangnya UMKM Kuliner di Kota Bandung maka semakin mudah juga untuk para pelaku UMKM tersebut mencapai kinerjanya dengan baik.
2. Dari keempat faktor-faktor yang menentukan preferensi UMKM Kuliner dalam menggunakan QRIS, faktor yang paling dominan dan memiliki persentase paling tinggi yaitu persepsi risiko, hal ini dapat disimpulkan bahwa hal utama yang akan menjadi perhatian konsumen yaitu terkait sistem keamanan. Konsumen akan lebih selektif dalam memilih sistem pembayaran terkait dengan keamanannya untuk meminimalisir risiko sedemikian mungkin sehingga hal tersebut akan memberikan manfaat- manfaat yang lainnya seperti kenyamanan, kepercayaan, dan kemudahan bagi penggunaannya.
3. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, terdapat beberapa indikator kinerja yaitu pertumbuhan pendapatan, pertumbuhan modal, pertumbuhan tenaga kerja, pertumbuhan laba usaha dan pertumbuhan jumlah pelanggan. Setelah menggunakan QRIS dari kelima indikator tersebut terdapat 3 indikator yang memiliki nilai paling tinggi yaitu pertumbuhan laba usaha dengan nilai 99,2%, pertumbuhan penjualan dengan nilai 96,2% dan pertumbuhan modal dengan nilai 94,5%, hal tersebut tentunya dapat memberikan dampak positif terhadap kinerja UMKM Kuliner yaitu setelah menggunakan banyak UMKM Kuliner di Kota Bandung yang merasa terbantu dalam pengembangan usahanya. Setelah menggunakan QRIS, banyak pelanggan remaja yang berkunjung hal ini tentunya sangat menguntungkan karena pelanggan akan mereview tempat dan makanan tersebut secara cuma-cuma melalui social media mereka dan juga melalui mulut ke mulut jika mereka merasa puas terhadap pelayanan, tempat dan produk yang mereka beli. Jika pertumbuhan pelanggan terus bertambah maka permintaan terhadap produksi pun

bertambah, dan hal ini dapat menyebabkan pertumbuhan modal dan tenaga kerja dikarenakan banyak dari pelaku UMKM Kuliner di Kota Bandung yang kini menjadi memiliki beberapa outlet, hal ini tentunya akan sangat berpengaruh terhadap jumlah pendapatan dan laba usaha yang mereka dapatkan. Semakin tinggi penjualan maka akan semakin besar pula biaya yang dikeluarkan tetapi mereka juga akan mendapatkan peningkatan pendapatan dan laba usaha tentunya hal ini akan sangat berpengaruh terhadap kinerja suatu usaha untuk mengembangkan terus usahanya.

Acknowledge

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Ibu Merna Noviana dan Ayah Kosim selaku orang tua peneliti, Ibu Dewi Rahmi, S.E., M.E. selaku Dosen Pembimbing, Dosen Program Studi Ekonomi Pembangunan FEB Unisba, dan seluruh Pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih atas bantuan, doa, dukungan serta semangat yang telah diberikan kepada penulis.

Daftar Pustaka

- [1] Amin Abdul Rohman. (2022). Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan, Perspesi, Pendapatan, dan Media Infromasi terhadap Minat Wakaf Uang Masyarakat Kota Bandung. *Jurnal Riset Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 136–144. <https://doi.org/10.29313/jrieb.v1i2.513>
- [2] Wijayani, K. V. (n.d.). *Peran Divisi Public Relations PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk dcs Timur Surabaya dalam Mengkomunikasikan Corporate Identity Baru pada Karyawan*.
- [3] Yanti, A. J., Sundaya, Y., & Haviz, M. (2021). Permintaan Wisata Kelompok Pemuda ke Kota Bandung. *Jurnal Riset Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 15–23. <https://doi.org/10.29313/jrieb.v1i1.63>
- [4] Ahdiat A. *Indonesia Punya UMKM Terbanyak di Asean, Bagaimana Daya Saingnya?* [Internet]. Jakarta: Databoks; Available from: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/10/11/indonesia-punya-umkm-terbanyak-di-asean-bagaimana-daya-saingnya>
- [5] Listiyani
- [6] Binekasri R. *Bisnis Kuliner Booming, ESB Bagikan Tips Jadi Juara Pasar* [Internet]. Jakarta: CNBC Indonesia; Available from: <https://www.cnbcindonesia.com/entrepreneur/20230526175138-25-441002/bisnis-kuliner-booming-esb-bagikan-tips-jadi-juara-pasar>
- [7] Restiani F. & Amaliah I. 2022. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Masyarakat di Kota Bandung terhadap Keputusan Penggunaan Sistem Pembayaran Quick Response Code Indonesian Standard*. In Bandung Conference Series: Economics Studies, 2(2), 256-263.
- [8] Liswanty I., Dari W., Hasanah R., & Saragih N. M. 2023. *Perkembangan Pembayaran Digital: Meningkatkan Strategi Intensi Penggunaan QRIS Pada Generasi Millennial di Kota Medan*. *Accumulated J*, 5(1), 97-109.
- [9] Purwinarti T., Chandra Y. E. N., Adhliana B. S., & Yolanda R. 2022. *Analisis Strategi Pengembangan Usaha Dengan Penggunaan Qris Sebagai Metode Pembayaran Umkm Di Kota Depok*. In Prosiding Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (SENTRINOV), 8(2), 81-86.
- [10] Uptown, 2021
- [11] Ayunda A. 2021. *Implementasi Sistem Pembayaran Quick Response Code Indonesian Standart (QRIS) Pada Sektor UMKM Di Kota Pematangsiantar*. Skripsi thesis, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.
- [12] Helmi A., & Sarasi, V. (2020). *Motivasi, Persepsi dan Preferensi Konsumen Terhadap Kosmetik Halal*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 10(1), 1-9.