

PENGGUNAAN APLIKASI QRIS PEMBAYARAN NON TUNAI UNTUK MENINGKATKAN TRANSAKSI PENJUALAN OUTLET DI WISATA BELANJA JEANS CIHAMPELAS BANDUNG

Panji Pamungkas¹

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Yapari
panjipamungkas@stiepar.ac.id

Nurul Syamsiah²

Sekolah Tinggi Bahasa Asing Yapari ABA
nurulspamilih@stba.ac.id

Adiarti Budikartini³

Sekolah Tinggi Bahasa Asing Yapari ABA
adiarti@stba.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine and explain the use of the QRIS application to increase outlet sales in jeans shopping tours in Cihampelas Bandung. This research uses quantitative methods with descriptive and verification analysis. The sample was a jeans outlet that used the QRIS application with as many as 68 respondents. The analysis methods used are instrument tests (validity tests, reliability tests, normality tests and linearity tests), multiple regression analysis, coefficient of determination, t-test and F test using IBM SPSS 24 for Windows. The results showed a coefficient of determination (R-square) value of 0.938 or 93.8% that all independent variables influenced the dependent variable by 93.8%. While the remaining 6.2% was influenced by other variables that were not studied in this study. QRIS purchase variables, QRIS promos, QRIS usage, QRIS usage satisfaction, partial and simultaneous influence on Cihampelas jeans outlet transactions. The conclusion of this research is the purchase of QRIS, its usefulness of QRIS, and satisfaction with the use of QRIS has a positive and significant effect on outlet sales transactions in Cihampelas Bandung jeans shopping tours.

Keywords: *QRIS, QRIS Purchase, QRIS Promo, QRIS Usability, QRIS Usage Satisfaction.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan penggunaan aplikasi QRIS untuk meningkatkan penjualan outlet di wisata belanja jeans Cihampelas Bandung. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis deskriptif dan verifikatif. Sampel adalah outlet jeans yang menggunakan aplikasi QRIS sebanyak 68 responden. Metode analisis yang digunakan adalah uji instrumen (uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas dan uji linearitas), analisis regresi berganda, koefisien determinasi, uji t dan uji F menggunakan IBM SPSS 24 for Windows. Hasil penelitian menunjukkan nilai koefisien determinasi (R-square) sebesar 0.938 atau

93,8% bahwa semua variabel bebas (independen) memiliki pengaruh pada variabel dependen sebesar 93,8%. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 6,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Variabel pembelian QRIS, promo QRIS, kegunaan QRIS, kepuasan penggunaan QRIS berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap transaksi outlet jeans Cihampelas. Simpulan penelitian ini adalah pembelian QRIS, promo QRIS, kegunaan QRIS, kepuasan penggunaan QRIS berpengaruh positif dan signifikan terhadap transaksi penjualan outlet di wisata belanja jeans Cihampelas Bandung.

Kata Kunci : QRIS, Pembelian QRIS, Promo QRIS, Kegunaan QRIS, Kepuasan Penggunaan QRIS

PENDAHULUAN

Bandung merupakan kota destinasi wisata yang diminati oleh wisatawan lokal dan asing. Ragam destinasi wisata berupa wisata heritage, kuliner, dan belanja. Pengunjung dapat menikmati wisata tersebut sekaligus. Angka kunjungan wisatawan semakin meningkat dari tahun ke tahun, kecuali saat pandemi Covid yang berlaku secara umum di seluruh dunia yang menurunkan angka kunjungan ke berbagai destinasi wisata.

Jumlah kunjungan wisatawan di kota Bandung berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Bandung tahun 2023, sebagai berikut :

Tabel 1 Data Kunjungan Wisatawan ke Destinasi Wisata Kota Bandung

Tahun	Wisatawan Manca Negara	Wisatawan Domestik	Jumlah Wisatawan
2017	432.271	1.431.290	1.863.561
2018	0	5.864.721	5.864.721
2019	0	2.442.250	2.442.250
2020	NA	NA	NA
2021	0	393.223	393.223
2022	NA	NA	NA

Sumber : Badan Pusat Statistik, BPS Kota Bandung, 2023

Bandung dikenal sebagai pusat wisata belanja di Indonesia. Daerah sekitar Jl. Riau, Jl. Dago sebagai pusat wisata belanja Factory Outlet dan Jl. Cihampelas tempat wisata baju dan celana Jeans. Pusat perbelanjaan jeans di Cihampelas berdiri sejak tahun 1987 sebagai ikon kota Bandung. Pembeli berbelanja dengan banyak pilihan baju dan celana Jeans. Outlet atau toko jeans mempunyai ciri khas masing-masing dengan menampilkan patung superhero dan perahu besar. Selepas belanja jeans, pengunjung dapat mengunjungi Skybridge atau Teras Cihampelas walau keadaan saat ini terbengkalai. Atau ke pusat belanja dan kuliner di Ciwalk.

Di satu pihak, sektor keuangan membuat produk yang memudahkan transaksi antara pembeli dan penjual. Perkembangan teknologi dan informasi menjadikan hadirnya alat pembayaran non cash atau transaksi keuangan tidak dilakukan secara cash antara penjual dan pembeli. Berkembangnya teknologi dalam bidang finansial

secara pesat secara tidak langsung akan memberikan pengaruh bagi masyarakat dalam hal masyarakat tanpa uang tunai (Astarina, 2018) [1].

Alat pembayaran konvensional secara tunai perlahan tapi pasti mulai digantikan dengan pembayaran secara non tunai, antara lain kartu kredit, kartu debit, cek, dan uang elektronik atau e-money. E-payment menjadikan perusahaan sebagai penyedia jasa dan barang mampu berkomunikasi dengan pembeli dengan memberikan jaminan keamanan transaksi elektronik (Mulyana & Wijaya, 2018)[2].

Aplikasi uang elektronik dapat menggunakan Quick Response Indonesian Standard (QRIS) untuk pembayaran lintas platform dari GoPay, Dana, OVO, LinkAja, bahkan melalui mobile banking. Quick Response Indonesian Standard (QRIS) merupakan standarisasi Quick Response Code (QR Code) sebagai teknologi untuk metode pembayaran yang ditetapkan oleh Bank Indonesia sejak Januari 2020 (Mayanti, 2020) [3].

Keuntungan yang didapat dari penggunaan QRIS oleh penjual. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) sebagai salah satu bagian yang berperan penting dalam mendukung terciptanya cashless society (masyarakat bertransaksi tanpa uang tunai) guna mendukung gerakan cashless dapat mendorong terwujudnya tujuan tersebut (Putu et al., 2022) [4]. Dalam konsep keuangan, uang elektronik sudah mencukupi sebagai syarat suatu benda yang dapat difungsikan menjadi uang menjadi transformasi uang sebagai alat transaksi keuangan modern Tazkiyyaturrohman, Rifqy. (2018) [5].

Keuntungan yang didapat dari penggunaan QRIS oleh pembeli. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sikap, persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku mempengaruhi minat penggunaan e-money, sementara persepsi risiko kinerja, risiko sosial, risiko waktu, risiko keuangan, dan risiko keamanan tidak menunjukkan adanya pengaruh terhadap minat penggunaan e-money (Rahmatika, Ula & Muhammad Andryzal, 2019) [6].

Pada kenyataannya, baik penjual dan pembeli lebih senang menggunakan uang tunai sebagai alat transaksi. Pengukuran preferensi tersebut menggunakan beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi individu dalam pengambilan keputusan, yaitu persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan, persepsi kemanfaatan dan persepsi risiko (Saputri) [7]

Penelitian ini mengkaji pengaruh pembelian menggunakan QRIS, promosi QRIS, kegunaan QRIS dan kepuasan penggunaan QRIS untuk meningkatkan transaksi penjualan outlet di wisata belanja Jeans Cihampelas Bandung.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan metode survey dengan jenis explanatory research.

2.1 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah outlet penjualan jeans dan pengunjung outlet Cihampelas. Sampel menggunakan metode non probability sampling dengan saturated sample atau sensus, yaitu seluruh populasi outlet penjualan jeans yang menggunakan sistem Quick Response Indonesia Standar (QRIS) menjadi sampel penelitian. Sampel penelitian sebanyak 68 responden outlet jeans dan pengunjung outlet jeans yang menggunakan QRIS.

2.2 Sumber data

Data penelitian merupakan data sekunder outlet Jeans yang menggunakan fasilitas QRIS dalam transaksinya sebanyak 68 responden. Data diambil selama 1 bulan pengamatan yaitu bulan April 2023.

2.3 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan di outlet wisata belanja jeans Cihampelas Kota Bandung pada bulan April 2023.

2.3 Model, Hipotesis, Uji Parsial dan Uji Simultan

Variabel dalam penelitian ini yaitu variabel terikat (dependen) Y transaksi dalam juta rupiah dan 4 variabel bebas (independen) : pembeli yang menggunakan Quick Response Indonesia Standard (QRIS) (X_1), pembeli yang memanfaatkan promo outlet (X_2), pembeli yang merasakan Kegunaan_QRIS (X_3) dan pembeli yang merasakan (X_4), Kepuasan_Penggunaan_QRIS (Gujarati) [8].

a) Model Persamaan Regresi Linier Berganda :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \varepsilon$$

$$Y = \alpha + \beta_1 \text{Pembeli_QRIS} (X_1) + \beta_2 \text{Promo_QRIS} (X_2)$$

$$+ \beta_3 \text{Kegunaan_QRIS} (X_3) + \beta_4 \text{Kepuasan_Penggunaan_QRIS} (X_4) + \varepsilon$$

Keterangan :

Y = Traksaksi (dalam Juta Rupiah)

α = bilangan konstanta

β_1 = koefisien regresi variabel Pembeli_QRIS

β_2 = koefisien regresi variabel Promo_QRIS

β_3 = koefisien regresi variabel Kegunaan_QRIS

β_4 = koefisien regresi variabel Kepuasan_Penggunaan_QRIS

X_1 = variabel Pembeli_QRIS

X_2 = variabel Promo_QRIS

X_3 = variabel Kegunaan_QRIS

X_4 = variabel Kepuasan_Penggunaan_QRIS

b) Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan sebelum kuesioner disebar ke responden dan digunakan untuk mengukur suatu instrumen memiliki sampel item yang sesuai dengan konstruk yang diukur.

Kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu menangkap sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner itu. (Gujarati, 2010).

Masing-masing item dikatakan valid jika memiliki nilai korelasi lebih besar dari 0,30. Item yang lebih kecil dari 0,30 dinyatakan tidak valid, sehingga perlu diganti atau dihilangkan.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan sebelum kuesioner disebar ke responden dan digunakan untuk mengukur suatu instrumen yang merupakan indikator dari variabel. Instrumen dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap kuesioner stabil dari waktu ke waktu. (Gujarati, 2010).

Pada penelitian ini koefisien reliabilitas dilihat dengan menggunakan Cronbarch Alpha dikatakan reliabel jika memiliki nilai Alpha Cronbach $> 0,70$ dari masing-masing variabel

c) Uji Hipotesis :

Uji Parsial (uji t)

Uji t dilakukan untuk melihat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas masing-masing yaitu pembeli yang menggunakan Quick Response Indonesia Standard (QRIS) (X_1), pembeli yang memanfaatkan promo outlet (X_2), pembeli yang merasakan Kegunaan_QRIS (X_3) dan pembeli yang merasakan Kepuasan_Penggunaan_QRIS (X_4) terhadap variabel terikat Y yaitu transaksi menggunakan QRIS.

Tingkat signifikan (α) dalam penelitian ini adalah 5% atau 0,05. Dasar pengambilan keputusan untuk uji t adalah jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Hipotesis H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Uji Simultan (uji F)

Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh yang signifikan variabel bebas secara bersama-sama (simultan) yaitu pembeli yang menggunakan Quick Response Indonesia Standard (QRIS) (X_1), pembeli yang memanfaatkan promo outlet (X_2), pembeli yang merasakan Kegunaan_QRIS (X_3) dan pembeli yang merasakan Kepuasan_Penggunaan_QRIS (X_4) terhadap variabel terikat Y yaitu transaksi menggunakan QRIS.

Tingkat signifikan (α) dalam penelitian ini adalah 5% atau 0,05. Dasar pengambilan keputusan untuk uji F adalah jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Hipotesis H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Hipotesis :

Hipotesis 1 :

H_0 : Tidak ada pengaruh antara Pembeli_QRIS₁ (X_1) terhadap transaksi (Y)

H_1 : Ada pengaruh antara Pembeli_QRIS₁ (X_1) terhadap transaksi (Y)

Hipotesis 2 :

H_0 : Tidak ada pengaruh antara Promo_QRIS (X_2) terhadap transaksi (Y)

H_1 : Ada pengaruh antara Promo_QRIS (X_2) terhadap transaksi (Y)

Hipotesis 3 :

H_0 : Tidak ada pengaruh antara Kegunaan_QRIS (X_3) terhadap transaksi (Y)

H₁ : Ada pengaruh antara Kegunaan_QRIS (X₃) terhadap transaksi (Y)

Hipotesis 4 :

H₀ : Tidak ada pengaruh antara Kepuasan_Penggunaan_QRIS (X₄) terhadap transaksi (Y)

H₁ : Ada pengaruh antara Kepuasan_Penggunaan_QRIS (X₄) terhadap transaksi (Y)

Hipotesis 5 :

H₀ : Tidak ada pengaruh antara Pembeli_QRIS₁ (X₁), Promo_QRIS (X₂), Kegunaan_QRIS (X₃) dan Kepuasan_Penggunaan_QRIS (X₄) terhadap transaksi (Y)

H₁ : Ada pengaruh antara Pembeli_QRIS₁ (X₁), Promo_QRIS (X₂), Kegunaan_QRIS (X₃) dan Kepuasan_Penggunaan_QRIS (X₄) terhadap transaksi (Y)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Tabel 2. Koefisien Korelasi dan Determinasi R²

Model	R	R Square	Model Summary ^b		
			Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.968 ^a	.938	.934	7.33721	1.310

a. Predictors: (Constant), Kepuasan_Penggunaan_QRIS, Promo_QRIS, Kegunaan_QRIS, Pembeli_QRIS

b. Dependent Variable: Transaksi

Sumber : Data diolah oleh peneliti, Mei 2023

Dari tabel 2 diketahui bahwa nilai korelasi (R) antara pembeli_QRIS, promo_QRIS, kegunaan_QRIS, Kepuasan_Penggunaan_QRIS pada transaksi sebesar 0.968 artinya antara pembeli_QRIS, promo_QRIS, kegunaan_QRIS, Kepuasan_Penggunaan_QRIS pada transaksi mempunyai hubungan atau korelasi yang kuat positif.

Nilai koefisien determinasi (R-square) sebesar 0.938 atau 93,8% menunjukkan bahwa semua variabel bebas (independen) memiliki pengaruh pada variabel dependen sebesar 93,8%. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 6,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 3 di bawah ini menunjukkan bahwa koefisien variabel persamaan regresi berganda

$$Y = - 43.290 + 0.117 \text{ Pembeli_QRIS} + 0.029 \text{ Promo_QRIS} + 1.547 \text{ Kegunaan_QRIS} + 1.424 \text{ Kepuasan_Penggunaan_QRIS} + \epsilon \dots(1)$$

a. Nilai konstanta (a) bertanda negatif, yaitu - 43.290 menunjukkan bahwa jika Pembeli_QRIS (X₁) tidak menggunakan QRIS dalam pembeli, pembeli tidak memanfaatkan Promo_QRIS (X₂), pembeli tidak merasakan Kegunaan_QRIS (X₃)

dan pembeli tidak merasakan Kepuasan_Penggunaan_QRIS (X_4) maka transaksi outlet akan turun sebesar Rp. 43.290 juta.

Tabel 3. Koefisien Regresi dan Uji Hipotesis

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-43.290	11.892		-3.640	.001
Pembeli_QRIS	.117	.015	.747	7.727	.000
Promo_QRIS	.029	.015	.192	2.010	.049
Kegunaan_QRIS	1.547	.714	.074	2.167	.034
Kepuasan_Penggunaan_QRIS	1.424	.664	.070	2.145	.036

a. Dependent Variable: Transaksi

Sumber : Data diolah oleh peneliti, Mei 2023

- b. Nilai koefisien regresi Pembeli_QRIS (X_1) sebesar 0.117 menunjukkan bahwa jika variabel pembeli menggunakan Penggunaan QRIS berpengaruh secara positif terhadap transaksi outlet di Cihampelas yang menggunakan QRIS. Hal ini sesuai dengan uji hipotesis t parsialnya yaitu terima H_1 ada pengaruh signifikan variabel Pembeli_QRIS (X_1) terhadap variabel transaksi (Y).
Setiap ada penambahan 1 (satu) pembeli menggunakan QRIS dan variabel bebas lainnya konstan maka akan meningkatkan Transaksi Outlet (Y) sebesar Rp.0.117 Juta atau Rp. 117.000,-
- c. Nilai koefisien regresi Promo_QRIS (X_2) = 0.029 menunjukkan bahwa jika pembeli memanfaatkan Promo_QRIS berpengaruh secara positif terhadap transaksi outlet di Cihampelas yang menggunakan QRIS. Hal ini sesuai dengan uji hipotesis t parsialnya yaitu terima H_1 ada pengaruh signifikan variabel Promo_QRIS (X_2) terhadap variabel transaksi (Y).
Setiap ada penambahan 1 (satu) pembeli memanfaatkan Promo_QRIS (X_2) dan variabel bebas lainnya konstan maka akan meningkatkan Transaksi Outlet (Y) sebesar Rp. 0.029 Juta atau Rp. 29.000,-
- d. Nilai koefisien regresi Kegunaan_QRIS (X_3) = 1.547 menunjukkan bahwa jika pembeli merasakan kegunaan_QRIS berpengaruh secara positif terhadap transaksi outlet di Cihampelas yang menggunakan QRIS. Hal ini sesuai dengan uji hipotesis t parsialnya yaitu terima H_1 ada pengaruh signifikan variabel Kegunaan_QRIS (X_3) terhadap variabel transaksi (Y).
Setiap ada penambahan 1% (satu persen) merasakan Kegunaan_QRIS (X_3) dan variabel bebas lainnya konstan maka akan meningkatkan Transaksi Outlet (Y) sebesar Rp. 1.547,- Juta.
- e. Nilai Koefisien Kepuasan_Penggunaan_QRIS (X_4) = 1.424 menunjukkan bahwa jika pembeli merasakan Kepuasan_Penggunaan_QRIS berpengaruh secara positif terhadap transaksi outlet di Cihampela yang menggunakan QRIS. Hal ini sesuai

dengan uji hipotesis t parsialnya yaitu terima H_1 ada pengaruh signifikan variabel Kepuasan_Penggunaan_QRIS (X_4) terhadap variabel transaksi (Y).

Setiap ada penambahan 1 (satu) pembeli memanfaatkan Kepuasan_Penggunaan_QRIS (X_4) dan variabel bebas lainnya konstan maka akan meningkatkan Transaksi Outlet (Y) sebesar Rp. 1.424 Juta.

Uji t Parsial

Berdasarkan tabel 3 diketahui bahwa nilai signifikansi dari uji parsial masing-masing variabel independen X_1, X_2, X_3, X_4 terhadap variabel dependen Y diketahui :

Hipotesis 1, nilai signifikansi Pembeli_QRIS (X_1) sebesar $0.000 < 0,05$ maka terima H_1 yaitu terdapat pengaruh signifikan variabel Pembeli_QRIS (X_1) terhadap variabel transaksi (Y).

Hipotesis 2, nilai signifikansi Promo_QRIS (X_2) sebesar $0.049 < 0,05$ maka terima H_1 yaitu terdapat pengaruh signifikan variabel Promo_QRIS (X_2) terhadap variabel transaksi (Y).

Hipotesis 3, nilai signifikansi Kegunaan_QRIS (X_3) sebesar $0.034 < 0,05$ maka terima H_1 yaitu terdapat pengaruh signifikan variabel Kegunaan_QRIS (X_3) terhadap variabel transaksi (Y).

Hipotesis 4, nilai signifikansi Kepuasan_Penggunaan_QRIS (X_4) sebesar $0.036 < 0,05$ maka terima H_1 yaitu terdapat pengaruh signifikan Kepuasan_Penggunaan_QRIS (X_4) terhadap variabel transaksi (Y).

Uji F Simultan

Tabel 4. Uji Signifikansi nilai F ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	50937.293	4	12734.323	236.545	.000 ^b
	Residual	3391.586	63	53.835		
	Total	54328.879	67			

a. Dependent Variable: Transaksi

b. Predictors: (Constant), Kepuasan_Penggunaan_QRIS, Promo_QRIS, Kegunaan_QRIS, Pembeli_QRIS

Sumber : Data diolah oleh peneliti, Mei 2023

Hipotesis 5, berdasarkan tabel 4 diketahui nilai signifikansi F sebesar $0.000 < 0.05$ maka H_1 diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Pembeli_QRIS (X_1), Promo_QRIS (X_2), Kegunaan_QRIS (X_3), Kepuasan_Penggunaan_QRIS (X_4) secara simultan terhadap variabel transaksi (Y).

PEMBAHASAN

Dari tabel 2 diketahui bahwa nilai koefisien determinasi (R-square) sebesar 0.938 atau 93,8% diketahui bahwa semua variabel bebas (independen) memiliki

pengaruh pada variabel dependen sebesar 93,8%. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 6,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembelian menggunakan QRIS

Outlet Jeans Cihampelas sebagian masih menggunakan pembayaran konvensional dan 68 outlet yang menggunakan pembayaran campuran yaitu menggunakan tunai dan QRIS. Hasil penelitian ini menunjukkan pengaruh signifikan variabel pembelian menggunakan QRIS terhadap variabel transaksi. Semakin banyak pembeli menggunakan QRIS semakin banyak transaksi yang dihasilkan.

Bagi outlet keuntungan pembelian dengan pembayaran antara lain : 1) Proses transaksi menjadi lebih mudah. Outlet cukup menggunakan satu kode QR saja dan bisa menggunakan QRIS dari berbagai sumber dana yang dimiliki pelanggan. Outlet tidak perlu mencari uang kembalian nominal kecil. 2) Meningkatkan alternatif sistem pembayaran, hal ini memungkinkan pelanggan melakukan banyak pembayaran melalui banyak aplikasi seperti OVO, Dana, ShopeePay dan lainnya, 3) Mempermudah pengecekan transaksi bisnis, outlet lebih mudah melakukan pemantauan atau riwayat transaksi secara real time. Outlet tidak direpotkan membuat catatan secara manual. Semua terekam otomatis dan pemilik bisa melakukan pengecekan transaksi, 4) Mencegah peredaran uang palsu. Outlet mengadakan transaksi digital yang sederhana, cepat dan tanpa uang tunai. Sehingga mengurangi uang palsu beredar ke masyarakat dan outlet tidak mengalami kerugian transaksi. 5) Mengurangi risiko kejahatan. Outlet tidak perlu menyediakan uang kembalian yang cukup banyak dan menerima uang tunai tidak terlalu banyak. Sehingga mengurangi risiko kejahatan di kasir. 6) Pendaftaran merchant. Bagi pemilik usaha yang sudah menggunakan layanan QRIS dapat dengan mudah mendaftar ke banyak merchant untuk proses pembayaran. Cukup hanya menggunakan satu kode QR saja dan dapat digunakan untuk semua merchant.

Sebagian penjual mengetahui pentingnya bertransaksi dengan uang non tunai, tapi masih banyak yang enggan bertransaksi dengan uang non tunai.

Promo QRIS

Promosi penjualan bertujuan meningkatkan transaksi penjualan yang merupakan bagian dari strategi pemasaran produk. Selain itu promosi penjualan untuk meningkatkan nilai produk, mengingatkan konsumen, membedakan suatu produk dengan produk lainnya (kompetitor), memberi informasi kepada konsumen, membujuk konsumen untuk membeli.

Hasil penelitian ini menunjukkan pengaruh signifikan variabel pembelian menggunakan QRIS terhadap variabel transaksi. Semakin banyak pembeli menggunakan QRIS semakin banyak transaksi yang dihasilkan di outlet jeans Cihampelas.

Outlet jeans di wisata belanja Cihampelas melakukan promosi yang berbeda antar outlet, diantaranya beli 2 gratis 1 produk tertentu, potongan harga, voucher, kartu member, cashback (uang kembali). Selain itu promo QRIS juga didapat dari penyelenggara QRIS. Beberapa outlet jeans telah menyediakan layanan penjualan online dimana cara pembayaran dengan QRIS dan menawarkan promo yang sama jika membeli di outlet.

Kegunaan QRIS

Terdapat pengaruh signifikan variabel kegunaan_QRIS (X_3) terhadap variabel transaksi (Y) pada hasil penelitian ini. Kegunaan QRIS bagi pelanggan yaitu : 1) sistem pembayaran lebih mudah. Cukup dengan menggunakan kode QR yang ada dapat membantu proses pembayaran dengan mudah dan cepat tanpa harus ke ATM atau mencari nomer rekening., 2) mengurangi resiko kejahatan, Melakukan transaksi keuangan digital tanpa membawa uang dalam jumlah besar adalah hal yang menguntungkan bagi pembeli. Risiko membawa uang *cash*, pergi ke ATM dan sebagainya berpotensi menimbulkan terjadinya tindak kejahatan., 3) lebih mudah dengan transaksi digital Trend di dunia, membawa uang tunai banyak sudah mulai ditinggalkan orang. Orang lebih nyaman jika uangnya berada di rekening saja dan cukup menggunakan pembayaran secara *online*. Transaksi digital menjadikan transaksi menjadi lebih mudah, sederhana dan cepat. Masyarakat Indonesia sudah mulai meninggalkan pembayaran dengan membawa uang tunai. Tetapi masih banyak masyarakat Indonesia masih ragu dengan transaksi non tunai.

Kepuasan Penggunaan QRIS

Pelanggan produk jeans Cihampelas merasakan kepuasan atas penggunaan QRIS juga promosi barang yang diberikan oleh outlet yaitu kualitas produk yang ditawarkan, kualitas pelayanan outlet, wiraniaga melayani dengan ramah dan respons cepat, harga yang bersaing dengan kualitas sejenis, kemudahan dan kecepatan dalam pembayaran QRIS.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian verifikatif menggunakan SPSS IBM 24, variabel pembelian, promo, kegunaan dan kepuasan QRIS secara parsial dan simultan terhadap transaksi penjualan di outlet Jeans Cihampelas dapat disimpulkan sebagai berikut :

- 1) Nilai koefisien determinasi (R-square) sebesar 0.938 atau 93,8% menunjukkan bahwa semua variabel bebas (independen) memiliki pengaruh pada variabel dependen sebesar 93,8%. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 6,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
- 2) Nilai signifikansi variabel pembeli_QRIS (X_1), Promo_QRIS (X_2), Kegunaan_QRIS (X_3) dan Kepuasan_Penggunaan_QRIS (X_4) lebih kecil daripada 0,05 maka Hipotesis H_1 diterima dimana variabel X berpengaruh signifikan terhadap variabel transaksi (Y) baik secara parsial dan simultan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aryawati, NPA, Mahardika, IMNO & Wibawa, IGJS. (2022). Persepsi Pengguna QRIS pada UMKM di Kota Mataram, Guna Sewaka. *Jurnal Manajemen Vol. 1 No. 2 hal. 35 - 44*
- Astriana, I. (2018). Pengaruh Motivasi dan Kompensasi terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Alfa Scorpii Pematang Reba. *Jurnal Manajemen dan Bisnis, Vol. 7 No. 4, 1-9*
- Gujarati, Damodar N. (2010). *Dasar-dasar Ekonometrika : Basic Econometrics*, Buku 1, Edisi 5. Penerbit Salemba Empat.

- Mayanti, R. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan User terhadap Penerapan Quick Response Indonesia Standard sebagai Teknologi Pembayaran Pada Dompot Digital. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis, Gunadarma, Vol. 25 No. 2*
- Mulyana, H. & Wijaya, H. (Oktober 2018). Perancangan E-Payment System pada E-Wallet Menggunakan Kode QR Berbasis Android Komputika. *Jurnal Sistem Komputer Vol. 7, No. 2, hlm. 63 – 69*
- Rahmatika, U & Fajar, M.A. (2019). Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Electronic Money : Integrasi Model TAM TPB dengan Perceived Risk. *Jurnal Nominal, Vol VIII No. 2.*
- Saputri, OB., (2020). Preferensi Konsumen dalam Menggunakan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) sebagai Alat Pembayaran Digital, Kinerja. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen, Vol 17, No. 2.*
- Tazkiyyaturrohmah, R. (2018). Eksistensi Uang Elektronik sebagai Alat Transaksi Keuangan Modern. *Muslim Heritage, Vol. 3 No. 1.*