



**PERGESERAN METODE PEMBAYARAN BERBASIS *QR CODE* UNTUK
MENINGKATKAN *COMPETITIVE ADVANTAGE* (CA) PADA BANK
JATIM DENGAN PENDEKATAN MODEL TAM**

*SHIFTING OF QR CODE-BASED PAYMENT METHODS TO IMPROVE
COMPETITIVE ADVANTAGE (CA) IN JATIM BANKS WITH THE TAM MODEL
APPROACH*

TESIS

ACC, diujikan

Dr. Hari Sukarno, MM
25/04/2021

Oleh :

Indra Kurniawan
JIM 180820101009

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS JEMBER**

2021



**PERGESERAN METODE PEMBAYARAN BERBASIS *QR CODE* UNTUK
MENINGKATKAN *COMPETITIVE ADVANTAGE* (CA) PADA BANK
JATIM DENGAN PENDEKATAN MODEL TAM**

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen
pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember

Oleh :

Indra Kurniawan
NIM 180820101009

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS JEMBER**

2021

HALAMAN PERNYATAAN

Nama Mahasiswa : Indra Kurniawan
NIM : 180820101009
Prodi : Magister Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Sumber Daya Manusia
Judul Tesis : Pergeseran Metode Pembayaran Berbasis *QR Code* untuk meningkatkan *Competitive Advantage (CA)* pada Bank Jatim dengan pendekatan Model TAM

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tesis yang saya buat adalah benar hasil karya sendiri, kecuali apabila dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan milik orang lain. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan maupun paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Situbondo, 09 Februari 2021

Yang menyatakan,

Indra Kurniawan

NIM : 180820101009

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Tesis : Pergeseran Metode Pembayaran Berbasis *QR Code*
untuk meningkatkan *Competitive Advantage* (CA) pada
Bank Jatim dengan pendekatan Model TAM

Nama Mahasiswa : Indra Kurniawan

NIM : 180820101009

Prodi : Magister Manajemen

Konsentrasi : Pemasaran

Disetujui Tanggal :

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs. Sudaryanto, MBA, Ph.D.

NIP. 19660408 199103 1 001

Dr. Hari Sukarno, M.M.

NIP. 19610530 198802 1 001

Menyetujui,

Ketua Program Magister Manajemen

Dr. Hari Sukarno, M.M

NIP. 19610530 198802 1 001

HALAMAN PENGESAHAN

JUDUL TESIS

PERGESERAN METODE PEMBAYARAN BERBASIS *QR CODE* UNTUK
MENINGKATKAN *COMPETITIVE ADVANTAGE* (CA) PADA BANK JATIM
DENGAN PENDEKATAN MODEL TAM

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : **Indra Kurniawan**
NIM : **180820101009**
Jurusan : **Magister Manajemen**
Konsentrasi : **Pemasaran**

telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal:

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan
guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Jember.

SUSUNAN TIM PENGUJI

Penguji Utama : **Dr. Imam Suroso, S.E., M.Si** : (.....)

NIP. 19591013 198802 1 001

Penguji Anggota I : **Hadi Paramu, MBA, Ph.D** : (.....)

NIP. 19690120 199303 1 002

Penguji Anggota II : **Prof. Dr. Isti Fadah, M.Si** : (.....)

NIP. 19661020 199002 2 001

Menyetujui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Jember

Prof. Dr. Isti Fadah, M.Si

NIP. 19661020 199002 2 001

PERSEMBAHAN

Dengan penuh kebahagiaan dan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang atas Rahmat dan Hidayah-Nya kepada hambanya untuk kemudahan pembuatan Tesis ini, Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, Tesis ini penulis persembahkan kepada:

1. Bapak dan Ibu saya serta mertua saya yang selalu mendo'akan dan memberikan kasih sayangnya sehingga saya bisa menempuh pendidikan dengan baik dan layak.
2. Istri saya Desie Saktyan Sari dan anak saya Nabila Medina yang selalu menemani dan memberikan semangat yang luar biasa dalam setiap proses pendidikan saya.
3. Keluarga besar saya serta saudara-saudara yang selalu mendo'akan saya selama ini.
4. Terima kasih atas support dan kerja sama dari teman-teman Bank Jatim Situbondo.
5. Seluruh Almamater Universitas Negeri Jember yang sangat kami banggakan.

MOTTO

“Man Jadda WaJadah”

(Siapa bersungguh – sungguh ia akan berhasil)

“Terbentur, Terbentur, Terbentur, Terbentuk”

(Tan Malaka)

Sugih tanpo bondo (Kaya tanpa harta)

Digdoyo tanpo aji (Tak terkalahkan tanpa kesaktian)

Trimah mawi pasrah (Menerima juga pasrah)

Suwung pamrih tebih ajrih (Jika tanpa pamrih tak perlu takut)

(R.M.P. Sosrokartono)

“Growth Mindset jadikanlah sebagai Landasan Complex Probling Solving”

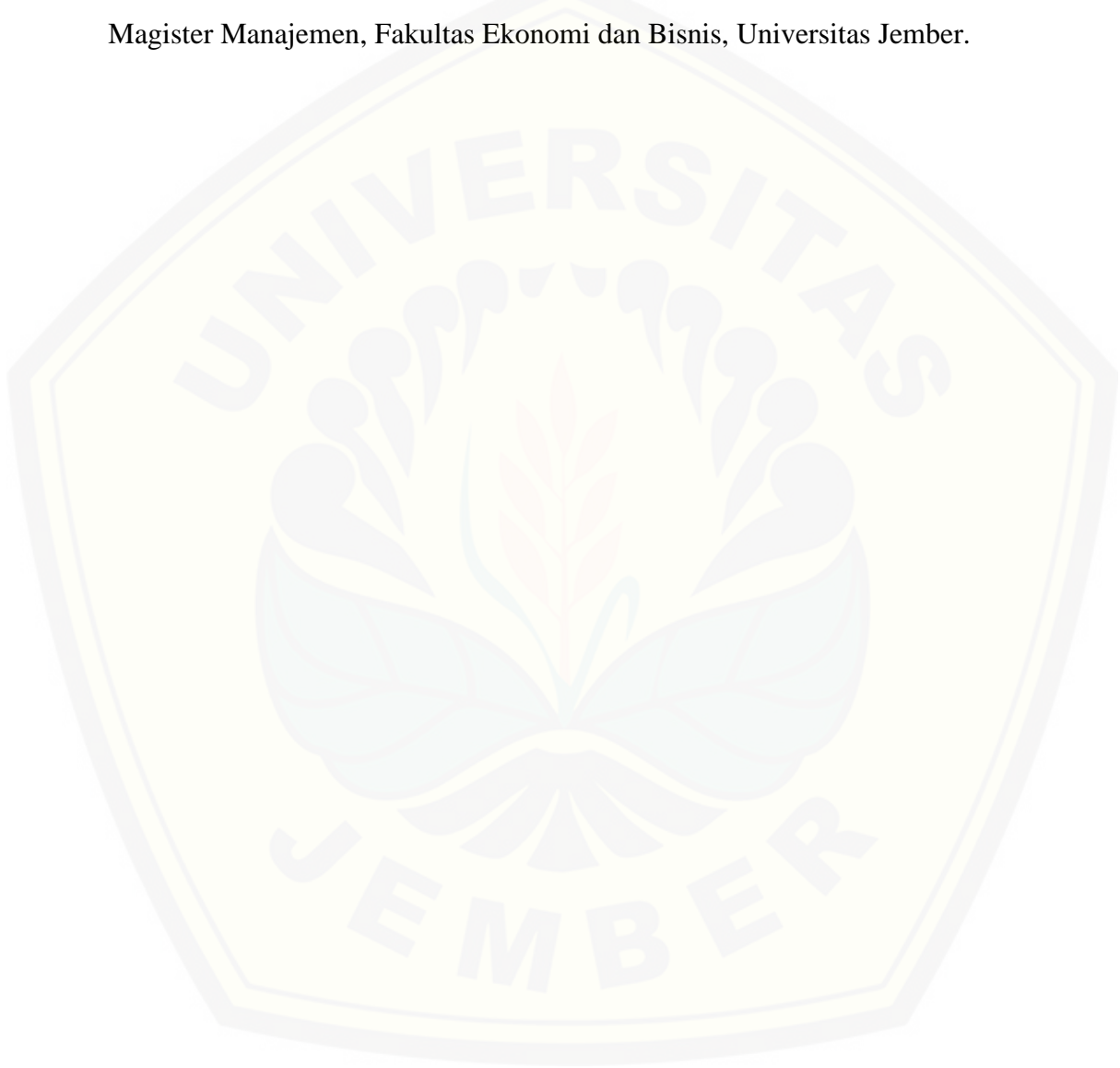
(William Tanuwijaya)

“Menghina Tuhan tak perlu dengan umpatan dan membakar kitab-Nya, khawatir
besok kamu tak bisa makan saja itu sudah menghina Tuhan”

(Sujiwo Tedjo)

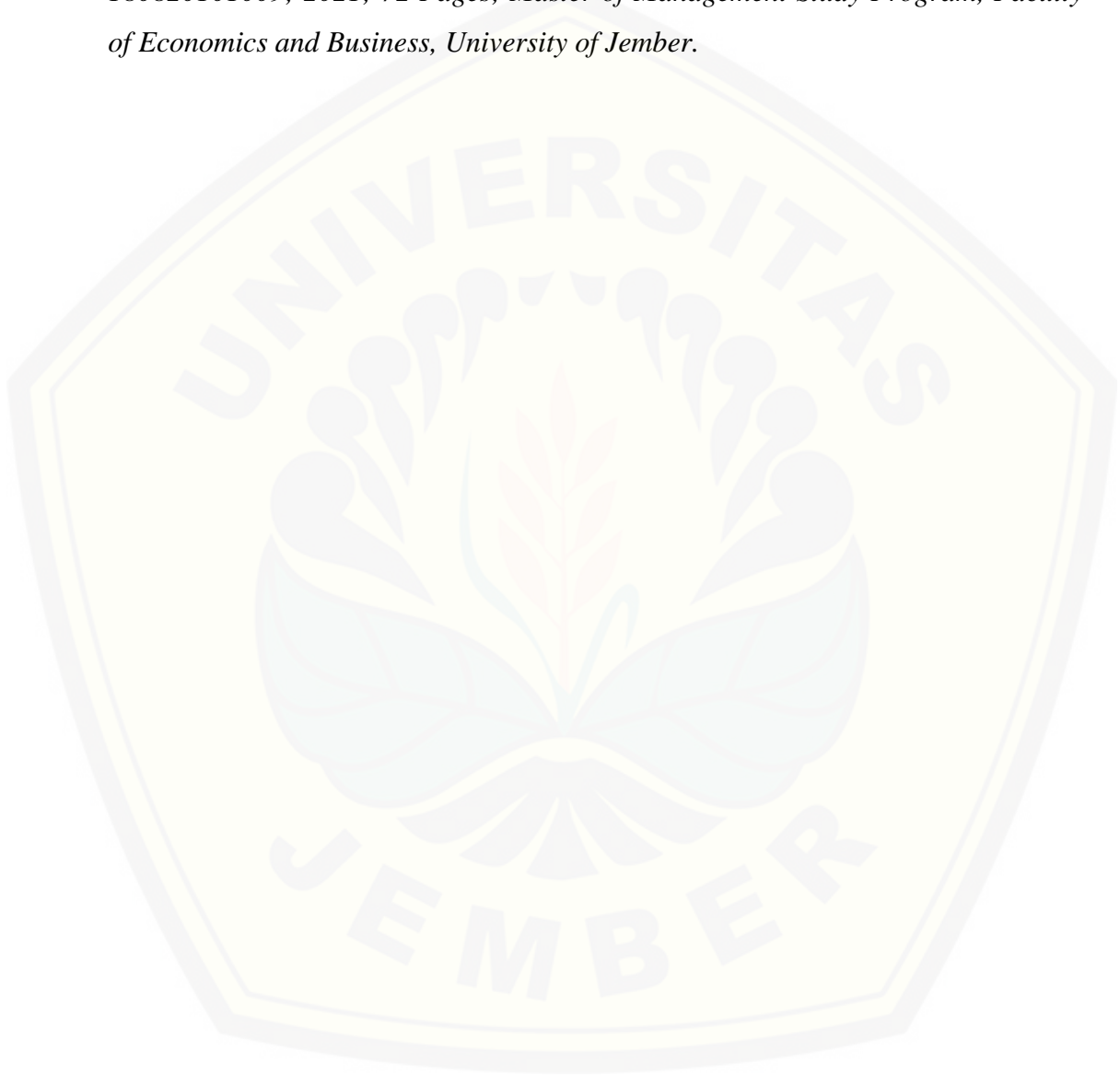
RINGKASAN

Pergeseran Metode Pembayaran Berbasis *QR Code* untuk meningkatkan *Competitive Advantage* (CA) pada Bank Jatim dengan pendekatan Model TAM; Indra Kurniawan; 180820101009; 2021; 72 Halaman; Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jember.



SUMMARY

Shift in QR Code-Based Payment Methods to increase Competitive Advantage (CA) in Bank Jatim using the TAM Model approach; Indra Kurniawan; 180820101009; 2021; 72 Pages; Master of Management Study Program, Faculty of Economics and Business, University of Jember.



PRAKATA

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini. Adapun Tesis ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan program studi S2 pada Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

Penyusunan Tesis ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Isti Fadah, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.
2. Dr. Hari Sukarno, M.M selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember
3. Drs. Sudaryanto, MBA, Ph.D selaku Dosen Pembimbing Utama dan Dr. Hari Sukarno, M.M selaku Dosen Pembimbing Anggota yang telah sabar dan selalu meluangkan waktunya selama proses penelitian dan penyusunan tesis ini hingga selesai.
4. Dr. Imam Suroso, S.E., M.Si Hadi Paramu, MBA, Ph.D dan Prof. Dr. Isti Fadah, M.Si selaku dosen penguji kami yang telah memberikan saran untuk memperbaiki penyusunan tesis ini.
5. Seluruh Dosen dan karyawan-karyawati Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.
6. Semua pihak yang membantu terselesaikannya penulisan Tesis ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga tulisan ini dapat memberikan pengetahuan dan manfaat bagi semua pihak.

Jember, 09 Februari 2021

Indra Kurniawan

NIM 180820101009

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
RINGKASAN	viii
<i>SUMMARY</i>	ix
PRAKATA	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 Fintech	12
2.1.2 Metode Pembayaran <i>QR Code</i>	23
2.1.3 <i>Competitive Advantage (CA)</i>	29
2.1.4 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	36
2.2 Penelitian Terdahulu	39
2.3 Kerangka Proses Berpikir.....	43
BAB 3. METODE PENELITIAN.....	46
3.1 Rancangan Penelitian	46

3.1.1 Pendekatan penelitian	46
3.1.2 Jenis Penelitian	47
3.1.3 Lokasi dan Waktu Penelitian	47
3.2 Definisi Operasional Variabel	49
3.3 Metode Pengumpulan Data	50
3.4 Teknik Analisis Data	52
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	56
4.1 Gambaran Penelitian	56
4.1.1 Pelaksanaan Penelitian	56
4.1.2 Gambaran Bank Jatim	57
4.1.3 Gambaran Informan	64
4.2 Hasil Wawancara Penelitian	66
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	80
BAB 5. PENUTUP	85
5.1 Kesimpulan	85
5.2 Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN	91

DAFTAR TABEL

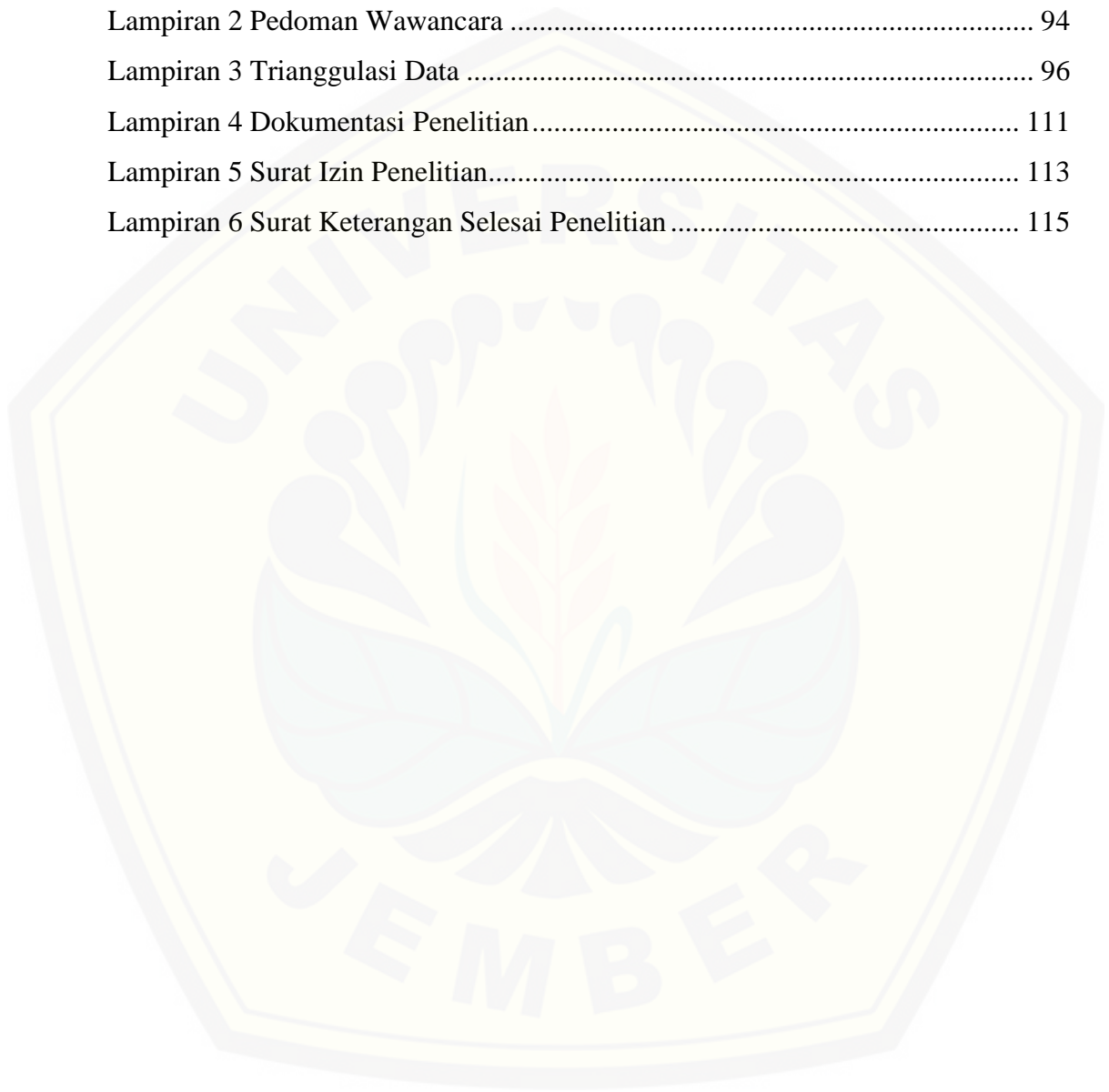
Tabel 1.1 Bukan Angkatan Kerja di Kabupaten Situbondo.....	8
Tabel 2.1 Jenis Fintech Payment.....	13
Tabel 3 Jenis Fintech Deposit dan Lending	14
Tabel 4 Jenis Fintech : Capital Raising.....	15
Tabel 5 Jenis Fintech : Insurance	16
Tabel 6 Jenis Fintech : Investment.....	16
Tabel 7 Jenis Fintech : Market Positioning.....	17
Tabel 8 Spesifikasi QR Code (Ariadi, 2011)	28
Tabel 9 Penelitian Terdahulu	41
Tabel 10 Gambaran Informan	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Transaksi Fintech 2015-2021	5
Gambar 2.1 Profil Fintech di Indonesia	13
Gambar 3 Visi Ekonomi Digital Indonesia.....	18
Gambar 4 Regulatory Sandbox	19
Gambar 5 PJOK LPMUBTI.....	20
Gambar 6 CR Code (Ariadi, 2011)	23
Gambar 7 Struktur QR Code (Ariadi, 2011).....	24
Gambar 8 Finding Pattern QR Code (Ariadi, 2011)	26
Gambar 9 Penyimpangan QR Code	26
Gambar 10 Kerusakan Pada QR Code	27
Gambar 11 Model Penerimaan Teknologi	37
Gambar 12 Model Penerimaan Teknologi yang dimodifikasi	38
Gambar 13 Technology Acceptance Model (TAM)	38
Gambar 14 Kerangka Proses Berfikir	45
Gambar 15 komponen Analisis Data	55
Gambar 16 Logo Bank Jatim	57
Gambar 17 Struktur Organisasi Bank Jatim.....	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Matriks Penelitian.....	92
Lampiran 2 Pedoman Wawancara	94
Lampiran 3 Triangulasi Data	96
Lampiran 4 Dokumentasi Penelitian.....	111
Lampiran 5 Surat Izin Penelitian.....	113
Lampiran 6 Surat Keterangan Selesai Penelitian.....	115



BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era modern seperti saat ini, perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi di Indonesia tidak lagi menjadi suatu hal yang asing bagi masyarakat Indonesia. Pertumbuhan teknologi yang sangat pesat di era digital saat ini mampu mempengaruhi manusia untuk dapat mengakses berbagai informasi terkini, dan mempermudah masyarakat untuk menyelesaikan pekerjaannya secara efektif dan efisien dengan berbagai fitur layanan elektronik. Salah satu perkembangan teknologi yang menjadi trending topik saat ini di Indonesia adalah teknologi finansial atau *Financial Technology (Fintech)* dalam lembaga keuangan. Menurut definisi yang dijabarkan oleh *National Digital Research Centre (NDRC)*, Teknologi Finansial adalah istilah yang digunakan untuk menyebut suatu inovasi di bidang jasa finansial, dimana istilah tersebut berasal dari kata “*finansial*” dan “*technology*” (*Fintech*) yang mengacu pada inovasi finansial dengan melalui teknologi modern.

Menurut Peraturan Bank Indonesia No.19/12/PBI/2017 tentang penyelenggaraan teknologi finansial dengan menimbang bahwa perkembangan teknologi dan sistem informasi terus melahirkan berbagai inovasi, khususnya yang berkaitan dengan adopsi teknologi untuk memenuhi berbagai kebutuhan masyarakat termasuk akses terhadap layanan finansial dan pemrosesan transaksi. Pada saat ini *Fintech* sudah mempunyai payung hukum, dimana telah dikeluarkannya Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) nomor 13/POJK.02/2018 tentang Inovasi Keuangan Digital Di Sektor Jasa Keuangan sebagai ketentuan yang memayungi pengawasan dan peraturan industri *Financial Technology (Fintech)*. Peraturan tersebut dikeluarkan untuk mengarahkan *Fintech* agar menghasilkan inovasi keuangan digital yang bertanggung jawab, aman, mengedepankan perlindungan konsumen dan memiliki risiko yang terkelola dengan baik. Peraturan ini juga dikeluarkan sebagai upaya mendukung pelayanan jasa keuangan yang inovatif, cepat dan murah, mudah, dan luas serta untuk

meningkatkan inklusi keuangan, investasi, pembiayaan serta layanan jasa keuangan lainnya. *Fintech* atau *Financial Technology* adalah istilah yang digunakan untuk menunjukkan perusahaan yang menawarkan teknologi modern disektor keuangan.

Perusahaan teknologi finansial (*Fintech*) pembayaran semula diprediksi akan menggerus bisnis perbankan. Namun, rata-rata perbankan nasional tidak menganggap perusahaan ini sebagai pesaing. Perbankan sudah menyiapkan strategi khusus dalam menghadapi persaingan ini. Sebuah riset dari Accenture menyatakan bahwa bisnis pembayaran global tahun ini akan mencapai US\$ 1,5 triliun dan meningkat menjadi US\$ 2 triliun pada 2025. Sekitar 14% atau US\$ 280 miliar dari nilai tersebut akan dikuasai oleh *Fintech* pembayaran (OJK, 2018).

Sesuai dengan Surat Edaran Bank Indonesia No. 18/22/DKS/2018 Perihal Penyelenggaraan Layanan Keuangan Digital, menyatakan kehadiran pembayaran instan bisa mengurangi kebutuhan akan kartu kredit dan kartu debit. Padahal, kedua jenis kartu tersebut menjadi sumber penghasilan bank, dengan teknologi digital sistem pembayaran berbasis server yang ditawarkan *Fintech*, pengguna bisa bertransaksi secara langsung dengan mitra bisnisnya, meskipun harus mengurangi jatah sumber penghasilan dari perbankan pada jenis kartu yang seharusnya dicetak dan disebar kepada nasabah sebagai pengganti pembayaran berupa uang tunai.

Mengacu data Bank Indonesia ditahun 2018, nilai transaksi pembayaran digital atau uang elektronik mencapai Rp 47,19 triliun pencapaian ini meningkat empat kali lipat dibandingkan nilai transaksi tahun sebelumnya sebesar Rp 12,37 triliun. Riset dari Morgan Stanley Februari 2020, menunjukkan besarnya jumlah pengguna dan transaksi pembayaran digital di Indonesia. Hasil survei terhadap 1.582 responden, 20% di antaranya memilih menggunakan layanan pembayaran digital dari perusahaan *Fintech* dibanding milik bank, perusahaan telekomunikasi, dan *e-commerce*. Pertumbuhan transaksi digital dari layanan *Fintech* juga tercatat paling tinggi. atau mencapai 55%, melampaui kenaikan penggunaan layanan milik *e-commerce* (47%), bank (41%), uang tunai (35%), dan provider telekomunikasi (33%). Kepemilikan produk dompet digital milik sejumlah perusahaan *Fintech* ternyata melampaui customer layanan serupa dari bank. Sebelum perusahaan

Fintech hadir, transaksi non-tunai cenderung menggunakan dompet digital milik bank, seperti kartu kredit, debit, atau *real time gross settlement* (RTGS).

Dalam persaingan dunia perbankan khususnya persaingan dalam pemberian fasilitas pelayanan jasa yang semakin ketat, beberapa bank mengeluarkan inovasi layanan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat seperti *E-Banking* (*Electronic Banking*), ATM (*Automatic Teller Machine*), mesin EDC (*Electronic Data Capture*), uang elektronik, dan lain sebagainya. Hal ini membuat setiap perbankan berlomba-lomba untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan agar terpenuhinya keinginan dan kepuasan nasabah serta terjaganya kepercayaan para nasabah kepada bank sehingga nasabah akan loyal terhadap bank. Teknologi informasi merupakan salah satu teknologi yang sedang berkembang dengan pesat pada saat ini dan telah dirasakan manfaatnya dalam kehidupan sehari-hari. Adanya kemajuan teknologi informasi, akses data atau informasi yang tersedia dapat berlangsung dengan cepat serta akurat. Teknologi saat ini juga semakin memudahkan dan menguntungkan penggunaannya, terutama dalam berbagi informasi.

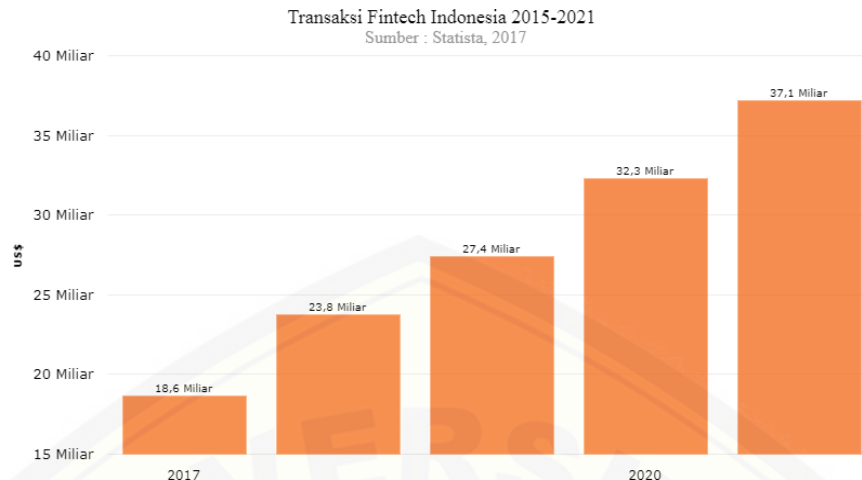
Bisnis *Fintech* pembayaran tidak bersaing secara langsung dengan bank umum namun dapat dikatakan saling melengkapi dalam segi pembayarannya. Bank umum tetap sebagai lembaga penyedia uang dalam bentuk tunai, sedangkan *Fintech* memiliki inovasi dengan menghadirkan teknologi yang bisa menampung uang tunai dalam jumlah besar hanya dengan sarana digital, sehingga nasabah akan memperoleh kemudahan dalam bertransaksi digital. Uang riil yang ditransaksikan lewat layanan perusahaan *Fintech* sebenarnya ada di bank, yang kemudian dikonversikan ke dompet digital atau yang biasa disebut dompet elektronik.

Fitur layanan dompet elektronik berbasis server meluas hingga penggunaan Kode QR (*quick response/QR*). *Quick Response Code* (*QR Code*) adalah suatu jenis kode matriks atau kode batang dua dimensi yang dikembangkan oleh Denso Wave, tujuannya adalah untuk menyampaikan informasi dengan cepat dan mendapatkan respons yang cepat pula. Berbeda dengan kode batang, yang hanya menyimpan informasi secara horizontal, sedangkan kode QR mampu menyimpan informasi secara horizontal dan vertikal, oleh karena itu secara otomatis Kode QR dapat menampung informasi yang lebih banyak dari pada kode batang.

Pemanfaatan teknologi *QR Code* dibuat dengan tujuan untuk memberikan kemudahan dan kenyamanan serta keamanan bagi masyarakat untuk melakukan transaksi keuangan.

Semenjak diresmikannya penggunaan kode QR oleh Bank Indonesia yang disebut dengan *QR Code Indonesia Standard (QRIS)*. Kebijakan yang diambil oleh Bank Indonesia menjadikan motivasi dari berbagai Operator pembayaran *Fintech* hingga perbankan untuk berlomba-lomba menyediakan fitur layanan ini. Sementara sebelumnya bank umum telah memiliki model *QR Code* yang berbeda untuk setiap layanan pembayaran, sehingga ketika pembeli ingin menyediakan layanan pembayaran yang beragam, mereka harus memiliki lebih dari satu *QR Code* . Dengan adanya terobosan baru dan diresmikannya fasilitas pembayaran QRIS, para pedagang cukup menyiapkan satu *QR Code* yang bisa digunakan lebih dari satu operator pembayaran dari *Fintech* maupun perbankan (Bank Indonesia, 2019).

Munculnya era revolusi industri 4.0 membawa tantangan tersendiri baik dari segi SDM maupun segi IT bagi berbagai sektor yang ada di sektor jasa, tidak terkecuali bagi sektor Perbankan. Namun, tak semua bank siap menghadapinya banyak yang secara financial sanggup perkuat IT, namun untuk SDM yang dibutuhkan untuk bisa mendukung itu belum memungkinkan, selain itu adanya mitigasi resiko yang cukup ketat didalam perbankan. Era Revolusi 4.0 memberikan peluang bagi perusahaan untuk mendapatkan keuntungan, seperti beberapa perusahaan seperti *Fintech* yang semakin hari dalam bertransaksi meningkat dari tahun ke tahunnya. Berikut data jumlah pengguna transaksi *Fintech* di Indonesia



Gambar 1.1 Transaksi Fintech 2015-2021

Sumber : Statistika, 2017

Diagram diatas merupakan peningkatan keuntungan dari transaksi perusahaan *Fintech* Indonesia dalam kurun waktu 5 tahun terakhir sejak tahun 2017 hingga 2021, didapatkan bahwa pada tahun 2017 Perusahaan tersebut memiliki pendapatan sebesar 18,6 miliar pertahun, sedangkan pada tahun berikutnya meningkat hingga sampai saat ini di tahun 2020 jumlah pendapatannya sebesar 32,3 miliar rupiah pertahunnya. Dari diagram tersebut dapat dianalisis bahwa dengan Era digital 4.0 memberikan peluang bagi perusahaan untuk mendapatkan keuntungan besar yakni dengan inovasi IT seperti yang telah dibahas sebelumnya yaitu *QR Code* yang memudahkan penggunaanya dalam melakukan transaksi pembayaran, bahkan sejak direalisasikannya kebijakan penggunaan QRIS oleh pihak Bank Indonesia.

Industri perbankan menyambut positif kebijakan Bank Indonesia yang akan menyiapkan standardisasi *QR Code* payment untuk mendukung ekosistem ekonomi keuangan digital. Sebagian besar perbankan telah menggunakan QRIS sebagai salah satu metode pembayaran yang mudah, cepat dan *realtime*. Seperti halnya Bank Jatim sebagai salah satu industri perbankan yang sebagian besar sahamnya dimiliki oleh pemerintah daerah khususnya daerah Jawa Timur yang juga mendukung penuh penggunaan sarana QRIS ini. Fasilitas pembayaran nontunai yang disediakan oleh Bank Jatim ini dinamakan *Jatimcode*. Fasilitas tersebut

merupakan salah satu realisasi penggunaan *QR Code* untuk meningkatkan pelayanan kepada nasabah dengan tujuan memberikan kemudahan dalam pembayaran digital perbankan sehingga nasabah dapat lebih fleksibel dalam bertransaksi nontunai.

Beberapa dekade terakhir ini, semakin maraknya virus yang telah tersebar luas di belahan dunia, bahkan Indonesia juga telah terdampak virus yang dikenal dengan COVID-19 menjadi penyebab dibutuhkananya *QR Code* dalam bertransaksi di segala macam tempat, karena dengan penggunaan *QR Code* tersebut dapat mengurangi resiko penularan penyakit. Selain itu perkembangan masyarakat millenial yang begitu pesat merupakan faktor terbesar dibutuhkananya sistem *QR Code*, hampir seluruh lapisan masyarakat membutuhkan sistem ini seperti halnya masyarakat di daerah Situbondo, hasil observasi menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat telah banyak menggunakan sistem *QR Code* di ponsel masing-masing untuk memenuhi kebutuhannya sehari-hari, namun belum maksimal disebabkan oleh beberapa faktor yang menjadi penghambat baik bagi personal maupun bagi pihak penyedia layanan *CR Code* tersebut.

Bank Jatim Cabang Situbondo juga telah memanfaatkan *QR Code* sebagai alat pembayaran secara digital semenjak 2019 lalu dengan mempertimbangkan beberapa manfaat yang dapat dirasakan secara langsung bagi nasabah dan customernya. Namun terdapat banyak tantangan untuk mengenalkan produk baru *QR Code* ini kepada masyarakat meskipun akhirnya akan memudahkan konsumen untuk mendapatkan pelayanan yang nyaman, namun penerimaan teknologi yang baru belum tentu dapat diterima oleh semua konsumen sehingga diperlukannya strategi untuk menyampaikan layanan ini kepada masyarakat serta dapat terealisasi di berbagai tempat dalam bertransaksi sehari-hari. Bank Jatim Cabang Situbondo telah melakukan beberapa strategi untuk mengenalkan *QR Code* kepada konsumen salah satunya mengenalkan *CR Code* melalui media sosial (Instagram, Facebook, Line, Twitter) dan website resmi milik Bank Jatim serta melakukan pengenalan produk secara langsung kepada konsumen. *QR Code* sebagai alat pembayaran digital yang dianggap baru bagi kalangan masyarakat Situbondo sudah tentu belum sepenuhnya masyarakat memahami fungsi dan kegunaan dari *QR Code* tersebut,

sehingga perlu perhatian khusus serta ketelatenan dalam mengenalkan penggunaan *QR Code* baik bagi nasabah sendiri ataupun masyarakat luas.

Menurut Kartajaya (2019:107-108) pemasar masa kini perlu beradaptasi dengan realitas baru dengan menciptakan merek yang berperilaku seperti manusia, yakni dapat didekati dan disukai, tidak mengintimidasi, autentik dan jujur, mengakui kekurangan, dan berhenti mencoba terlihat sempurna. Merek (*brand*) dapat diartikan sebagai nama, istilah, tanda, lambang, atau desain, atau kombinasinya, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari salah satu penjual atau kelompok penjual dan mendiferensiasikan mereka dari para pesaing. Penetapan merek (*branding*) dapat memberikan kekuatan merek kepada produk dan jasa (Kotler dan Keller, 2009:258-259).

Iswan dan Herwina (2018) menyebutkan bahwa semakin banyak ide kreatif dan inovatif di era revolusi industri 4.0 akan mendorong bermunculnya industri baru yang akan berpengaruh pada perubahan pengelola jasa perbankan hampir pada semua tingkatan. Akibatnya, akan muncul persaingan berbagai industri keuangan di Indonesia. Saat ini strategi pemasaran juga telah berkembang menjadi strategi pemasaran 4.0. Strategi pemasaran ini lebih menekankan adanya integrasi yang harmonis antara pemasaran online dan *offline*, sehingga jika ada sebuah teknologi baru beredar di masyarakat diperlukan pendekatan untuk mengetahui seberapa besar pemanfaatan teknologi baru tersebut bagi masyarakat.

Mahendra Adhi Nugroho (2009) menyatakan bahwa Isu mengenai teknologi merupakan isu yang paling banyak dikaitkan dalam berbagai penelitian. Keberhasilan penggunaan dan diterimanya *e-commerce* merupakan isu yang paling banyak diteliti. Banyak peneliti mengusulkan dimensi keberhasilan suatu sistem. Furneaux (2006) dalam Nugroho (2008) mengusulkan 4 dimensi yaitu persepsi tentang kemudahan, persepsi kemanfaatan, perilaku penggunaan dan kondisi nyata penggunaan suatu teknologi.

Model pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan model pendekatan penelitian yang paling luas digunakan untuk meneliti adopsi teknologi informasi. Dalam Budiman dan Arza (2013) menjelaskan bahwa dalam kurun waktu 18 tahun terakhir TAM merupakan model yang paling populer dan

banyak digunakan dalam berbagai penelitian mengenai proses adopsi teknologi informasi baru. Kesederhanaan dan kemampuan menjelaskan hubungan sebab akibat merupakan alasan utama penggunaan TAM. TAM menyediakan sebuah penjelasan secara umum mengenai hal-hal yang menentukan penerimaan teknologi yang diharapkan mampu menjelaskan perilaku pengguna dalam rentang yang lebar pada pengguna akhir (*end users*) dan populasi pengguna. Penelitian Al Adwan dan Jo Smedley, menggunakan metode TAM Davis tahun 1989 dengan menggunakan 4 variabel, yaitu *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *attitude* dan *intention to use*.

Pendekatan TAM dapat dijadikan sebagai inovasi sebagai pengukuran seseorang untuk menanggapi sebuah teknologi. Banyaknya perusahaan yang memanfaatkan teknologi sebagai alat pemenuh kebutuhan atau dijadikan sebagai sarana memudahkan konsumen untuk menerima pelayanan ataupun produk dengan lebih mudah. Berkaitan dengan pendekatan tersebut dapat membantu peneliti untuk menganalisis adopsi teknologi baru *QR Code* di kalangan masyarakat Kabupaten Situbondo yang dalam hal ini menjadi salah satu aspek yang mengindikasikan sulitnya penyebaran dan realisasi penggunaan *QR Code* di sebagian masyarakat Kabupaten Situbondo.

Faktor yang mengindikasikan sulitnya pengenalan sistem *QR Code* ini, dapat dipicu dari berbagai hal yang salah satunya karena rendahnya tingkat pendidikan masyarakat sekitar, fasilitas ponsel yang belum memadai, jenis angkatan kerja masyarakat, hingga kecepatan akses ponsel dan lain sebagainya. Jumlah masyarakat yang tergolong bukan angkatan kerja ditinjau dari segi pendidikannya di Kabupaten Situbondo dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 1.1 Bukan Angkatan Kerja di Kabupaten Situbondo

Pendidikan	Bukan Angkatan Kerja	Jumlah Total	Presentase
SD	71771	297822	75,90
SMP	39618	81632	51,47

SMA	35138	128074	72,56
PERGURUAN TINGGI	5595	39630	85,88
JUMLAH	152122	547158	72,20

Sumber: BPS, 2019

Tabel diatas menunjukkan tingkat pendidikan yang masih rendah sehingga dapat mempengaruhi kemampuan masyarakat untuk menerima pengenalan sistem pembayaran baru *QR Code* tersebut. Hal tersebut mengindikasi jumlah masyarakat Situbondo pada tingkat pendidikan SD masih dalam jumlah besar sehingga dapat dikatakan daya serap dalam pengenalan sistem *QR Code* masih sulit untuk direalisasikan. Hal ini dapat menyulitkan pihak Bank Jatim dalam menyebarluaskan dan merealisasi penggunaan *QR Code* pada masyarakat di Kabupaten Situbondo, sehingga diperlukan suatu analisis yang dapat menentukan pergeseran metode pembayaran tunai ke nontunai berbasis digital untuk membangun keunggulan bersaing (*Competitive Advantage*) pada Bank Jatim,

Berdasarkan beberapa fenomena tersebut peneliti mencoba untuk meneliti bagaimana dampak dari pergeseran metode pembayaran tunai ke nontunai dengan menggunakan aplikasi Mobile Banking berbasis *QR Code* untuk meningkatkan dan membangun *Competitive Advantage* (keunggulan bersaing) pada Bank Jatim Cabang Situbondo.

1.2 Rumusan Masalah

Dengan adanya penggunaan aplikasi berbasis *QR Code* dimana strategi pemasaran yang dulunya dilakukan secara manual kini berubah menjadi digital maka fokus penelitian ini diarahkan pada:

- 1) Hubungan aplikasi *QR Code* dalam meningkatkan *Competitive Advantage* perusahaan.
- 2) Strategi Bank Jatim meningkatkan *Competitive Advantage* dengan Metode *QR Code*.

- 3) Implementasi aplikasi *QR Code* untuk meningkatkan *Competitive Advantage* perusahaan.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari pelaksanaan penelitian ini adalah:

- a. Mengetahui fenomena yang terjadi di masyarakat dengan adanya perubahan penggunaan *QR Code* pada nasabah Bank Jatim Kabupaten Situbondo
- b. Mengetahui hubungan penggunaan *QR Code* dalam meningkatkan *Competitive Advantage* Bank Jatim Kabupaten Situbondo
- c. Mengetahui strategi penggunaan *QR Code* dalam meningkatkan *Competitive Advantage* Bank Jatim Kabupaten Situbondo
- d. Menganalisis strategi perusahaan berdasarkan teori TAM terkait layanan *digital banking* tentang pergeseran metode pembayaran berbasis *QR Code*
- e. Mengetahui implementasi penggunaan *QR Code* dalam meningkatkan *Competitive Advantage* Bank Jatim Kabupaten Situbondo.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah ditetapkan, maka hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

A. Manfaat teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat yaitu:

1. Memberikan sumbangan pemikiran bagi Perusahaan terkait penggunaan teknologi baru dan dampaknya terhadap masyarakat luas
2. Memberikan sumbangan ilmiah bagi para akademisi yaitu sebagai acuan digital bisnis berkaitan dengan layanan perbankan
3. Sebagai pijakan dan referensi pada penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan penggunaan metode pembayaran *QR Code* untuk meningkatkan *Competitive Advantage* dengan menggunakan model TAM

B. Manfaat praktis

Secara praktis penelitian ini dapat bermanfaat sebagai berikut :

1. Bagi penulis

Dapat menambah wawasan dan pengalaman langsung tentang cara meningkatkan *Competitive Advantage* atau kemampuan bersaing Perusahaan khususnya perbankan.

2. Bagi Perusahaan

Dapat menambah pengetahuan dan sumbangan pemikiran tentang cara dan strategi perusahaan mengembangkan metode pembayaran berbasis *QR Code* untuk meningkatkan kemampuan bersaing perusahaan dengan perusahaan lain.

3. Bagi Nasabah

Nasabah sebagai subyek penelitian, diharapkan dapat memperoleh pengalaman langsung mengenai Penggunaan Aplikasi *QR Code* dalam bertransaksi memenuhi kebutuhan sehari-harinya dan sumbangsuhnya pada perusahaan untuk meningkatkan kemampuan bersaing dengan industri lain.

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Fintech

A. Pengertian *Fintech*

Menurut Pricewaterhouse Coopers (PwC), "*Fintech is a dynamic segment at the intersection of the financial services and technology sectors where technology focused start-ups and new market entrants innovate the products and services currently provided by the traditional financial service industry*".

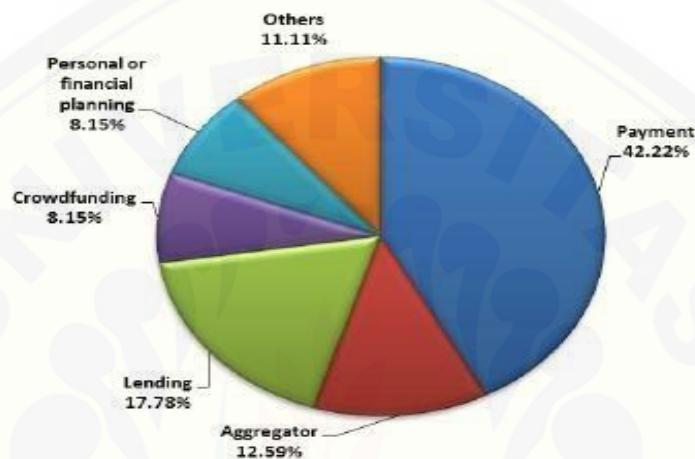
Sedangkan menurut *Fintech Weekly*, "*Fintech is a line of business based on using software to provide financial services. Financial technology companies are generally startups founded with the purposed of disructping incumbent financial system and corporations that rely less on software*".

Banyak peneliti atau penggunaan *Fintech* sendiri yang mencoba untuk mendeskripsikan *Fintech* berdasarkan apa yang mereka pengalaman yang mereka rasakan. *Fintech* juga bukan sekedar menggantikan hal-hal yang ada di belakang layar dengan kecanggihan teknologi tetapi mengganti hampir seluruh kegiatan perusahaan dengan tujuan untuk memaksimalkan kepuasan pelanggan. Seperti yang didefinisikan oleh Value-Stream : "*Fintech is the technology that serve the client of financial institutions, covering not only the back and the middle offices but also the coveted front office that for so long has been human-driven.*"

Setelah melihat pendapat dari beberapa referensi jadi *Fintech* menurut penulis adalah kemajuan teknologi yang dimanfaatkan secara penuh oleh bidang keuangan untuk memangkas proses yang lama dan menghasilkan peningkatan kepuasan pelanggan.

B. Jenis Fintech

Menurut Otoritas Jasa Keuangan Indonesia, *Fintech* yang berkembang di Indonesia dibagi menjadi beberapa sektor. Sektor-sektor tersebut adalah *payment*, *aggregator*, *personal or financial planning*, *crowdfunding*, dan *lending*. OJK juga telah menghitung banyaknya pemain *Fintech* ini dan terbanyak adalah dari katagori *payment* dengan persentase sebesar 42,22% dari keseluruhan *Fintech* yang berada di Indonesia



Gambar 2.1 Profil Fintech di Indonesia

Sumber : OJK, 2017

DailySocial.id bekerjasama dengan Asosiasi *Fintech* Indonesia juga mengelompokkan *Fintech* menjadi beberapa katagori di antaranya :

1) Payment

Bertumbuhnya perusahaan *e-commerce* memicu pula semakin banyak didirikannya startup yang menjadi jembatan penghubung antara *e-commerce* dengan pelanggan, terutama dalam hal sistem pembayaran. Layanan yang disediakan startup untuk *e-commerce* ini disebut dengan layanan *payment gateway*. *Payment gateway* memungkinkan masyarakat memilih beragam metode pembayaran berbasis digital (*digital payment gateway*) yang dikelola oleh sejumlah *start up*, dengan demikian akan meningkatkan volume penjualan *e-commerce*. *Payment gateway* satu di antaranya adalah iPaymu.

Tabel 2.1 Jenis Fintech Payment

Firstpay	Matchmove	gopay	moka
Mimopay	Blockchain.co.id	kartuku	ovo
Ipaymu	Midtrans	cashlez	aino
Mynt	Indomog	kartco	uangelektronik
Dimo	Paymon	uangku	kudo
Esi	Xendit	truemoney	adipay
Sprint	Paper	espay	sepulsa
Omise	Sudahtransfer	luno	serbapay
speedcash	Ipay88	mol	kioson
Finnet	Faspay	skyebank	easypay
e2pay.co.id	Kinerjapay	pundi-pundi	gci
Fusion	Kliring	payfazz	pawoon
Intrajasa	Paytren	pasarwarga	dealpos
Pasy	Balipay	payment	okpay
bebasbayar	Tap	flip	nicepay
ayopop	Doku	wallezz	mcpayment
Tcash	Paypro	xltunai	unipin

Sumber : DailySocial (2017)

2) Deposit dan Lending

Peer to peer (P2P) Lending adalah *startup* yang menyediakan platform pinjaman secara *online*. Urusan permodalan yang sering dianggap bagian paling vital untuk membuka usaha, melahirkan ide banyak pihak untuk mendirikan *startup* jenis ini.

Dengan demikian, bagi orang-orang yang membutuhkan dana untuk membuka atau mengembangkan usahanya, sekarang ini bisa menggunakan jasa *startup* yang bergerak di bidang *P2P lending*. Adalah Uangteman.com salah satu contoh *startup* yang bergerak di bidang ini. *Startup* ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan *finansial* masyarakat dengan cara cukup mengisi formulir di *website* uangteman.com dalam waktu sekitar 5 menit, dan memenuhi persyaratannya.

Tabel 3 Jenis Fintech Deposit dan Lending

Dynamic credit	Tunaiku	Investree	Pinjaman24
Fintegrahamidoind	Taralite	Pinjam.co.id	Kreditcepat.id
Gotong royong	Igrow	Gradana	amartha
Danacita	Tunaikita	Danakita	danamas
Mekar	Klikacc	Kredina	modalku
Rumah	Amalan	Julo	credy
Cicil	Sofis	Terbit	crowde
crowdo	Disitu	Tangbull	kredivo
bostunai	Cashindo	Alami	efl
gandengtangan	Pendanaan.com	Danabijak	kimo
shootyourdream	doctorrupiah	vcard	simplefi
Indogold	Ethisgrowd	kredivest	kapitalboost
koinwork	Artawana	akulaku	rupiahplus

Sumber : DailySocial.id (2017)

3) Capital Raising

Kegiatan penggalangan dana, beramal, dan kegiatan sosial lainnya sekarang sudah bisa pula melalui *start up* yang bergerak dibidang *crowd funding*. Lebih tepatnya, *crowd funding* adalah *start up* yang menyediakan platform penggalangan dana untuk disalurkan kembali kepada orang-orang yang membutuhkan, seperti korban bencana alam, korban perang, mendanai pembuatan karya, dan sebagainya. Penggalangan dana tersebut dilakukan secara *online*. Salah satu contoh *startup crowd funding* terbesar adalah Kitabisa.com. Startup ini menciptakan wadah agar kita bisa membantu sesama dengan cara yang lebih mudah, aman, dan efisien.

Tabel 4 Jenis Fintech : Capital Raising

Wacare.id	Aksibersama
Kitabisa.com	Akseleran
Ideave	Adeka

Sumber : DailySocial.id (2017)

4) Insurance

Jenis *start up* yang bergerak dibidang *insurance* ini cukup menarik. Karena bisanya asuransi yang kita ketahui selama ini merupakan asuransi konvensional, di mana kita mensisihkan sejumlah uang perbulan sebagai

iuran wajib untuk mendapatkan manfaat dari asuransi tersebut di masa depan, jenis asuransi *start up* tidak semua berjalan demikian.

Tabel 5 Jenis Fintech : Insurance

Rajapremi	Asuransiku.id
Pasarpolis	Premikita.com
Premiro	Futureready
asuransi88.com	Bima

Sumber : DailySocial.id (2017)

5) Investment

Saham, forex, reksadana, dan lain sebagainya, merupakan investasi yang sudah tidak asing lagi didengar. *Securities* dapat dikatakan sebagai jenis startup yang menyediakan platform untuk berinvestasi saham secara *online*. Contoh startupnya adalah Bareksa.com. Didirikan pada tanggal 17 Februari 2013 Bareksa.com adalah salah satu *securities startup* terintegrasi pertama di Indonesia yang menyediakan platform untuk melakukan jual-beli reksa dana secara *online*, memberikan layanan data, informasi, alat investasi reksa dana, saham, obligasi, dan lain-lain.

Tabel 6 Jenis Fintech : Investment

Bareksa	centrausaha.com
Stockbit	Bibitnomic
Finansialku.com	Cekkembali
Jurnal	Pajak
Veryfund	Brankas
Fundnel	Tavest

Sumber : DailySocial.id (2017)

6) Market Provisioning

Pada klasifikasi ini, *Fintech* akan berperan sebagai pembanding produk keuangan, dimana *Fintech* tersebut akan mengumpulkan dan mengoleksi data finansial untuk dijadikan referensi oleh pengguna. Klasifikasi ini juga dapat disebut dengan nama *comparison site* atau *financial aggregator*.

Contohnya, jika seorang konsumen ingin memilih produk KPR, platform *Fintech* akan menyesuaikan data finansial pribadi konsumen dan memberikan pilihan produk KPR sesuai dengan data pribadi yang dimasukkan. Pilihan ini akan diberikan sesuai dengan keinginan dan kemampuan finansial serta preferensi konsumen.

Tabel 7 Jenis Fintech : Market Positioning

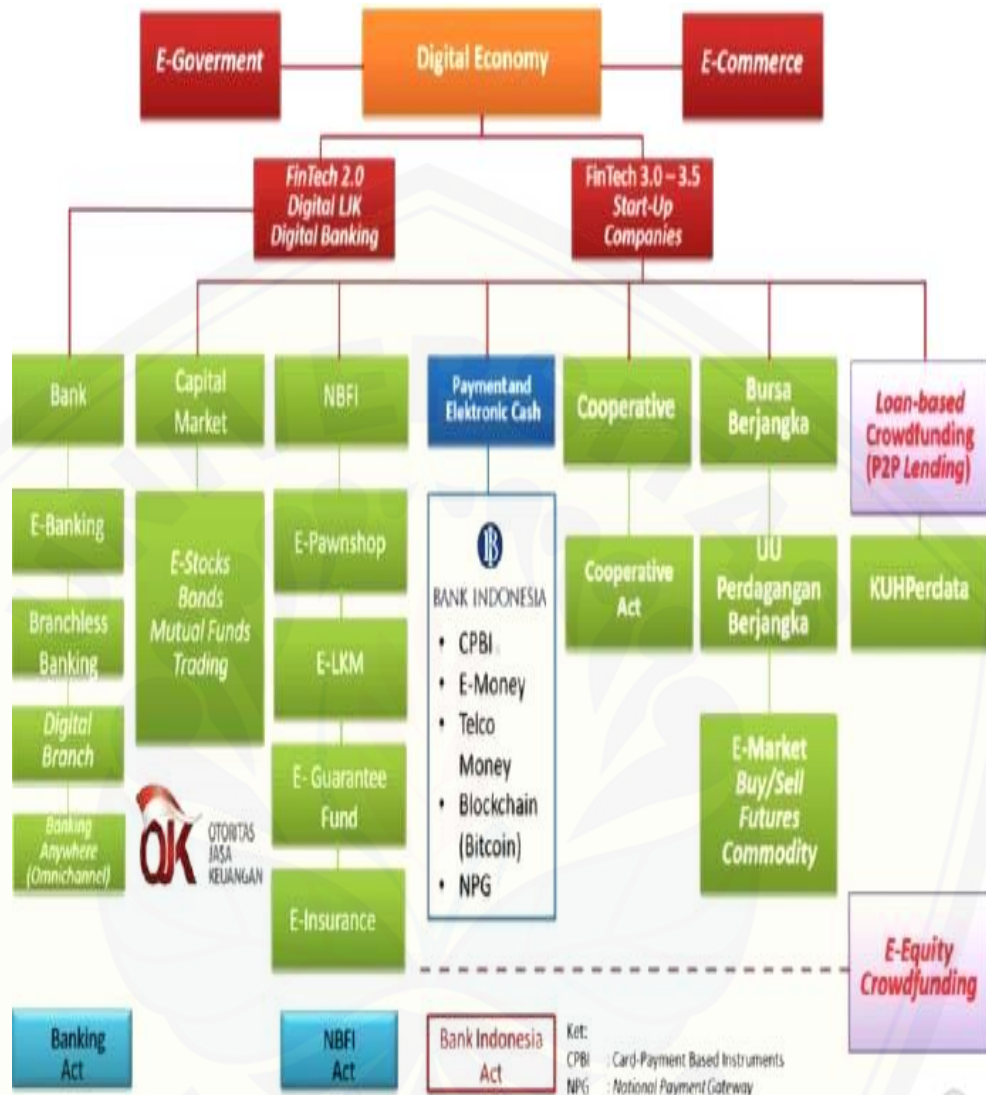
cekaja.com	Cermati
Aturduit.com	Pilihpintar
Sikatabis.com	Cekpremi
Halomoney	kyck!
Tanihub	Peragano
Cashshield	kreditgogo.com

Sumber : DailySocial.id (2017)

C. Regulasi *Fintech*

Pemerintah Indonesia mengencarkan visi ekonomi digital Indonesia yang sejalan dengan program *e-government* pemerintah Indonesia. Otoritas Jasa Keuangan juga telah menyiapkan 3 Master Plan Sektor Jasa Keuangan Indonesia yaitu, sebagai kontributif, mengoptimalkan peran sektor jasa keuangan dan mendukung percepatan pertumbuhan ekonomi nasional. Kedua stabil, menjaga stabilitas sistem keuangan sebagai sistem landasan bagi pembangunan yang berkelanjutan. Ketiga, inklusif, membuka akses keuangan sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan kalangan masyarakat.

Gambar 3 Visi Ekonomi Digital Indonesia



Sumber : Otoritas Jasa Keuangan, 2017

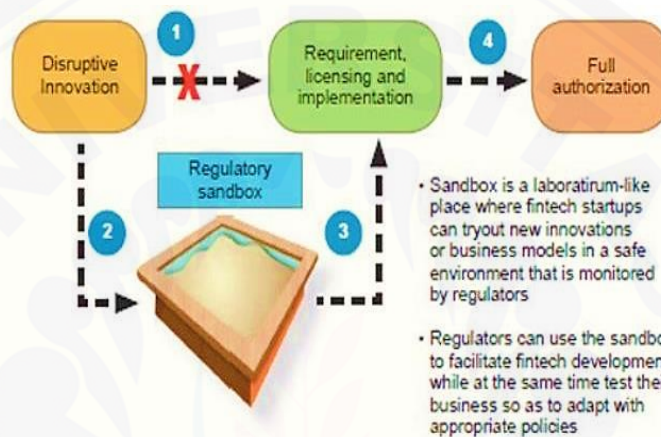
Selaku lembaga yang mengawasi bidang keuangan di Indonesia, peraturan yang mengatur tentang *Fintech* diatur dan diterbitkan oleh OJK, selain mengeluarkan peraturan, berikut merupakan upaya dari OJK :

- 1) Penerbitan Ketentuan
 - a. Regulatory sandbox

Pengaturan model *sandbox* ini dipelopori oleh Inggris dengan nama *regulatory sandbox* atau program uji coba bagi *start-up Fintech*. Maksud dari *sandbox* adalah agar para pelaku *Fintech* dapat

menguji sistem dan bisnisnya dengan rentang waktu antara 6 bulan sampai 12 bulan sebelum bisnisnya dioperasikan secara penuh. Dalam masa uji coba ini, perusahaan *Fintech* akan didampingi oleh pemerintah secara administrasi hukum dan operasional sistem, sehingga tidak ada aturan yang dilanggar oleh perusahaan *Fintech*. (Pratama, 2016)

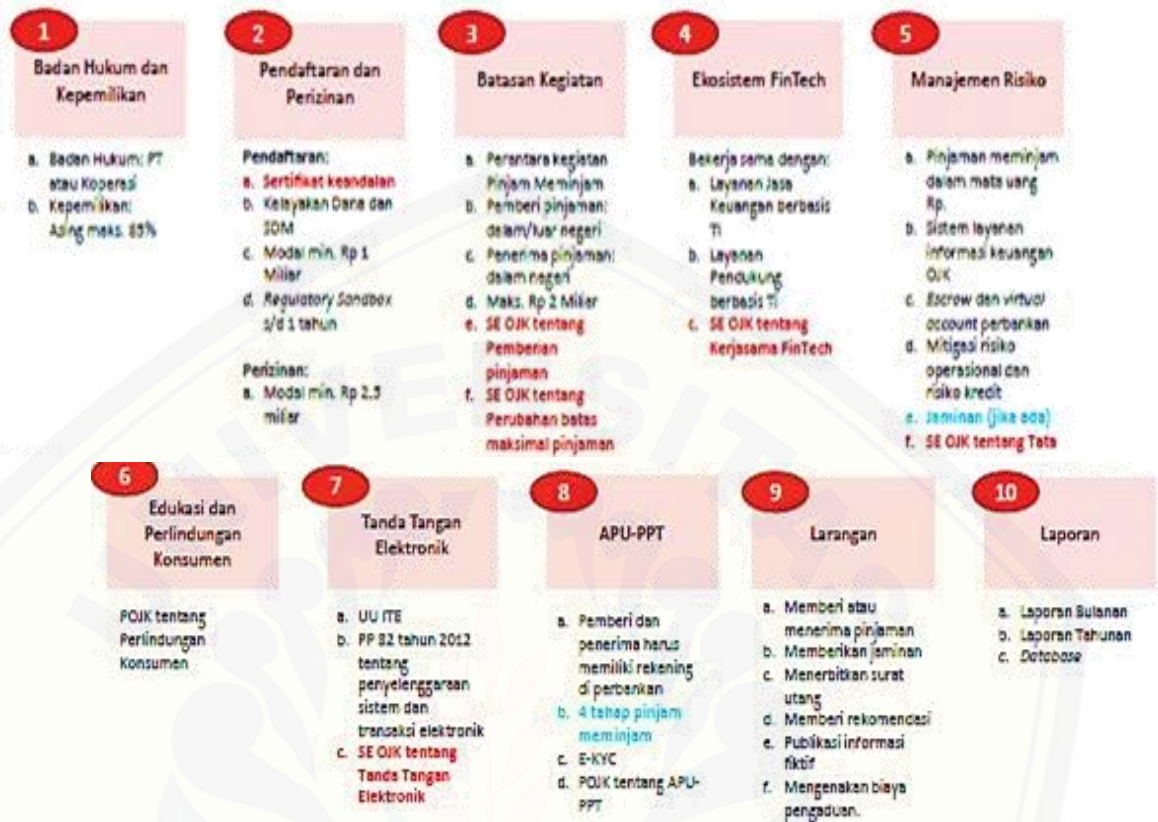
Gambar 4 Regulatory Sandbox



Sumber : Bank Indonesia, 2020

- b. Penerbitan PJOK No. 77/PJOK.01/2016 tentang Layanan Pinjam Meminjam Langsung Berbasis Teknologi Informasi (LMPUBTI) atau *Peer- to-Peer Lending*.

Gambar 5 PJOK LPMUBTI



Sumber: Otoritas Jasa Keuangan (OJK), 2020

c. OJK akan menyusun ketemtuan lainnya (antara lain tentang crowdfunding, digital banking)

2) Pembentukan *Fintech Innovation* hub di OJK :

- a. Koordinasi Lintas Kementrian dan Lembaga.
- b. Pengembangan *industry Fintech* yang sesuai kebutuhan masyarakat.
- c. Pengembangan *sandbox* untuk model bisnis *Fintech* yang baru dan potensial.
- d. Penyediaan sarana komunikasi (antara lain *website Fintech*) antara *regulator* dan *industry Fintech*

D. Keunggulan dan kelemahan *Fintech*

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2016), kelebihan dari *Fintech* adalah: Melayani masyarakat Indonesia yang belum dapat dilayani oleh industri keuangan tradisional dikarenakan ketatnya peraturan perbankan dan adanya keterbatasan industri perbankan tradisional dalam melayani masyarakat di daerah tertentu.

Menjadi alternatif pendanaan selain jasa industri keuangan tradisional dimana masyarakat memerlukan alternatif pembiayaan yang lebih demokratis dan transparan.

Sedangkan kekurangan dari *Fintech* adalah diantaranya adalah sebagai berikut: *Fintech* merupakan pihak yang tidak memiliki lisensi untuk memindahkan dana dan kurang mapan dalam menjalankan usahanya dengan modal yang besar, jika dibandingkan dengan bank. Ada sebagian perusahaan *Fintech* belum memiliki kantor fisik, dan kurangnya pengalaman dalam menjalankan prosedur terkait sistem keamanan dan integritas produknya

E. Jenis layanan *Fintech*

Menurut Hsueh (2017), Terdapat tiga tipe financial technology yaitu Sistem pembayaran melalui pihak ketiga (*Third-party payment systems*) yaitu *crossborder EC*, *online-to-offline (O2O)*, sistem pembayaran *mobile*, dan platform pembayaran yang menyediakan jasa seperti pembayaran bank dan transfer

1. Peer-to-Peer (P2P) Lending

Merupakan platform yang mempertemukan pemberi pinjaman dan peminjam melalui internet. *Peer-to-Peer Lending* menyediakan mekanisme kredit dan manajemen risiko. Platform ini membantu pemberi pinjaman dan peminjam memenuhi kebutuhan masing-masing dan menghasilkan penggunaan uang secara efisien. Menurut Ge, Feng, Gu, & Zhang, (2017), *Peer-to-Peer Lending* merupakan sebuah proses menjalankan peminjaman uang antara dua individual yang tidak

bersangkutan secara langsung melalui *platform online*, tanpa campur tangan dari para perantara keuangan yang tradisional seperti bank. Menurut Dorfleitner et al., (2016), *Peer-to-Peer Lending* merupakan sebuah inovasi utama yang berhubungan dengan bidang perbankan. Dalam beberapa tahun terakhir, jumlah platform yang menawarkan layanan tersebut dan jumlah transaksi terus meningkat.

Menurut Hsueh, (2017), *Peer-to-Peer Lending* merupakan model bisnis berbasis Internet yang memenuhi kebutuhan pinjaman antar perantara keuangan. Platform ini ditujukan untuk perusahaan menengah dan kecil dimana menurut mereka persyaratan pinjaman bank mungkin terlalu tinggi. *Peer-to-Peer Lending* memiliki biaya lebih rendah dan efisiensi yang lebih tinggi daripada pinjaman berbasis bank tradisional. Dari beberapa pengertian tentang *Peer-to-Peer Lending* maka dapat diambil kesimpulan bahwa *Peer-to-Peer Lending* merupakan model bisnis keuangan yang mempertemukan antara pemberi pinjaman dan peminjam melalui sebuah platform dimana model ini lebih menguntungkan dibanding platform keuangan tradisional.

F. Tantangan dan Resiko *Fintech*

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2016) , tantangan yang dihadapi industri *Fintech* adalah sebagai berikut : Peraturan dalam Mendukung Pengembangan *Fintech*. Hal ini terkait dengan bagaimana mengadopsi peraturan terkait tanda tangan (*digital signature*) dan penggunaan dokumen secara digital sehingga dapat mengoptimalkan potensi yang dimiliki oleh industri *Fintech*.

Koordinasi antar Lembaga dan Kementerian Terkait untuk mengoptimalkan potensi *Fintech* dengan lingkungan bisnis (*business environment*) yang kompleks, maka perlu juga dukungan dari berbagai kementerian dan lembaga terkait.

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2016), Resiko yang dialami oleh

pengguna *Fintech*. Strategi untuk melindungi konsumen adalah sebagai berikut : Perlindungan dana pengguna. Potensi kehilangan maupun penurunan kemampuan finansial, baik yang diakibatkan oleh penyalahgunaan, penipuan, maupun *force majeure* dari kegiatan *Fintech*. Pelindungan data pengguna. Isu privasi pengguna *Fintech* yang rawan terhadap penyalahgunaan data baik yang disengaja maupun tidak sengaja (serangan *hacker* atau *malware*).

2.1.2 Metode Pembayaran *QR Code*

A. Pengertian *QR Code*

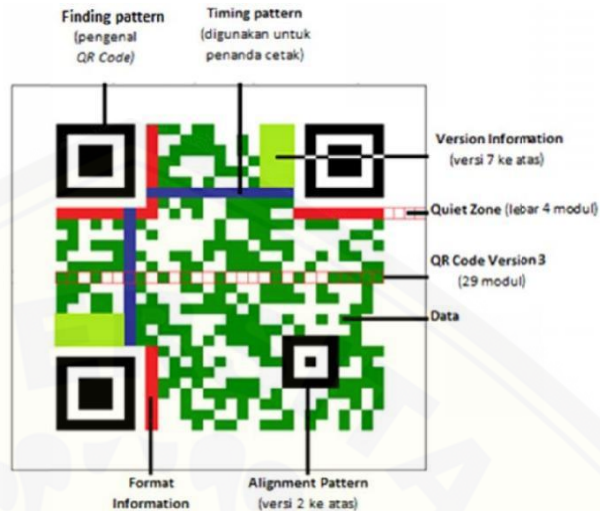
Quick Response Code atau yang sering disingkat dengan *QR Code* merupakan sebuah barcode dua dimensi yang diperkenalkan oleh Perusahaan Jepang Denso Wave pada tahun 1994. Jenis barcode ini awalnya digunakan untuk melacak persediaan di bagian manufaktur kendaraan dan sekarang sudah digunakan dalam berbagai industri perdagangan dan jasa. Pada dasarnya bahwa *QR Code* dikembangkan sebagai suatu kode yang memungkinkan isinya untuk dapat diterjemahkan dengan kecepatan tinggi (Rouillard, 2008). *QR Code* terdiri dari sebuah untaian kotak persegi yang disusun dalam suatu pola persegi yang lebih besar, yang disebut sebagai modul. Gambar berikut ini, menunjukkan gambaran dari sebuah *QR Code*



Gambar 6 *QR Code* (Ariadi, 2011)

B. Struktur *QR Code*

QR Code memiliki bagian-bagian struktur yang akan penulis jelaskan pada gambar dibawah ini (Ariadi, 2011)



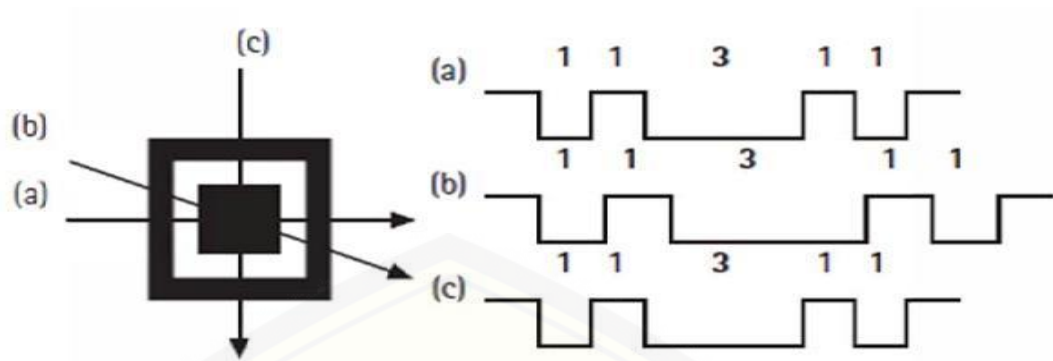
Gambar 7 Struktur QR Code (Ariadi, 2011)

Berikut ini merupakan penjelasan dari istilah-istilah yang berkenaan dengan gambar *QR Code* di atas

1. *Finding Pattern* merupakan pola untuk mendeteksi posisi dari *QR Code*.
2. *Timing pattern* merupakan pola yang digunakan untuk identifikasi koordinat pusat dari *QR Code*, dibuat dalam bentuk modul hitam putih bergantian.
3. *Version Information* merupakan Versi dari sebuah *QR Code*, versi terkecil adalah 1 (21 x 21) modul dan versi terbesar adalah 40 (177 x 177) modul.
4. *Quiet Zone* merupakan daerah kosong dibagian terluar *QR Code* yang mempermudah mengenali pengenal *QR* oleh sensor *CCD*.
5. *QR Code version* merupakan versi *QR Code*. Pada contoh gambar, versi yang digunakan adalah versi 3 (29 x 29 modul).
6. Data merupakan daerah tempat data tersimpan atau data dikodekan.
7. *Alignment Pattern* merupakan pola yang digunakan untuk memperbaiki penyimpangan *QR Code* terutama distorsi non linier.
8. Format information merupakan informasi tentang error correction level dan mask pattern.

Karakteristik dari *QR Code* yaitu dapat menampung jumlah data yang besar. Secara teori sebanyak 7089 karakter numerik maksimum data dapat tersimpan di dalamnya, kerapatan tinggi (100 kali lebih tinggi dari kode simbol *linier*) dan pembacaan kode dengan cepat. *QR Code* juga memiliki kelebihan lain baik dalam hal unjuk kerja dan fungsi (Ariadi, 2011). Berikut ini merupakan kelebihan unjuk kerja dan fungsi yang dimiliki oleh *QR Code*.

Pembacaan kode matriks dengan menggunakan sensor kamera CCD (*Charge Coupled Device*) dimana data akan memindai baris per baris dari citra yang ditangkap dan kemudian disimpan dalam memori. Dengan menggunakan suatu perangkat lunak tertentu, detail citra akan dianalisa, *finding pattern* akan dikenali dan posisi simbol dideteksi. Setelah itu proses pembacaan kode akan diproses. Sedangkan pada simbol linier ataupun kode dua dimensi lain akan memakan lebih lama waktu untuk mendeteksi letak atau sudut ataupun besar dari simbol tersebut. *QR Code* memiliki *finding pattern* yang terlihat pada gambar 7, untuk memberitahukan letak simbol matriks dua dimensi *QR Code* yang disusun pada ketiga sudutnya. Hal inilah yang membuat *QR Code* dapat dibaca dari segala arah atau 360 derajat. Rasio antara modul hitam dan modul putih pada *finding pattern*-nya selalu 1:1:3:1:1. Dengan rasio ini, *finding pattern* dapat mendeteksi keberadaan citra yang ditangkap sensor. Sebagai tambahan, dengan adanya ketiga *finding pattern* maka pengkodean akan lebih cepat dua puluh kali dibandingkan kode matriks lain.



Gambar 8 Finding Pattern QR Code (Ariadi, 2011)

C. Ketahanan terhadap Penyimpangan Simbol

Simbol matriks 2 dimensi akan rentan terhadap penyimpangan bentuk ketika ditempatkan pada permukaan yang tidak rata (bergelombang), sehingga sensor pembaca menjadi miring karena sudut antara sensor CCD dan simbol matriks 2 dimensi ini telah berubah. Untuk memperbaiki penyimpangan ini, *QR Code* memiliki perata pola (*Alignment pattern*) yang menyusun dengan jarak yang teratur dalam satu daerah. *Alignment pattern*, akan memperhitungkan titik pusat dengan daerah terluar dari simbol matriks, sehingga dengan cara ini penyimpangan *linier* maupun *non-linier* masih dapat terbaca. Gambar berikut ini merupakan jenis penyimpangan pada *QR Code*.



Gambar 9 Penyimpangan QR Code

Fungsi Pemulihan Data (ketahanan terhadap kotor maupun kerusakan) *QR Code* mempunyai empat tingkatan koreksi *error* (7%, 15%, 25% dan 30%) di dalam mengendalikan kerusakan yang diakibatkan kotor

ataupun rusak. *QR Code* memanfaatkan algoritma *Reed-Solomon* yang tahan terhadap kerus akan tingkat tinggi. Jadi, ketika *QR Code* akan digunakan dalam lingkungan yang rawan kerusakan akibat dari lingkungan, disarankan untuk menggunakan koreksi *error* 30%.



Gambar 10 Kerusakan Pada QR Code

Kemampuan *encode* karakter kanji dan kana Jepang *QR Code* berkembang pesat di negara Jepang. Hal ini yang menyebabkan perkembangan *QR Code* untuk dapat menerima input data berupa karakter yang *non-alfabetis*. Ketika pembuatan *QR Code* dengan inputan berupa huruf Jepang, maka data tersebut akan diubah ke dalam bentuk biner 16 bit (2 byte) untuk karakter tunggal, sedangkan untuk gabungan karakter akan di *encode* dalam biner 13 bit. Hal ini memberikan keuntungan lain dimana proses *encode* huruf Jepang akan meningkatkan efisien 20% lebih banyak dari simbol kode 2 dimensi lain, dimana dengan volume data yang sama akan dapat dibuat pada area percetakan yang lebih kecil. (Ariadi, 2011)

D. Fungsi *Linking* pada Simbol

QR Code memiliki kemampuan dapat dipecah menjadi beberapa bagian dengan maksimum pembagiannya 16 bagian. Dengan fungsi *linking* ini, maka *QR Code* dicetak pada daerah yang tidak terlalu luas untuk sebuah *QR Code* tunggal. (Ariadi, 2011)

E. Proses *Masking*

Proses *Masking* pada *QR Code* berperan sangat penting dalam hal penyusunan modul hitam dan modul putih agar memiliki jumlah yang

seimbang, untuk memungkinkan hal ini dapat digunakan pada operasi XOR yang diaplikasikan diantara area data dan daerah *mask pattern*. Ada sebanyak delapan *mask pattern* dalam *QR Code* yang kesemuanya itu dalam bentuk biner tiga bit.(Ariadi, 2011)

F. Spesifikasi Kode Matriks Dua Dimensi (*QR Code*)

QR Code memiliki kapasitas tinggi dalam hal data pengkodean, yaitu mampu menyimpan semua jenis data seperti numerik, alfanumerik, biner dan huruf kanji.Selain itu, *QR Code* juga memiliki empat tingkatan koreksi *error* yaitu 7%, 15%, 25% dan 30% di dalam mengendalikan kerusakan yang diakibatkan kotor ataupun rusak. Tabel berikut ini menjelaskan tentang spesifikasi dari *QR Code*.

Tabel 8 Spesifikasi QR Code (Ariadi, 2011)

Jenis Simbol	Minimal 21 x 21 Modul dan Maksimal 177 x 177 modul dengan peningkatan 1 versi = 4 Modul	
Jenis Informasi dan Kapasitas	Numerik	Maksimum 7089 karakter
	Alfanumerik	Maksimum 4296 karakter
	Biner	Maksimum 2953 karakter
	Huruf Kanji	Maksimum 1817 karakter
Koreksi Error	Level L	Dapat mengembalikan data yang mengalami kerusakan 7%
	Level M	Dapat mengembalikan data yang mengalami kerusakan 15%
	Level Q	Dapat mengembalikan data yang mengalami kerusakan 25%
	Level H	Dapat mengembalikan data yang mengalami kerusakan 30%

G. Mode inputan Data

Mode inputan data yang dikenali oleh *QR Code* ada beberapa macam, diantaranya adalah sebagai berikut (Ariadi, 2011)

- 1) *Mode ECI (Extended Channel Interpretation)*

Mode ini membolehkan kita untuk mengkodekan sekumpulan karakter, yang bukan termasuk karakter umum (*alfabet*), misalnya huruf arab, huruf sirilik serbia, yunani, dan ibrani.

2) *Mode* Numerik

Mode numerik akan mengkodekan data desimal dari angka 0 sampai 9 (ASCII : 30 hex 10 bit biner.- 39 hex

3) *Mode* Alfanumerik

Mode ini memiliki kepadatan pengkodean 3 karakter, untuk setiap *Mode* alfanumerik memiliki jumlah 45 karakter, yaitu sebanyak 10 digit yang dimulai dari angka 0 sampai 9 (ASCII : 30 hex sampai Z (ASCII : 41 hex – 5A hex – 39 hex), karakter *alfabet* A dan 9 karakter simbol (**spasi**, \$, %, *, +, -, ., /, :) dengan pengkodean untuk ASCII (20 hex 2E hex 2F hex , 24 hex , 2A hex , 2B hex , dan 3A hex). Kepadatan pengkodean adalah 2 karakter untuk setiap 11 bit biner.

4) *Mode* 8 bit

Mode ini menangani 8 bit bahasa latin dan karakter kana jepang, serta telah distandarisasi dalam bentuk JIS (*Japanese Industrial Standards*) X021, dalam ASCII dimulai dari 00 Hex - FF hex. Pada *mode* ini, kepadatan datanya adalah 8 bit untuk setiap karakter.

2.1.3 *Competitive Advantage* (CA)

A. Definisi *Competitive Advantage*

Keunggulan merupakan strategi benefit dari perusahaan yang melakukan kerjasama untuk menciptakan keunggulan bersaing yang lebih efektif dalam pasarnya. Strategi ini harus didesain untuk mewujudkan keunggulan bersaing yang terus menerus. Definisi *Competitive Advantage* (keunggulan bersaing) berdasarkan pendapat dari beberapa ahli. Menurut John R. Schermerhorn (2011:209). "*Competitive Advantage is the ability to do something so well that one out performs competitors.*"

Dari definisi di atas, dapat dijelaskan bahwa *Competitive Advantage* adalah kemampuan untuk melakukan sesuatu dengan baik sehingga lebih unggul satu melebihi pesaing, Sedangkan menurut

Amirullah (2015:94). “Keunggulan kompetitif diperoleh jika perusahaan melaksanakan strategi penciptaan nilai secara tidak serentak dengan strategi yang diimplementasikan oleh pesaing yang sekarang ada atau pesaing potensial” Sedangkan menurut Danang Sunyoto (2015:1) “Perusahaan harus memiliki kemampuan untuk membedakan produk yang dihasilkan dalam persaingan untuk mendapatkan keunggulan bersaing. Produk yang dihasilkan harus memiliki karakteristik kunci dalam merebut konsumen sehingga menjadi produk yang spesial.

Dari beberapa definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa *Competitive Advantage* adalah suatu kemampuan berinovasi dalam menghasilkan produk sehingga lebih unggul melebihi pesaing. Perusahaan harus memiliki kemampuan untuk membedakan produk yang dihasilkan dalam persaingan untuk mendapatkan keunggulan bersaing (*Competitive Advantage*). Produk yang dihasilkan harus memiliki karakteristik kunci dalam merebut konsumen sehingga menjadi produk yang spesial.

B. Sumber *Competitive Advantage*

Menurut Porter dalam Ismail Solihin (2012:196) keunggulan bersaing perusahaan bersumber dari tiga hal, yaitu sebagai berikut:

1. *Cost Leadership* (Kepemimpinan biaya)

Dalam Strategi ini perusahaan berusaha untuk mencapai biaya paling rendah dibandingkan perusahaan lain dalam satu industri. Keunggulan biaya perusahaan dapat berasal dari berbagai sumber seperti keunggulan skala ekonomi (*economies of scale*), penerapan teknologi produksi yang tepat, memiliki akses terhadap bahan baku yang lebih menguntungkan di banding pesaing, dll. Perusahaan akan memperoleh manfaat yang sangat besar dengan adanya keunggulan biaya. Pertama, biaya yang rendah dapat menjadi hambatan masuk (*entry barrier*) bagi pesaing potensial yang ingin memasuki industri yang sama.

2. *Differentiation* (Diferensiasi).

Dalam strategi ini, perusahaan berusaha untuk memiliki keunikan pada dimensi tertentu dari produk yang dihasilkan, dimana keunikan tersebut dianggap bernilai bagi konsumen. Perusahaan akan memilih beberapa atribut yang dianggap oleh pembeli sebagai atribut yang penting dan perusahaan berupaya untuk menempatkan posisinya secara unik agar dapat memenuhi kebutuhan para pembeli tersebut.

3. *Focus* (fokus)

Dalam strategi ini, perusahaan akan memilih satu atau beberapa kelompok segmen dalam suatu industri kemudian mereka akan mengembangkan strategi yang sesuai untuk segmen tersebut yang tidak bisa dilayani dengan baik oleh pesaing lain yang memiliki cakupan pasar yang lebih luas. Melalui optimalisasi strategi ini, perusahaan akan memperoleh keunggulan kompetitif pada segmen pasar tertentu meskipun mereka tidak memiliki keunggulan kompetitif dalam industri secara keseluruhan.

Selain itu, menurut Danang Sunyoto (2015:2) sumber *Competitive Advantage* adalah sebagai berikut :

- a) Sumber daya, dan
- b) Kapabilitas perusahaan.

Dari kedua sumber tersebut, hanya sumber daya dan kapabilitas yang memiliki kriteria *valuable, rare, in-imitable, non-substitutable, exploited by company* (VRIO). Kriteria tersebut dijelaskan sebagai berikut:

- a) *Valuable* berarti sumber daya dan kapabilitas yang dimiliki memungkinkan perusahaan menerapkan strategi yang dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi organisasi.
- b) *Rare* artinya sumber daya dan kapabilitas tersebut jarang dimiliki oleh para pesaing.
- c) *In-imitable* artinya sumber daya dan kapabilitas sulit ditiru oleh pesaing atau memerlukan biaya sangat besar atau yang lama untuk meniru.

- d) *Non-substitutable* yakni sumber daya dan kapabilitas yang dimiliki sulit digantikan dengan sumber daya atau kapabilitas lain.
- e) *Exploited by company* yaitu perusahaan harus mampu memanfaatkan dan memelihara sumber daya dan kapabilitas yang menjadi sumber keunggulan bersaing.

Sumber khas *Competitive Advantage* menurut John R. Schermerhorn (2011:209), sebagai berikut.

- a) *Cost and quality, operating with greater efficiency and product or service quality.*
- b) *Knowledge and speed, doing better at innovation and speed of delivery to market for new ideas.*
- c) *Barriers to entry, creating a market stronghold that is protected from entry by others.*
- d) *Financial resources, having better investments or loss absorption potential than competitors.*

Dari pendapat di atas dapat dijelaskan sebagai berikut.

- a) Biaya dan kualitas, beroperasi dengan efisiensi yang lebih besar dan produk atau kualitas layanan.
- b) Pengetahuan dan kecepatan, melakukan inovasi yang lebih baik dan kecepatan pengiriman ke pasar untuk ide-ide baru.
- c) Hambatan masuk, menciptakan kubu pasar yang dilindungi dari entri oleh orang lain.
- d) Sumber keuangan, memiliki investasi yang lebih baik atau potensi penyerapan kerugian dibandingkan pesaingnya.

4. Komponen-komponen *Competitive Advantage*

Adapun komponen-komponen dalam *Competitive Advantage* menurut Hill dan Jones dalam Amirullah (2015:96) adalah :

- a. Superior Efficiency
- b. Superior Quality
- c. Superior Innovation

d. Superior Customer Responsiveness

Komponen-komponen dari *Competitive Advantage* dapat dijelaskan bahwa

- a. *Superior Efficiency*. Suatu perusahaan dikatakan semakin efisien jika perusahaan tersebut memerlukan input yang semakin sedikit untuk menghasilkan output yang ditentukan, sehingga struktur biayanya semakin rendah.
- b. *Superior Quality*. Produk yang berkualitas adalah barang dan jasa yang reliable dalam arti bahwa barang dan jasa tersebut dapat melaksanakan fungsi yang telah didesain. Keunggulan kualitas memberikan dua keuntungan: Pertama, konsumen akan memberikan nilai yang lebih tinggi terhadap produk tersebut, yang selanjutnya peningkatan nilai ini akan memungkinkan perusahaan membebani harga yang lebih tinggi untuk produk tersebut; kedua, dapat menimbulkan keunggulan kompetitif yang berasal dari efisiensi yang lebih besar dan biaya persatuan yang lebih rendah.
- c. *Superior Innovation*. Dalam beberapa hal, inovasi merupakan blok bangunan paling penting dari keunggulan kompetitif. Inovasi adalah kemampuan perusahaan untuk memperkenalkan produk baru dan proses produksi untuk mengkapitalisasi peluang besar. Perusahaan melakukan inovasi dengan dua cara mendasar yaitu dengan meniru atau mengembangkan inovasi mereka sendiri. Keberhasilan inovasi produk atau proses memberikan sesuatu yang unik kepada perusahaan yang sebelumnya tidak dimiliki. Keunikan perusahaan mungkin bisa memperoleh harga premi atau memiliki struktur biaya yang lebih rendah dari pada pesaing-pesaingnya, namun demikian pesaing akan mencoba untuk meniru inovasi yang telah berhasil dilakukan perusahaan dan seringkali pesaing berhasil melakukannya walaupun kendala imitasi dapat memperlambat kecepatan ini.
- d. *Superior Customer Responsiveness*. Untuk mencapai responsifitas pelanggan suatu perusahaan harus dapat memberikan apa yang

diinginkan pelanggan ketika mereka membutuhkannya. Perusahaan yang semakin responsive terhadap kebutuhan pelanggannya, semakin besar loyalitas terhadap merk yang dapat dicapai perusahaan. sebaliknya, loyalitas merk yang kuat memungkinkan perusahaan membebaskan harga premi untuk produknya atau menjual lebih banyak produk kepada pelanggannya.

5. Dimensi dalam *Competitive Advantage*

Menurut Danang Sunyoto (2015:3), terdapat lima dimensi yang dapat digunakan untuk menentukan *Competitive Advantage* yaitu sebagai berikut.

- a) Harga
- b) Kualitas
- c) Pengiriman yang dapat diandalkan
- d) Inovasi
- e) *Time to market*

Berikut ini adalah penjelasan dari kelima dimensi diatas, yaitu sebagai berikut.

- a) Harga, yang dibebankan pada pelanggan merupakan atribut yang paling memengaruhi keunggulan bersaing.
- b) Kualitas, dapat digunakan sebagai alat strategi untuk mencapai keunggulan bersaing dan merupakan elemen penting dalam penentuan nilai bagi pelanggan.
- c) Pengiriman, yang dapat diandalkan adalah kemampuan perusahaan untuk mengirimkan produk/jasa tepat waktu, dalam tipe dan volume yang sesuai dengan keinginan pelanggan.
- d) Inovasi, merupakan konsep lebih luas yang meliputi penerapan dari ide, produk, atau proses yang baru. Luasnya lini produk yang dimiliki sebuah perusahaan memengaruhi nilai dan pangsa pasar yang dapat diperoleh. Semakin tepat sebuah produk/jasa dapat memenuhi kebutuhan pelanggan, maka semakin besar nilai yang akan diberikan

oleh pelanggan untuk produk/jasa tersebut. Dengan bertambah luasnya lini produk, maka akan semakin banyak pelanggan yang dapat menemukan produk/jasa yang memenuhi kebutuhan mereka.

- e) *Time to market* merupakan dimensi yang penting dari keunggulan bersaing. *Time to market* adalah sejauh mana sebuah perusahaan mampu untuk meluncurkan produk baru lebih cepat dari pesaingnya.

6. Langkah Strategis *Competitive Advantage*

Menurut Danang Sunyoto (2015:8), untuk memenangkan suatu persaingan diperlukan langkah strategis sebagai berikut.

- a. Selalu berada di depan para pesaing baik dalam promosi, pembentukan citra maupun pemberian informasi.
- b. Lebih unggul dari apa yang dimiliki pesaing, seperti: kualitas, kesesuaian produk, daya tahan, harga, sistem pembayaran, pelayanan, pemeliharaan, penawaran produk purna jual, delivery order, discount harga, garansi produk dan kemasan
- c. Kerjasama pelayanan dengan produk atau usaha yang sama dengan perusahaan lain, seperti membeli tiket pesawat, tidak pernah terlambat atau tepat waktu, dan refund jika terjadi pembatalan pembelian mendadak.
- d. Mempunyai keunggulan baru, seperti unggul dalam ukuran produk, rasa, distribusi produk, posisi pasar, dan teknologi yang digunakan, dan lain sebagainya.
- e. Memiliki keunggulan mutlak, yaitu suatu keunggulan yang harus diciptakan dimana pihak pesaing akan kalah bersaing dengan adanya keunggulan tersebut, misalnya bidang sumber daya manusia, kepemimpinan, organisasi, strategi bisnis, teknologi, kualitas, inovasi, promosi, modal, sistem jaringan, komunikasi, dan lain-lain.
- f. Memiliki strategi dan kebijakan strategis yang tepat, misalnya strategi biaya rendah, pembedaan produk, stabilitas, bertahan hidup, ekspansi produk atau pabrik, kualitas, harga, pelayanan, dan sebagainya.

2.1.4 *Technology Acceptance Model (TAM)*

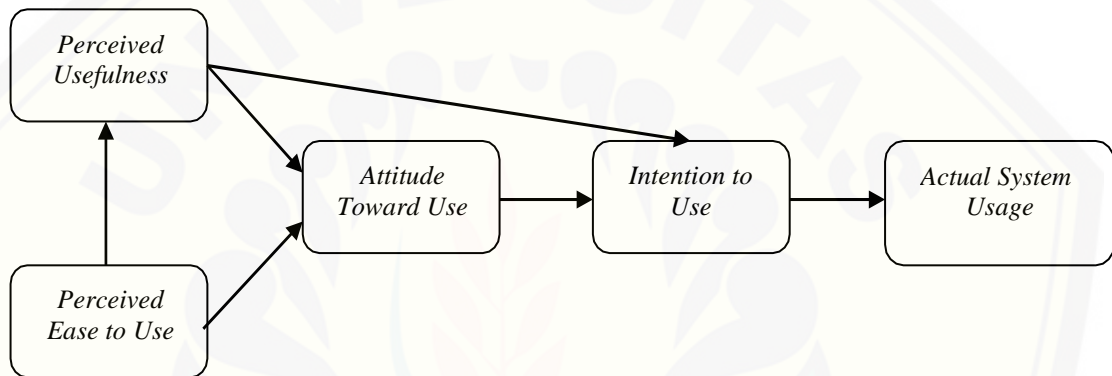
Technology Acceptance Model (TAM), yang diperkenalkan oleh Davis pada tahun 1989 adalah suatu adaptasi dari *Theory of Reasoned Action (TRA)* yang dikhususkan untuk memodelkan penerimaan pemakai (*user acceptance*) terhadap teknologi. Model ini dikembangkan kembali oleh beberapa peneliti seperti Szajna (1994), Igbaria et al. (1995) dan Venkatesh dan Davis (2000) dalam Jogiyanto (2007). Modifikasi model TAM dilakukan oleh Venkatesh dengan menambahkan variable trust dengan judul *Trustenhanced Technology Acceptance Model*, yang meneliti tentang hubungan antar variabel TAM dan *trust*. Modifikasi TAM lain yaitu *Trust and Risk in Technology Acceptance Model (TRITAM)* dilakukan oleh Lui and Jamieson dalam Jogiyanto (2007) menggunakan variabel kepercayaan dan resiko bersama variabel TAM.

Beberapa model penelitian telah dilakukan untuk menganalisis dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya penggunaan teknologi komputer, diantaranya yang tercatat dalam berbagai literatur dan referensi hasil riset di bidang teknologi informasi adalah seperti TRA, *Theory of Planned Behaviour (TPB)*, dan TAM yang dikembangkan oleh Davis et al dalam Jogiyanto (2007) merupakan salah satu model penelitian yang paling banyak digunakan dalam penelitian teknologi informasi, karena model penelitian ini lebih sederhana dan mudah diterapkan. Model penelitian TAM dikembangkan dari berbagai perspektif teori. Pada awalnya teori inovasi difusi yang merupakan teori yang paling mendominasi penerimaan dan berbagai model penerimaanteknologi.

Technology Acceptance Model (TAM) telah terbukti menjadi model teoritis berguna dalam membantu untuk memahami dan menjelaskan perilaku yang digunakan dalam implementasi sistem informasi, (Chen et.al : 2011). Model TAM memiliki tujuan untuk menjelaskan dan memprediksi penerimaan terhadap suatu teknologi. Seseorang akan mengevaluasi dari perspektif manfaat dan perspektif kemudahan pemakaian. Teknologi yang digunakan oleh perusahaan tidak semua dapat diterima oleh masyarakat

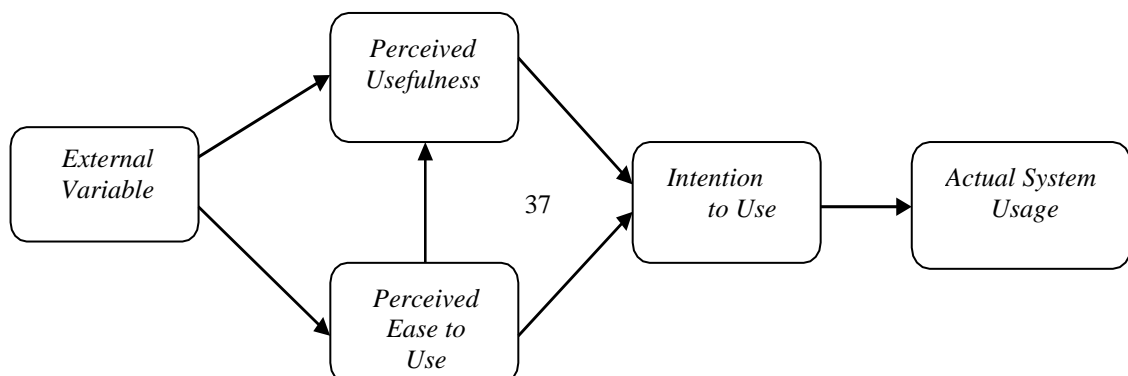
sehingga perlunya melakukan evaluasi dan perbaikan pelayanan dengan memanfaatkan teknologi.

Model TAM dapat menjelaskan bahwa persepsi pengguna akan menentukan sikapnya dalam penerimaan penggunaan teknologi informasi. Model ini secara lebih jelas menggambarkan bahwa penerimaan penggunaan teknologi informasi dipengaruhi oleh *ease to use*, *usefulness*, *attitude toward using*, dan *intention to use*. Keempatnya memiliki determinan yang tinggi dan validitas yang sudah teruji secara empiris Chau (1996) dalam Budiman (2013;5).



Gambar 11 Model Penerimaan Teknologi

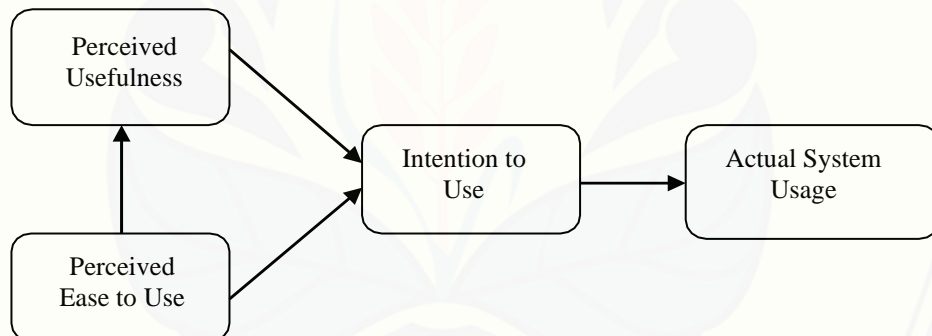
Lebih jauh lagi, dipaparkan dalam Ellitan dan Anatan (2009:33), bahwa terdapat variabel eksternal yang berdampak pada *perceived ease to use* dan *perceived usefulness*. Venkatesh (1999) menyebutkan dalam Ellitan dan Anatan (2009:33) bahwa efek mediasi *attitude toward use* pada Gambar 2.2 tidak sepenuhnya memediasi dampak persepsi kegunaan terhadap penggunaan teknologi. Masyarakat cenderung untuk menunjukkan perilaku walaupun mereka tidak memiliki sikap positif (dampak) terhadap perilaku. Davis dan Venkatesh (1996) dalam Ellitan dan Anatan (2009:33) telah mengadopsi modifikasi konseptual dari TAM dalam penelitian *Information Technology (IT)* terbaru.



Gambar 12 Model Penerimaan Teknologi yang dimodifikasi

Sumber: Davis dan Venkatesh (1996) dalam Ellitan dan Anatan (2009:33)

Technology Acceptance Model (TAM) yang memiliki elemen kuat tentang perilaku (*behavioural*), mengasumsikan bahwa ketika seseorang membentuk suatu bagian untuk bertindak, mereka akan bebas bertindak tanpa batasan. Beberapa penelitian telah mereplikasi studi Davis untuk memberi bukti empiris terhadap hubungan yang ada antara *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease to Use* dan *System Use* (Furneau, 2006a) dalam Nugroho (2008:189).



Gambar 13 Technology Acceptance Model (TAM)

Model ini mengusulkan bahwa ketika pengguna ditawarkan untuk menggunakan suatu sistem yang baru, sejumlah faktor mempengaruhi keputusan mereka tentang bagaimana dan kapan akan menggunakan sistem tersebut, khususnya dalam hal *usefulness* (pengguna yakin bahwa kinerjanya akan meningkat dengan menggunakan sistem ini), *ease to use* (pengguna yakin bahwa penggunaan sistem ini akan membebaskannya dari kesulitan, dalam artian sistem ini mudah digunakan).

1. Perceived Ease to Use

Menurut Davis (1989) persepsi tentang kemudahan penggunaan

didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya. (Budiman dan Arza, 2013).

2. Perceived Usefulness

Persepsi kemanfaatan menurut Davis (1989) didefinisikan sebagai tingkat keyakinan individu bahwa penggunaan teknologi informasi tertentu akan meningkatkan kinerjanya, Budiman dan Arza, (2013).

3. Intention to Use

Menurut Imam (2009) mendefinisikan perilaku penggunaan sebagai kecenderungan untuk tetap menggunakan suatu teknologi, Budiman dan Arza (2013).

Menurut Davis (1989) tingkat penggunaan sebuah teknologi pada seseorang dapat diprediksi dari sikap perhatiannya terhadap teknologi tersebut, misalnya keinginan untuk menambah fitur pendukung, motivasi untuk tetap menggunakan, dan motivasi pengguna lain, Budiman dan Arza (2013).

4. Actual System Usage

Menurut Wibowo (2006:3) *Actual System Usage* adalah kondisi nyata penggunaan sistem, Muntianah *et.al* (2012)

2.2 Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang menjadi referensi dan perbandingan pada penelitian ini.

Mochamad (2013) Analisis kebutuhan pengembangan sistem pembayaran elektronik pada aplikasi Q-Pay didapatkan dari kebutuhan dan kondisi yang terjadi pada Koperasi Mapan Sejahtera. Didapatkan analisa kebutuhan perangkat pada koperasi sangat minim sehingga perlu adanya modifikasi sistem yaitu penggunaan jaringan lokal (intranet) pada koperasi. Penggunaan jaringan lokal, koneksi internet tidak dibutuhkan. Hanya dengan

mengoneksikan perangkat dengan jaringan lokal (wi-fi), sistem ini dapat berjalan dengan baik.

Gunawan (2016) menjelaskan bahwa *QR Code* memberikan kemudahan bagi pengunjung kebun binatang karena akses informasi dan promosi jauh lebih efektif dan fleksibel bagi pengunjung. Karena tidak perlu akses beberapa kali untuk mendapatkan informasi dan promosi.

Lutfi (2016) penerapan model presensi ujian semester berbasis quick response code (*QR Code*) mempermudah dosen dalam proses ujian dan mempermudah dalam kecurangan mahasiswa yang mengikuti ujian.

Quratul (2017) dengan penerapan *QR Code* mempermudah dalam pengumpulan data absensi dan mempermudah operator dengan proses absensi scan *QR Code* ini sehingga tidak terjadinya manipulasi absen lagi

Irawan dan Emmalia (2018) salah satu penggunaan QR-Code adalah sebagai media untuk melakukan promosi bagi toko, karena dengan menggunakan kode ini dan dengan bantuan internet maka akan terbentuk suatu sistem promosi dengan biaya murah tetapi dapat mencakup area yang sangat luas.

Pinho and Soares, 2011 *Examining The Technology Acceptance Model in The Adoption of Social Networks* Teknologi situs jejaring sosial meningkatkan kinerja kehidupan sosial individu Constantinides et al. (2013) *Social Networking Sites as Business Tool: A Study of User Behavior* Mengkonfirmasi penggunaan TAM untuk teknologi jejaring sosial. Chiu and Huang, 2013 *Using Behavior of Social Network Sites Based on Acceptance Model*. Secara keseluruhan PEOU, dan PU, mempengaruhi perilaku penggunaan

Yeh, Gossmann and Tao, 2015 *Acceptance of Online Social Networks as an HR Staffing Tool: Result from a Multi-country Sample*. PU, PEOU, SN efektif menjelaskan niat praktisi HR menggunakan situs jejaring sosial dalam aktivitas kepegawaian. Garding and Bruns, 2015 *Analysis of Customers' Complaint Channel Choice and Complaint Behaviour*. Saluran tradisional dinilai cocok digunakan untuk menyampaikan keluhan. Selain itu, situs

jejaring sosial memiliki potensi sebagai saluran pengaduan baru untuk kelompok tertentu

Penelitian terdahulu yang membahas mengenai metode *Technology Acceptance Model* (TAM) serta penggunaan QRCode, penelitian terdahulu ini meliputi thesis, jurnal nasional dan jurnal internasional.

Tabel 9 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Variabel	Metode	Temuan
1	Mochamad(2013)	QR Code	Kualitatif	Didapatkan analisa kebutuhan perangkat pada koperasi sangat minim sehingga perlu adanya modifikasi sistem yaitu penggunaan jaringan lokal(intranet)
2	Gunawan (2016)	QR Code Promosi, Informasi	Kualitatif	QR Code memberikan kemudahan bagi pengunjung kebun binatang karena akses informasi dan promosi jauh lebih efektif dan fleksibel bagi pengunjung
3	Lutfi (2016)	QR Code	Pembangunan Perangkat Lunak	Penerapan model presensi ujian semester berbasis quick response code (QR Code) mempermudah dosen dalam proses ujian dan mempermudah dalam kecurangan mahasiswa yang mengikuti ujian.
4	Quratul (2017)	QR Code , Smart Presence, Smartphone	Pembangunan Perangkat Lunak	Penerapan QR Code mempermudah dalam pengumpulan data absensi dan mempermudah operator dengan proses absensi scan Qrcode ini sehingga tidak terjadinya manipulasi absen lagi

- 5 Irawan dan Emmalia (2018) *QR-Code, Promosi, Minta pembeli* *Kualitatif*
- 6 Pinho and Soares (2012) *Examining The Technology Acceptance Model in The Adoption of Social Networks Social* *Kualitatif*
- 7 Constantinides et al. (2013) *Networking Sites as Business Tool: A Study of User Behavior Using Behavior of Social Network Sites Based on Acceptance Model.* *Kualitatif*
- 8 Chiu and Huang (2013)
- 9 Yeh, Gossmann and Tao (2015) *Acceptance of Online Social Networks as an HR Staffing Tool: Result from a Multi-country Sample.* *Kualitatif*
- 10 Garding and Bruns, (2015) *Analysis of Customers' Complaint Channel Choice and Complaint Behaviour* *Kualitatif*
- Penggunaan QR-Code adalah sebagai media untuk melakukan promosi bagi toko, karena dengan menggunakan kode ini dan dengan bantuan internet maka akan terbentuk suatu sistem promosi dengan biaya murah tetapi dapat mencakup area yang sangat luas.
- Teknologi situs jejaring sosial meningkatkan kinerja kehidupan sosial individu
- Mengkonfirmasi penggunaan TAM untuk teknologi jejaring social
- Secara keseluruhan PEOU, dan PU, mempengaruhi perilaku penggunaan
- PU,PEOU,SN efektif menjelaskan niat praktisi HR menggunakan situs jejaring sosial dalam aktivitas kepegawaian
- Saluran tradisional dinilai cocok digunakan untuk menyampaikan keluhan. Selain itu, situs jejaring sosial memiliki potensi sebagai saluran pengaduan baru.

Sumber : Mochamad (2013), Lutfi (2006), Gunawan (2016), Quratul (2017), Irawan dan Emmalia (2018), Pinho and Soares (2012) Constantinides et al. (2013) Chiu and Huang (2013) Yeh, Gossmann and Tao (2015), Garding and Bruns, (2015).

2.3 Kerangka Proses Berpikir

Dengan adanya dompet digital dapat memudahkan masyarakat dalam bertransaksi baik secara non tunai ataupun virtual, meskipun sistem pembayaran tidak bersaing secara langsung dengan bank umum, bank umum tetap sebagai lembaga penyedia uang dalam bentuk tunai, sedangkan *Fintech* memiliki inovasi dengan menghadirkan teknologi yang bisa menampung uang tunai dalam jumlah besar hanya dengan sarana digital.

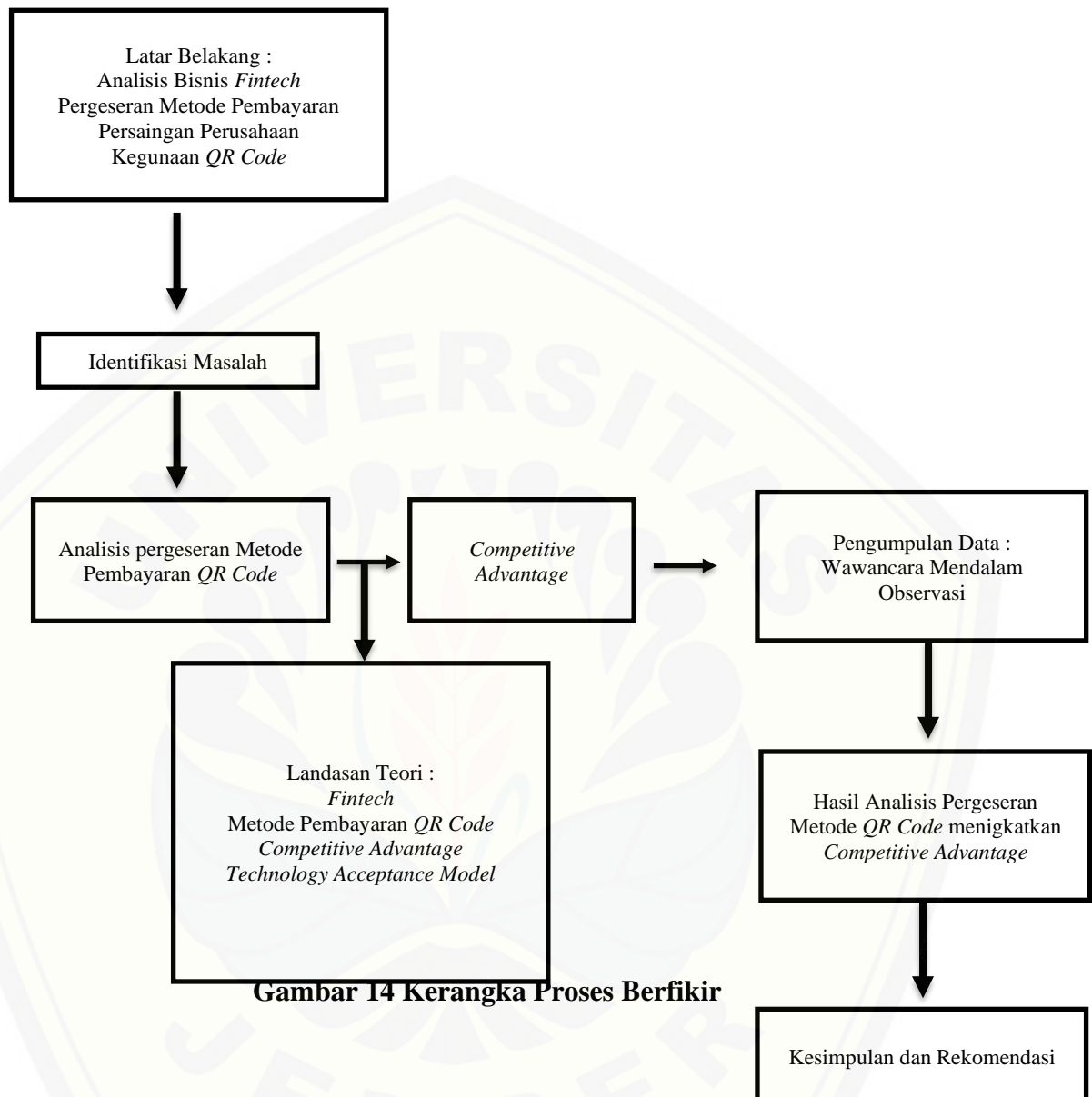
Pada tahun 2019 semenjak diresmikannya penggunaan kode QR oleh Bank Indonesia yang disebut dengan *QR Code Indonesia Standard (QRIS)*. Adanya terobosan baru dan diresmikannya fasilitas pembayaran QRIS ini, para pedagang cukup menyiapkan satu *QR Code* yang bisa digunakan lebih dari satu operator pembayaran dari *Fintech* maupun perbankan dalam bentuk *barcode*. Terobosan ini sangat diperlukan oleh masyarakat dalam bertransaksi di era seperti sekarang, ditambah lagi dengan adanya fenomena virus COVID-19 yang marak beredar di penjuru dunia akhir-akhir ini membuar penggunaan *QR Code* sangat relatif membantu masyarakat dalam meminimalisir penyebaran virus tersebut, sehingga adanya pergeseran metode pembayaran dari tunai ke non tunai tersebut dirasa perlu direalisasikan di berbagai transaksi pembayaran.

Salah satu perusahaan yang menggunakan *QR Code* ini yaitu Bank Jatim di Kabupaten Situbondo, sejak 2019 lalu perusahaan ini telah mengenalkan produk baru tersebut kepada masyarakat. Bukan hanya beberapa perusahaan yang telah menggunakan sistem *QR Code* ini, tetapi mayoritas perusahaan-telah menggunakan sistem pembayaran tersebut. Sehingga perusahaan-perusahaan bersaing secara kompetitif untuk mendapatkan peluang dan keuntungan penggunaan sistem *QR Code* pada bisnis mereka. Model yang digunakan untuk mengukur penerimaan teknologi ini adalah Model Penerimaan Teknologi (TAM) yang dapat mengukur tingkat keberhasilan penerapan teknologi baru dikalangan masyarakat.

Berdasarkan rincian kerangka berfikir tersebut peneliti menggunakan pergeseran metode pembayaran tunai menjadi *QR Code* sebagai variabel

penelitian kaitannya untuk meningkatkan *Competitive Advantage* atau Kemampuan bersaing Perusahaan menggunakan Model analisis TAM untuk mengukur sejauh mana tingkat keberhasilan penggunaan *QR Code* tersebut pada perusahaan.





Gambar 14 Kerangka Proses Berfikir

BAB 3. METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

3.1.1 Pendekatan penelitian

Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang dapat diamati (Moelong, 2010:3). Keterangan berupa tertulis ataupun lisan dalam penelitian ini yaitu *Customer Service* dan nasabah Bank Jatim dalam praktik penggunaan *QR Code* dalam meningkatkan *Competitive Advantage* Bank Jatim di Kabupaten Situbondo.

Penelitian yang menghasilkan data deskriptif maksudnya adalah metode penelitian yang digunakan untuk menggambarkan data atau keadaan subjek dan objek penelitian dapat dianalisis menggunakan pendekatan model TAM untuk melihat tingkat keberhasilannya. Selanjutnya memberikan pemecahan masalah dan dapat memberikan informasi yang mutakhir sehingga bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan serta lebih banyak dapat diterapkan pada berbagai masalah. Menurut Supardi (2005) “Penelitian deskriptif secara garis besar merupakan kegiatan penelitian yang hendak membuat gambaran atau mencoba melihat suatu peristiwa atau gejala secara sistematis, faktual dengan penyusunan yang akurat”.

Pendekatan kualitatif ini digunakan karena beberapa pertimbangan, yaitu lebih bisa dan mudah menyesuaikan apabila berhadapan dengan kenyataan ganda, metode ini menyajikan hakikat hubungan antara peneliti dan responden secara langsung dan metode ini lebih peka sehingga dapat menyesuaikan diri dan banyak penajaman pengaruh bersama terhadap pola-pola nilai yang dihadapi peneliti (Tanzeh, 2006:116). Penelitian ini diarahkan untuk mendapatkan kenyataan atau fakta yang berhubungan

dengan pergeseran penggunaan aplikasi *QR Code* untuk meningkatkan *Competitive Advantage* pada Bank Jatim Kabupaten Situbondo.

Penerapan pendekatan kualitatif dengan pertimbangan kemungkinan data yang diperoleh dilapangan berupa data dalam bentuk fakta yang perlu adanya analisis secara mendalam (Sugiyono, 2005:2). Maka pendekatan kualitatif akan lebih mendorong pada pencapaian data yang bersifat lebih mendalam terutama dengan keterlibatan peneliti sendiri di lapangan. Dalam penelitian kualitatif peneliti menjadi instrumen utama dalam mengumpulkan data yang dapat berhubungan langsung dengan instrumen atau objek penelitian.

3.1.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian pada penelitian ini adalah studi kasus. Penelitian dengan jenis ini merupakan penelitian mengenai manusia (dapat suatu kelompok, organisasi maupun individu), peristiwa, latar belakang secara mendalam. Tujuan dari penelitian ini untuk mendapatkan gambaran yang mendalam tentang suatu kasus yang sedang di teliti. Pengumpulan datanya diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi (Wiratna, 2015:24). Dengan jenis penelitian studi kasus penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran yang mendalam tentang bagaimana pergeseran metode pembayaran berbasis *QR Code* untuk dapat meningkatkan *Competitive Advantage* Bank Jatim dengan menggunakan pendekatan model TAM.

3.1.3 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Situbondo. Adapun lokasi penelitian adalah tempat peneliti untuk mencari informasi terkait sesuatu yang diteliti, lokasi yang dipilih adalah Bank Jatim Cabang Situbondo yang bertempat di Jalan Basuki Rahmat No. 235 Kabupaten Situbondo.

Peneliti mengambil lokasi penelitian tersebut dengan alasan karena berdasarkan observasi peneliti Bank Jatim telah memiliki sistem

pembayaran *QR Code* dan akses lokasi dari tempat peneliti yang sangat strategis. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Mei 2019 sampai dengan bulan Maret 2020.

Sumber data dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi:

1. *Person*, yaitu sumber data yang bisa memberikan data berupa jawaban lisan melalui wawancara atau jawaban. Sumber data dalam penelitian ini adalah Customer Service Bank Jatim, Marketing sebagai koordinator *QR Code*, dan Nasabah Pengguna *QR Code* pada Bank Jatim Kantor Cabang Situbondo.
2. *Place*, yaitu sumber data yang menyajikan tampilan keadaan diam dan bergerak. Sumber data ini dapat memberikan gambaran situasi, kondisi pembelajaran ataupun keadaan lainnya yang berkaitan dengan masalah yang dibahas dalam penelitian. Untuk sumber data *place* yaitu Bank Jatim Kantor Cabang Situbondo yang beralamatkan di Jalan Basuki Rahmat No. 235 Situbondo.
3. *Paper*, yaitu sumber data yang menyajikan data-data berupa huruf, angka, gambar simbol-simbol yang lain. Data yang ini diperoleh melalui sumber ini antara lain : profil, sejarah, visi-misi, struktur organisasi, jenis- jenis produk, pengenalan *QR Code*, dan beberapa sumber data yang dapat dijadikan tambahan dalam penyempurnaan penelitian, informan terdiri dari 6 nasabah Bank Jatim Situbondo selaku pengguna *QR Code*, 1 orang karyawan Bank Jatim Situbondo sebagai penanggung jawab *QR Code*, dan 1 orang karyawan Bank Indonesia selaku petugas yang bertanggung jawab atas pelaporan dan evaluasi *QR Code* ini.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data primer dan data sekunder. Antara lain sebagai berikut :

a) Data Primer

Data primer dalam penelitian ini yaitu hasil dari wawancara peneliti dengan Pihak Bank Indonesia, Pihak Bank Jatim, dan Pengguna *QR Code* Kantor Cabang Situbondo.

b) Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini antara lain buku buku yang berkaitan dengan Metode pembayaran *QR Code*, Artikel penjelasan QRIS oleh Bank Indonesia, dan beberapa dokumen pendukung lain yang dapat melengkapi penelitian.

3.2 Definisi Operasional Variabel

Berdasarkan teori yang telah dibahas pada kajian teori, definisi operasional masing-masing variabel penelitian ini dijabarkan sebagai berikut.

1. *Jatim Code* (Produk QRIS)

Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) adalah standarisasi pembayaran menggunakan metode *QR Code* dari Bank Indonesia agar proses transaksi dengan *QR Code* menjadi lebih mudah, cepat, dan terjaga keamanannya (Wikipedia, 2020). *Jatim Code* merupakan Produk *QR Code* khusus nasabah Bank Jatim pada Kantor Cabang Situbondo.

2. *Competitive Advantage* (CA)

Keunggulan bersaing (*Competitive Advantage*) adalah kemampuan yang diperoleh melalui karakteristik dan sumber daya suatu perusahaan untuk memiliki kinerja yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan lain pada industri atau pasar yang sama

3. Analisis TAM

a. Kerumitan

Kerumitan atau *complexity* merupakan tingkat kesulitan penggunaan *QR Code* Bank Jatim yang dirasakan oleh pengguna baik pihak internal perusahaan maupun nasabah Bank Jatim sebagai penggunanya.

b. Keterbatasan Waktu

Keterbatasan waktu atau *lack of time* merupakan suatu keadaan dimana pengguna *QR Code* Bank Jatim memiliki banyak waktu untuk menggunakan teknologi tersebut di luar pekerjaan pokoknya atau kekurangan waktu untuk menggunakan aplikasi tersebut.

c. Kegunaan

Kegunaan atau *perceived usefulness* adalah suatu perasaan pengguna, yaitu pengguna *QR Code* Bank Jatim, bahwa teknologi *QR*

Code Bank Jatim berguna untuk dapat memberikan kemudahan dalam bertransaksi dan mempercepat proses transaksi.

d. Kemudahan Penggunaan

Kemudahan penggunaan atau *perceived ease of use* adalah suatu perasaan pengguna, yaitu pengguna *QR Code* Bank Jatim, bahwa *QR Code* merupakan suatu teknologi yang mudah digunakan sehingga tidak membutuhkan banyak usaha untuk memahami dan menggunakannya.

e. Penggunaan Teknologi Sesungguhnya

Penggunaan teknologi sesungguhnya atau *actual technology use* adalah suatu perilaku nyata pengguna, yaitu pengguna *QR Code* Bank Jatim, untuk menggunakan *QR Code* Bank Jatim sebagai suatu teknologi yang menunjang transaksi pembayaran baik di lingkup toko maupun di tempat yang lain, serta sebagai sarana untuk memudahkan diri pengguna membawa uang tunai dalam bentuk dompet online sebagai penggantinya.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Dalam suatu penelitian selalu terjadi proses pengumpulan data, dalam proses pengumpulan data tersebut akan menggunakan satu atau beberapa metode. Jenis metode yang dipilih dan digunakan dalam pengumpulan data, tentunya harus sesuai dengan sifat dan karakteristik penelitian yang dilakukan, berikut ini akan uraikan peneliti mengenai beberapa metode yang digunakan dalam pengumpulan data

1) Observasi

Observasi merupakan suatu kegiatan mendapatkan informasi yang diperlukan untuk menyajikan gambaran riil suatu peristiwa atau kejadian untuk menjawab pertanyaan penelitian, untuk membantu mengerti perilaku manusia, dan untuk evaluasi yaitu melakukan pengukuran terhadap aspek tertentu, melakukan umpan balik terhadap pengukuran tersebut. Hasil observasi berupa aktivitas, kejadian, peristiwa, objek, kondisi atau suasana tertentu (Wiratno, 2015)

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan observasi tidak terstruktur. Peneliti tidak menggunakan pedoman observasi, sehingga peneliti mengembangkan pengamatan berdasarkan perkembangan yang terjadi dilapangan mengenai pergeseran Metode *QR Code* untuk meningkatkan *Competitive Advantage* Bank Jatim dengan menggunakan pendekatan model TAM.

2) Wawancara

Wawancara merupakan alat *re-checking* atau pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang diperoleh sebelumnya (Saryono, 2013 :59). Wawancara dilakukan terhadap informan sebagai narasumber data dengan tujuan memperoleh dan menggali sedalam mungkin informasi tentang fokus penelitian dilakukan dengan cara tanya jawab, sambil bertatap muka antara peneliti dengan Customer Service, petugas marketing sebagai penanggung jawab *QR Code*, dan nasabah pengguna *QR Code* menggunakan alat yang dinamakan *interview guide* (panduan wawancara) yakni suatu komunikasi yang memiliki tujuan.

Yang dimaksud dengan wawancara mendalam (*indepth interview*), adalah upaya menemukan pengalaman-pengalaman subjek penelitian dari topik tertentu atau situasi spesifik yang dikaji (Dedi, 2006:120). Oleh karena itu, dalam melaksanakan wawancara untuk mencari data digunakan pertanyaan- pertanyaan yang memerlukan jawaban berupa informasi. Sebelum dimulai wawancara pertanyaan disiapkan terlebih dahulu sesuai dengan tujuan penggalan data yang diperlukan. Tetapi, kemungkinan bisa terjadi penyimpangan dari rencana, karena situasinya berubah serta sikap dan pengetahuan subjek berbeda. Kemungkinan diantara mereka ada yang sangat terbuka, ada yang tertutup dan ada yang memang tidak begitu banyak mengetahui tentang fenomena yang dicari datanya.

3) Studi Dokumentasi

Teknik dokumentasi untuk melengkapi data dari hasil wawancara dan observasi. Dokumen dapat berbentuk surat-surat, gambar/foto, atau catatan- catatan lain yang berhubungan dengan fokus penelitian. Teknik

dokumentasi didapatkan dari dari rekaman dan dokumen (Tanzeh, 2009:184). Data data yang peneliti kumpulkan melalui dokumentasi yaitu mengenai profil, visi dan misi, struktur organisasi, macam-macam produk, dan bagaimana efektifitas penggunaan *QR Code* pada Bank Jatim Kantor Cabang Situbondo.

3.4 Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisir data, memilah-milahnya menjadikan satuan yang dapat dikelola, mencari dan menemukan data, menentukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain (Moelong, 2010:248).

Setelah data dan informasi yang diperlukan terkumpul selanjutnya dianalisis dalam rangka menemukan makna temuan. Analisis data adalah proses menyusun data agar dapat ditafsirkan. Menyusun data berarti menggolongkannya kedalam pola, tema, atau kategori tafsiran atau interpretasi artinya memberikan makna kepada analisis, menjelaskan pola atau kategori, mencari hubungan antara berbagai konsep. Analisis data dalam penelitian kualitatif bergerak secara induktif yaitu data/fakta dikategorikan menuju ketinggian abstraksi yang lebih tinggi melakukan sintesis dan mengembangkan teori bila diperlukan. Setelah data dikumpulkan dari lokasi penelitian melalui wawancara, observasi dan dokumen maka dilakukan pengelompokan dan pengurangan yang tidak penting. Setelah itu dilakukan analisis penguraian dan penarikan kesimpulan. Dalam penelitian kualitatif, analisis data berlangsung sejak awal pengumpulan data sampai dengan selesai.

Analisis data penelitian kualitatif dapat dilakukan melalui tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan, yaitu: reduksi data (data reduction), penyajian data (data displays), Trianggulasi data dan penarikan kesimpulan atau verifikasi (*conclusion drawing/verification*).

a) Reduksi Data

Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasi data sedemikian rupa sehingga diperoleh kesimpulan akhir dan diverifikasi. Laporan-laporan direduksi, dirangkum, dipilih hal-hal pokok, difokuskan mana yang penting, dicari tema atau polanya dan disusun lebih sistematis (Nasution, 2003:129)

Reduksi data berlangsung terus-menerus selama penelitian berlangsung bahkan sebelum data benar-benar terkumpul sudah mengantisipasi akan adanya reduksi, sudah tampak sewaktu memutuskan kerangka konseptual, wilayah penelitian, permasalahan penelitian, dan penentuan metode pengumpulan data. Selama pengumpulan data berlangsung sudah terjadi tahapan reduksi selanjutnya (membuat ringkasan, mengkode, menelusuri tema, membuat gugus-gugus, menulis memo). Proses ini berlanjut sampai pasca pengumpulan data dilapangan bahkan pada akhir pembuatan laporan sehingga tersusun lengkap dan sempurna.

Langkah selanjutnya mengembangkan sistem pengkodean. Semua data yang telah dituangkan dalam catatan lapangan (transkrip) dibuat ringkasan kontak berdasarkan fokus penelitian. Setiap topik liputan dibuat kode yang menggambarkan topik tersebut.

b) Penyajian Data

Penyajian data dimaksudkan untuk menemukan pola-pola yang bermakna serta memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data dalam penelitian ini dimaksudkan untuk menemukan suatu makna dari data-data yang telah diperoleh, kemudian disusun secara sistematis, dari bentuk informasi yang kompleks menjadi sederhana namun selektif (Miles, 1992:21)

c) Triangulasi Data

Sugiyono (2012:241) dalam teknik pengumpulan data, triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan

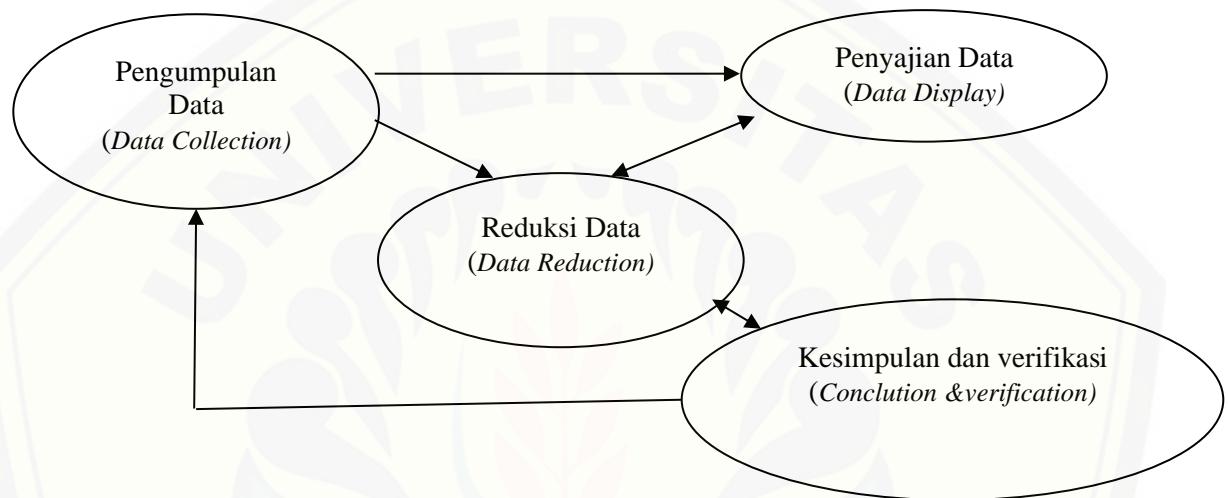
dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Bila peneliti melakukan pengumpulan data dengan triangulasi, maka sebenarnya peneliti mengumpulkan data yang sekaligus menguji kredibilitas data, yaitu mengecek kredibilitas data dengan berbagai teknik pengumpulan data dan berbagai sumber data. Triangulasi teknik, berarti peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama. Peneliti menggunakan observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan dokumentasi untuk sumber data yang sama secara serempak. Triangulasi sumber berarti, untuk mendapatkan data dari sumber yang berbeda-beda dengan teknik yang sama.

Tujuan penelitian kualitatif memang bukan semata-mata mencari kebenaran, tetapi lebih pada pemahaman subjek terhadap dunia sekitarnya. Dalam memahami dunia sekitarnya, mungkin apa yang dikemukakan informan salah, karena tidak sesuai dengan teori, tidak sesuai dengan hukum. Selanjutnya, Mathinson (1988) mengemukakan bahwa “*the value of triangulation lies in providing evidence-whether convergent, inconsistent, or contradictory*”. Nilai dari teknik pengumpulan data triangulasi adalah untuk mengetahui data yang diperoleh *convergent* (meluas), tidak konsisten atau kontradiksi. Oleh karena itu dengan menggunakan teknik triangulasi dalam pengumpulan data, maka data yang diperoleh akan lebih konsisten, tuntas dan pasti. Melalui Triangulasi “*can build on the strengths of each type of data collection while minimizing the weakness in any single approach*” (Patton 1980). Dengan triangulasi akan lebih meningkatkan kekuatan data, bila dibandingkan dengan satu pendekatan.

d) Penarikan Kesimpulan (Verifikasi)

Kegiatan analisis pada tahap ketiga adalah menarik kesimpulan atau verifikasi. Menarik kesimpulan selalu harus mendasarkan diri atas semua data yang diperoleh dalam kegiatan penelitian. Dengan kata lain penarikan kesimpulan harus didasarkan atas data, bukan atas angan-angan atau keinginan peneliti (Jamal, 2011:129)

Kesimpulan atau verifikasi dilakukan secara terus-menerus sepanjang proses penelitian berlangsung, yaitu pada awal peneliti mengadakan penelitian di Bank Jatim Kantor Cabang Situbondo. Dengan bertambahnya data melalui proses verifikasi secara terus menerus, akan diperoleh kesimpulan yang bersifat menyeluruh, dengan demikian peneliti melakukan kesimpulan secara berkesinambungan selama penelitian berlangsung.



Gambar 15 komponen Analisis Data

BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Penelitian

4.1.1 Pelaksanaan Penelitian

Dalam melaksanakan penelitian ini, peneliti terlebih dahulu menentukan daerah penelitian yaitu di Bank Jatim Situbondo, kemudian melakukan koordinasi dengan pihak yang bersangkutan terkait perizinan pelaksanaan penelitian. Selanjutnya peneliti menyusun instrumen penelitian yaitu kuesioner penelitian dan pedoman wawancara. Kuisisioner penelitian yang digunakan berisi beberapa pernyataan tentang penerapan metode pembayaran berbasis *QR Code*. Kuisisioner ini ditujukan kepada nasabah Bank Jatim yang pernah melakukan transaksi pembayaran berbasis *QR Code* yang bertujuan untuk mengetahui sejauh mana metode pembayaran berbasis *QR Code* dapat diterima oleh masyarakat. Untuk pedoman wawancara, peneliti membuat beberapa pertanyaan yang mengarah pada konstruksi pendekatan model TAM. Pada penelitian ini peneliti mewawancarai 3 jenis informan sebagai narasumber yang membantu peneliti untuk menjawab rumusan masalah penelitian yaitu :

- a. Informan Debitur User *QR Code*
- b. Informan Manajemen Perusahaan
- c. Informan Manajemen Bank Indonesia

Pertama, Informan user *CR Code* debitur terdiri atas 6 orang yang telah menggunakan aplikasi *QR Code* dalam transaksi pembayaran. Kedua, Informan Manajemen Perusahaan yang dalam hal ini adalah pimpinan bank Jatim kantor Cabang Situbondo. Ketiga, Informan Manajemen Bank Indonesia sebagai penyedia dan penyelenggara aplikasi *QR Code* dalam Sistem Pembayaran. Masing-masing informan akan diwawancarai untuk mendukung hasil penelitian.

Setelah menyusun instrumen penelitian, langkah selanjutnya adalah pengumpulan data. Pengumpulannya yang diperoleh dari hasil wawancara dengan nasabah Bank Jatim sebagai pengguna *QR Code*, *Customer Service*

selaku pihak yang menangani produk *QR Code*, dan *Marketing* selaku pelaksana lapangan *QR Code* di Bank Jatim. Setelah data terkumpul, peneliti mulai melakukan analisis data sampai diperoleh jawaban dari rumusan masalah penelitian.

4.1.2 Gambaran Bank Jatim

A. Sejarah Bank Jatim

Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur atau yang dikenal dengan sebutan Bank Jatim didirikan pada tanggal 17 Agustus 1961 dengan landasan operasional Surat Keputusan Menteri Keuangan Nomor BUM.9-4-5 tanggal 15 Agustus 1961. Selanjutnya pada tahun 1967 dilakukan penyempurnaan yang menyangkut status Bank Pembangunan Daerah dari bentuk Perseroan Terbatas (PT) menjadi Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) melalui Peraturan Daerah Provinsi Daerah Tingkat I Jawa Timur Nomor 2 Tahun 1976. Seiring dengan berjalannya waktu, Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur ini meningkatkan statusnya dari Bank Umum menjadi Bank Devisa. Perubahan ini berdasarkan Surat keputusan Bank Indonesia Nomor 23/28/KEP/DIR tanggal 2 Agustus 1990.



Gambar 16 Logo Bank Jatim

Pada tahun 1994 dilakukan perubahan struktur permodalan dengan diijinkannya modal saham dari pihak ketiga sebagai salah satu unsur kepemilikan dengan komposisi maksimal 30%. Untuk mempertahankan eksistensinya, maka berdasarkan rapat umum pemegang saham Tahun Buku 1997 dilakukan perubahan bentuk Badan Hukum Bank Pembangunan Daerah menjadi Perseroan Terbatas. Berdasarkan Pasal 2 Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 1 Tahun

1998 tentang bentuk badan hukum Bank Pembangunan Daerah, maka pada tanggal 20 Maret 1999 Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Provinsi Daerah Tingkat 1 Jawa Timur telah mensahkan Peraturan Daerah Nomor 1 Tahun 1999 tentang perubahan bentuk hukum Pembangunan Bank Daerah Jawa Timur dan Perusahaan Daerah menjadi Perseroan Terbatas Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur.

B. Visi, Misi, dan Tujuan Bank Jatim

Visi Bank Jatim adalah “Menjadi bank yang sehat, berkembang secara wajar, memiliki manajemen dan sumber daya manusia yang professional”. Maksud dari visi ini adalah Bank Jatim berupaya mengembangkan perusahaan Bank Jatim secara sehat dengan mematuhi peraturan perundang-undangan yang berlaku serta memiliki tata kelola perusahaan yang baik untuk memperoleh hasil yang optimal. Untuk melaksanakan hal itu, dibutuhkan sumber daya manusia yang memiliki integritas yang baik serta mampu bekerja secara professional.

Sedangkan misi Bank Jatim adalah “mendorong pertumbuhan ekonomi daerah serta ikut mengembangkan usaha mikro, kecil, dan menengah serta memperoleh laba optimal”. Adapun penjelasan dari misi ini adalah Bank Jatim memiliki tujuan utama yaitu untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat dengan memberikan bantuan permodalan bagi usaha-usaha yang produktif baik usaha kecil maupun usaha berskala besar. Selain itu, Bank Jatim juga berupaya untuk memperoleh laba yang optimal untuk meningkatkan kepercayaan *stakeholder* terhadap kinerja Bank Jatim.

C. Struktur Organisasi Bank Jatim

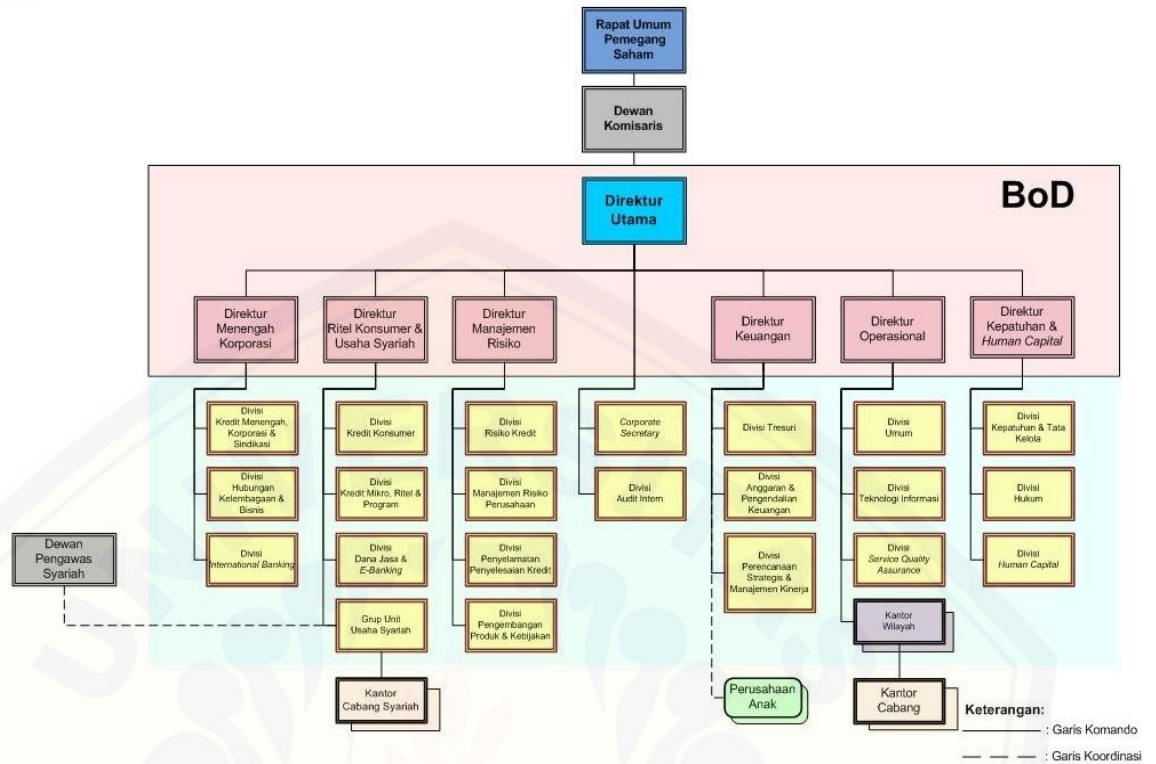
Dalam Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) terdapat Dewan Komisaris yang berhubungan langsung dengan internal perusahaan yaitu Direktur Utama yang membawahi Direktur Bidang, antara lain Direktur Menengah Korporasi, Direktur Ritel Konsumer dan Usaha Syariah, Direktur Manajemen Risiko, Direktur Keuangan, Direktur Operasional, dan Direktur Kepatuhan & *Human Capital*. Dewan

Komisaris Bank Jatim meliputi Bapak Akhmad Sukardi, Bapak Heru Tjahjono, Bapak Budi Setiawan, Bapak Rudi Purwono, Bapak Candra Fajri Ananda, dan Bapak Muhammad Mas'ud. Dewan Komisaris sendiri memiliki tugas dan tanggung jawab untuk melakukan pengawasan sesuai dengan anggaran dasar serta memastikan bank menjalankan usahanya sesuai dengan tujuan yang ditetapkan. Dalam melaksanakan tugas, Dewan Komisaris bertanggung jawab kepada RUPS. Pertanggungjawaban Dewan Komisaris kepada RUPS merupakan perwujudan akuntabilitas pengawasan atas pengelolaan Badan Usaha dalam rangka pelaksanaan prinsip-prinsip tata kelola perusahaan yang baik (*Good Corporate Governance/ GCG*).

Direktur Utama Bank Jatim saat ini dipimpin oleh Bapak Busrul Iman yang membawahi keempat Direktur T.I dan Operasi (Bapak Tonny Prasetyo), Direktur Manajemen Risiko Bisnis (Ibu Rizyana Mirda), Direktur Keuangan (Bapak Ferdian Timur Satyagraha), Direktur Kepatuhan & *Human Capital* (Bapak Hadi Santoso). Berdasarkan Anggaran Dasar Bank Jatim, Direksi merupakan organ perseroan yang berwenang dan bertanggung jawab melaksanakan segala tindakan yang berkaitan dengan pengurusan dan kepemilikan Bank Jatim untuk kepentingan Bank Jatim sesuai dengan maksud dan tujuan Bank Jatim. Direksi juga berwenang mewakili Bank Jatim baik di dalam maupun di luar Pengadilan tentang segala hal dan segala kejadian dengan pembatasan.

1. Direktur Utama mempunyai tugas dan tanggung jawab Mematuhi serta menjalankan seluruh peraturan dan perundang-undangan, Berinisiatif untuk meningkatkan kinerja individu dan keseluruhan aktivitas usaha Bank untuk mendukung pencapaian sasaran usaha Bank, menjalin koordinasi secara efektif terutama dengan unit organisasi terkait yang memiliki hubungan interaksi kerja dan juga seluruh pegawai Bank.

2. Direktur T.I dan Operasi mempunyai tugas yaitu mengontrol beberapa divisi seperti Divisi Dana Jasa dan *E-Banking*, serta Grup Unit Usaha Syariah, Divisi Umum, Divisi Teknologi Informasi, serta Divisi *Service Quality Assurance*
3. Direktur Manajemen Risiko Bisnis mempunyai tugas yaitu mengontrol beberapa divisi seperti Divisi Risiko Kredit, Divisi Manajemen Risiko Perusahaan, Divisi Penyelamatan Penyelesaian Kredit, serta Divisi Pengembangan Produk dan Kebijakan, Divisi Kredit Menengah Korporasi dan Sindikasi, Divisi Kredit Konsumer, Divisi Kredit Mikro, Ritel dan Program Divisi Hubungan Kelembagaan dan Bisnis, serta Divisi *International Banking*.
4. Direktur Keuangan mempunyai tugas yaitu mengontrol beberapa divisi seperti Divisi Tresuri, Divisi Anggaran dan Pengendalian Uang, serta Divisi Perencanaan Strategis dan Manajemen Kinerja
5. Direktur Kepatuhan dan *Human Capital* mempunyai tugas yaitu mengontrol beberapa divisi seperti Divisi Kepatuhan dan Tata Kelola, Divisi Hukum, serta Divisi *Human Capital*



Gambar 17 Struktur Organisasi Bank Jatim

D. Produk Bank Jatim

1. Produk Simpanan (Funding)

- Tabungan Siklus (Tradisi Keluarga Sejahtera) merupakan jenis tabungan yang memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi nasabah dalam melakukan transaksi perbankan dengan mengutamakan kepuasan nasabah.
- Tabungan Simpeda (Simpanan Pembangunan Daerah) yang merupakan jenis tabungan yang dapat memberikan keuntungan lebih bagi nasabah dan setiap nasabah memperoleh keuntungan menikmati undian program hadiah yang diundi 3 kali dalam setahun.
- Tabungan Simpel (Simpanan Pelajar) Bank Jatim mempersembahkan Tabungan khusus bagi Pelajar/ Siswa Sekolah dari tingkat PAUD s.d SMA dengan nama Simpanan

Pelajar (SIMPEL). Dengan kemudahan setoran awal yang murah dan setoran selanjutnya yang ringan, SIMPEL dikemas untuk memberikan edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini. SIMPEL dilengkapi dengan layanan e-delivery channel yang memudahkan siswa untuk melakukan transaksi. SIMPEL merupakan tabungan untuk siswa yang diterbitkan secara nasional oleh bank-bank di Indonesia, dengan persyaratan mudah dan sederhana, dilengkapi dengan fitur yang menarik, guna mendorong budaya menabung sejak dini.

- d. Tabunganku adalah produk tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank - bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

2. Produk Pinjaman (Lending)

- a. Kredit Multiguna adalah kredit yang diberikan untuk memenuhi kebutuhan konsumtif dengan sasaran yang diberikan kepada PNS, CPNS, Pegawai/Calon Pegawai BUMN/BUMD, Anggota TNI/POLRI, Anggota Legislatif, Karyawan Perusahaan Swasta, Pensiunan dan Purnawirawan, P3k, Tenaga Kontrak, Tenaga Honorer dan Perangkat Desa.
- b. Kredit Properti adalah kredit yang diberikan kepada masyarakat dengan tujuan untuk pembelian rumah tapak, rumah susun, rumah toko, dengan sasaran penerima berupa masyarakat berpenghasilan tetap dan kelompok masyarakat berpenghasilan tidak tetap, dengan suku bunga yang lebih kompetitif.
- c. Kredit Rekening Koran merupakan fasilitas pembiayaan untuk membiayai modal kerja yang diberikan kepada nasabah untuk memenuhi modal kerja yang habis dalam siklus dengan jangka waktu maksimal 1 tahun dengan penarikan dapat dilakukan

setiap saat dengan bunga dihitung dari dana pinjaman yang terpakai.

- d. Kredit Sindikasi adalah kredit yang diberikan oleh 2 (dua) atau lebih Bank / lembaga keuangan Non-Bank kepada debitur, dengan syarat atau ketentuan yang sama bagi para peserta sindikasi, diperjanjikan dalam dokumentasi, dan diadministrasikan oleh lembaga yang disebut agen.
- e. Kredit Pembiayaan Piutang adalah kredit yang diberikan kepada pemilik piutang / tagihan yang pengembaliannya jelas dan dapat dipastikan Fasilitas Kredit Pembayaran Piutang diberikan dengan tujuan untuk membantu nasabah / calon nasabah yang membutuhkan modal kerja karena piutang / tagihannya masih belum waktunya untuk ditagihkan / dicairkan.
- f. Cash Collateral Credit (CCC) adalah kredit yang dijamin dengan jaminan tunai berupa Deposito / Giro / Tabungan Bank. Cash Collateral Credit (CCC) dapat diberikan untuk Kredit Produktif, baik Kredit Modal Kerja maupun Kredit Investasi Dalam hal CCC berupa Kredit Produktif, maka Cash Collateral sebagai Jaminan Tambahan (Agunan), sedangkan Jaminan Utamanya adalah kelayakan usaha yang dibiayai dengan kredit dan Kredit Konsumtif, Dalam hal CCC berupa Kredit Konsumtif, maka Cash Collateral sebagai Jaminan utamanya.
- g. Kredit Pemerintah Daerah Kredit kepada Pemda (Pemerintah Daerah) adalah fasilitas kredit yang diberikan kepada Pemda di Wilayah Jawa Timur maupun diluar Wilayah Jawa Timur yang berupa kredit investasi yang dipergunakan untuk membiayai pembangunan sarana dan prasarana yang merupakan asset Daerah dan dapat menghasilkan penerimaan untuk pembayaran kembali pinjaman, serta memberikan manfaat bagi pelayanan masyarakat dan/atau kredit modal kerja yang dipergunakan untuk menutup kekurangan cash flow Daerah dalam anggaran

tahun yang sama dengan plafond tertentu yang dapat dicairkan sesuai dengan kebutuhan pembiayaan daerah.

- h. Kredit BLUD (Badan Layanan Umum Daerah) Pinjaman Kepada Badan Layanan Umum Daerah adalah pinjaman yang diberikan kepada Satuan Kerja Perangkat Daerah atau Unit Kerja pada Satuan Kerja Perangkat Daerah dilingkungan Pemerintah Daerah yang dibentuk untuk memberikan pelayanan kepada masyarakat berupa penyediaan barang dan/atau jasa yang dijual tanpa mengutamakan mencari keuntungan, dan dalam melakukan kegiatannya didasarkan pada prinsip efisiensi dan produktifitas.
- i.

4.1.3 Gambaran Informan

Pada penelitian ini terdapat 6 orang sebagai narasumber yang membantu peneliti untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Keenam informan tersebut antara lain 1 orang Pemimpin Bidang Operasional, 1 orang *Marketing Analis Bank Indonesia*, dan 4 nasabah pengguna *QR Code*.

Tabel 10 Gambaran Informan

No	Nama	Jenis Kelamin	Pekerjaan
1	M. Arief Akbar W.	Laki-Laki	Karyawan Bank Indonesia
2	Neny Galih K	Perempuan	Karyawan Bank Jatim
3	Alex	Laki-Laki	Wiraswasta
4	Samirul	Laki-Laki	Wiraswasta
5	Tias Sugik W	Perempuan	Wiraswasta
6	Andre Mandiri	Laki-Laki	Wiraswasta
7	Rudianto	Laki-Laki	Wiraswasta
8	Gufron	Laki-Laki	Wiraswasta

1. Informan Pertama adalah Bapak M. Arief Akbar W berusia 30 tahun. Bapak M. Arief Akbar W merupakan sarjana lulusan S1 Sarjana Hukum

Universitas Muhammadiyah Jember tahun 2012 yang mulai bergabung dengan Bank Indonesia pada tahun 2015. Beliau bekerja di bagian Humas dan Pelaporan.

2. Informan Kedua adalah Ibu Neny Galih K berusia 43 tahun. Ibu Neny Galih K merupakan sarjana lulusan S1 Ekonomi Universitas Jember tahun 2001 yang mulai bergabung dengan Bank Jatim pada tahun 2003. Beliau merupakan Penyelia Operasional di Bank Jatim Situbondo sejak tahun 2016.
3. Informan ketiga adalah Bapak Alex merupakan nasabah merchant *QR Code* sejak tahun 2020 usaha yang dijalankan oleh Bapak Alex adalah rumah makan yang berlokasi di Jalan Madura Utara Terminal Situbondo, usaha tersebut beliau berjalan sejak tahun 2013 hingga saat ini.
4. Informan Empat adalah Bapak Samirul merupakan nasabah merchant *QR Code* sejak tahun 2020 usaha yang dijalankan oleh Bapak Samirul adalah rumah makan dengan nama Warung Barokah Kutub Utara yang memiliki lebih dari 10 outlet cabang di Situbondo, usaha tersebut beliau berjalan sejak tahun 2000 hingga saat ini.
5. Informan kelima adalah Ibu Tias Sugik W merupakan nasabah merchant *QR Code* sejak tahun 2020 usaha yang dijalankan oleh Ibu Tias Sugik W adalah dibidang Perdagangan ATK & Fotokopi digital, usaha tersebut berjalan sejak tahun 2010 hingga saat ini, lokasi usaha bertempat di lingkungan Jl Merak Desa Patokan, Situbondo.
6. Informan keenam adalah Bapak Andre Mandiri yang merupakan nasabah merchant *QR Code* sejak tahun 2020 usaha yang dijalankan oleh Bapak Andre Mandiri adalah dibidang Jasa Percetakan, usaha tersebut berjalan sejak tahun 2008 hingga saat ini, lokasi usaha bertempat di Jalan Wijaya Kusuma, Situbondo.
7. Informan ketujuh adalah Bapak Rudianto UD Gracia yang merupakan nasabah merchant *QR Code* sejak tahun 2020 usaha yang dijalankan oleh Bapak Rudianto adalah di bidang perdagangan kosmetik, usaha tersebut

berjalan sejak tahun 2006 hingga saat ini, lokasi usaha bertempat di lingkungan kota Dawuhan, Situbondo.

8. Informan keenam adalah Bapak Gufron yang merupakan nasabah merchant *QR Code* sejak tahun 2020 usaha yang dijalankan oleh Bapak Gufron adalah di bidang perdagangan alat-alat olahraga, usaha tersebut berjalan sejak tahun 2010 hingga saat ini, lokasi usaha bertempat di Jalan Basuki Rahmat No. 235 Situbondo.

4.2 Hasil Wawancara Penelitian

Wawancara dilaksanakan dengan menggunakan teknik purposive terhadap 8 orang narasumber yang terdiri dari 6 narasumber nasabah Bank Jatim, 1 orang narasumber penanggung jawab Bank Jatim, dan 1 orang narasumber pihak Bank Indonesia sebagai sumber data yang dapat menjadi sumber informasi terkait penelitian yang dilakukan, Wawancara ini dilakukan secara terstruktur menggunakan pedoman wawancara yang sebelumnya telah peneliti siapkan sebelum proses pengambilan data pada masing-masing narasumber.

Wawancara terbagi menjadi 3 sesi yang dilakukan peneliti dengan tujuan agar proses pengambilan informasi dapat lebih lengkap dan sempurna guna menunjang penelitian. Sesi pertama peneliti mewawancarai user ataupun pengguna aplikasi *QR Code* yang berjumlah 6 orang terdiri atas Bapak Alex (Warung Makan), Bapak Samirul (Warung Makan), Ibu Tias (Toko ATK dan Fotokopi), Bapak Andre Mandiri (Percetakan), Bapak Rudianto (Perdagangan Kosmetik), Bapak Gufron (Perdagangan alat olahraga). Sesi kedua peneliti melanjutkan wawancara kepada penanggung jawab pihak Bank Jatim sebagai penyedia aplikasi *QR Code* dengan nama *QRIS Jatim Code* yaitu kepada Ibu Neny Galik K yang menjadi Karyawan Bank Jatim bagian Penyelia Operasional Bank, kemudian sesi ketiga peneliti mewawancarai Pihak Bank Indonesia sebagai penyedia jasa layanan *QR Code* yaitu Bapak M. Arief Akbar W yang menjadi karyawan Bank Indonesia pada bagian humas dan pelaporan data.

Proses pengambilan data dan informasi berlangsung selama 1 Minggu, terhitung mulai tanggal 11 Januari 2021 hingga 18 Januari 2021 yang terbagi menjadi 3 sesi. Peneliti melakukan wawancara pada tanggal 11 hingga 13 Januari untuk mendapatkan informasi dari user ataupun pengguna aplikasi *QR Code*, kemudian pada tanggal 14 Januari 2021 peneliti melakukan wawancara dengan pihak Bank Jatim dilanjutkan pada tanggal 18 Januari 2021 dengan pihak Bank Indonesia.

Sebanyak 6 narasumber didatangi kelokasi usaha dan dilakukan proses wawancara oleh peneliti untuk diwawancarai dan dimintai informasi terkait dengan adanya proses pergeseran metode pembayaran dari yang semula tunai menjadi berbasis online *QR Code* dengan tujuan turut serta mendukung pemerintah dalam hal upaya gerakan nasional non tunai (GNNT) sedangkan untuk perusahaan sendiri dalam hal ini Bank Jatim Situbondo untuk dapat meningkatkan *Competitive Advantage* dengan bank pesaing. Peneliti membuat inisial untuk narasumber agar dapat memudahkan dalam mendesripsikan dan melakukan proses triangulasi data hasil dari wawancara. Inisialnya yaitu Bapak Alex (AL), Bapak Samirul (SM), Ibu Tias (TI), Bapak Andre (AM), Rudianto (RU), dan Bapak Gufron (GF) Semua data hasil penelitian ini diuraikan berdasarkan fokus pertanyaan penelitian sebagai berikut :

A. Tingkat Kerumitan

Dalam pelaksanaan wawancara pada keenam narasumber penelitian memiliki jawaban yang hampir sama, tingkat kerumitan dalam penggunaan aplikasi *QR Code* dirasakan sama dari keenam narasumber. Menurut keenam narasumber penggunaan aplikasi *QR Code* dalam transaksi pembayaran dirasa mudah untuk pengaplikasiannya, namun terkadang banyak dari masyarakat yang masih mengalami kesulitan dalam prosesnya dikarenakan masih belum terbiasanya dengan metode pembayaran seperti ini . Jawaban yang diberikan oleh masing-masing personal memiliki kesamaan seperti yang diterangkan oleh narasumber yang berinisial AL

“Sampai saat ini kami belum menemukan kesulitan terkait penggunaan aplikasi QR Code, hanya beberapa customer saja yang terkadang memang belum bisa menggunakan metode pembayaran Qr code

ini, namun kami berusaha membantu mengarahkannya sehingga nantinya masyarakat akan mulai terbiasa dalam menggunakannya, efisiensi model pembayaran berbasis Qr code ditengah pandemic ini dapat meminimalisir penyebaran virus covid 19, walaupun dalam hal ini masih banyak juga pelanggan yang masih menggunakan pembayaran secara tunai”

Penggunaan aplikasi pembayaran berbasis *QR Code* ini dirasa masih mudah untuk diterapkan dan sangat membantu dalam proses transaksi sistem pembayarannya juga, hanya saja sebagian masyarakat di daerah Situbondo masih belum memiliki kemampuan sumber daya manusia yang merata dalam menggunakan teknologi terbaru meskipun masyarakat rata-rata telah memiliki handphone sebagai alat yang mendukung proses pembayaran. Secara umum pengguna aplikasi *QR Code* memiliki pandangan yang sama meskipun terdapat beberapa kendala dan kerumitan dalam penggunaan aplikasi ini, sehingga menimbulkan perspektif masyarakat relatif sulit untuk digunakan, user *QR Code* sendiri berpikir bahwa kesulitan tersebut cukup sepadan dengan hasil pekerjaan yang nantinya bisa mereka peroleh apabila menggunakan sistem dan aplikasi tersebut secara berkelanjutan dengan terus melakukan edukasi kepada masyarakat. Salah satu kemudahannya toko tidak perlu lagi menyediakan uang kembalian karena seluruh transaksi akan langsung terbuku di saldo rekening pemilik merchant Qr code di Bank Jatim.

Menurut narasumber SM memberikan pernyataan bahwa penggunaan metode pembayaran ini masih berjalan dan belum menemukan kesulitan walaupun tidak semua konsumen menggunakannya, dan dapat meningkatkan efisiensinya proses pembayarannya, perlu adanya edukasi dari pihak Bank Jatim sebagai penyedia aplikasi *QR Code* sebagai bentuk pemberian informasi kemudahan secara menyeluruh dan berkelanjutan kepada masyarakat, terlebih nasabah dan user pengguna aplikasi *QR Code* khususnya di daerah Situbondo yang memang sangat dibutuhkan pendampingan dan penjelasan atas manfaat dari model pembayaran ini.

“Perlu adanya edukasi kepada masyarakat secara berkelanjutan, agar kesulitan yang mereka alami dapat diatasi oleh kita terutama oleh pihak bank Jatim agar dalam bisa menambah wawasan penggunaan aplikasi ini, dan penggunaannya masih merata antara pembayaran tunai

dan non tunai, sedangkan perbedaannya yang signifikan mudahnya kontrol atas pembayaran yang dilakukan langsung oleh pelanggan”

Berdasarkan analisis tingkat kerumitan yang telah diwawancara kepada beberapa narasumber terdapat kendala yang dialami oleh pengelola dan pengguna *QR Code* diantaranya adalah :

a. Kendala Eksternal

Kendala ini terkait kendala teknis yang berhubungan dengan sarana dan prasarana yang tersedia untuk menunjang aplikasi *QR Code*, yaitu diantaranya adalah kapasitas smartphone, kapasitas jaringan internet yang harus selalu tersedia, spesifikasi smartphone yang memadai, sehingga memerlukan beberapa komponen pendukung yang tujuannya tidak lain untuk penggunaan aplikasi *QR Code*.

b. Kendala Internal

Kendala ini terkait dengan kemampuan pengetahuan sumber daya manusia tentang cara penggunaan aplikasi dan teknologi informasi di kalangan masyarakat khususnya di daerah Situbondo. Selain itu, pengguna hanya dapat menggunakan aplikasi tersebut pada outlet ataupun toko yang memiliki akses dan hubungan langsung dengan penyelenggara aplikasi *QR Code* khususnya *QRIS* yang di selenggarakan oleh Bank Indonesia. Hal ini menyebabkan pengguna yang memiliki keinginan untuk menggunakan *QR Code* di outlet perlu mendaftar langsung ke berbagai jenis penyelenggara seperti Bank pada umumnya.

4.3.2 Keterbatasan Waktu

Instrumen wawancara kedua sebagai fokus penelitian adalah terkait dengan keterbatasan waktu, berdasarkan hasil wawancara pada keenam narasumber sejalan memiliki pandangan dan alasan yang sama yakni keterbatasan waktu dalam penggunaan aplikasi dirasa mudah dan singkat karena tidak memerlukan waktu yang lama dalam

pengaplikasian. Seperti yang dijelaskan oleh narasumber berinisial AL berikut

“Efisiensi waktu dalam penggunaan aplikasi ini yaitu sangat mudah dan cepat karena tidak memerlukan waktu lama, uang yang ada di pengguna atau pelanggan ketika dibelajarkan di toko kami hanya beberapa menit saja uang sudah berpindah ke toko kami, saya rasa itu sangat fleksibel dan mudah”

Berdasarkan alasan dari narasumber tersebut dapat disimpulkan bahwa user dan customer memiliki alasan yang hampir sama terkait dengan fleksibilitas penggunaan aplikasi tersebut. Sistem dianggap mudah untuk digunakan dan dapat dilakukan sesuai dengan yang diinginkan oleh penggunanya, selain itu pengguna akan lebih suka menggunakan sistem yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan dirinya maupun kebutuhan pridadinya sehingga aplikasi *QR Code* ini dituntut untuk memiliki kemampuan tersebut.

4.3.3 Kegunaan

Persepsi kegunaan ataupun kebermanfaatan adalah tingkat kepercayaan individu bahwa penggunaan teknologi ini akan meningkatkan kinerjanya. Berdasarkan hasil wawancara dengan keenam narasumber tingkat kegunaan ini sangat bermanfaat bagi pengguna aplikasi *QR Code* apalagi di era pandemi Covid-19 seperti sekarang. Menurut narasumber berinisial AL dan SM kegunaan aplikasi baru seperti *QR Code* dapat memudahkan baik bagi penyedia dan user serta customer dalam transaksi pembayaran sehingga tidak perlu menggunakan uang kartal cukup dengan dengan sistem pembayaran non tunai berbasis *QR Code*

“Lebih mudah dan lebih efisien dalam transaksi dibandingkan dengan pembayaran tunai, jika di pembayaran tunai kami masih memerlukan uang kartal baik pembayaran, pengembalian, namun semenjak ada QR Code sangat membantu kami untuk pelaporan keuangan dan analisis pembayaran customer di toko kami”

Sedangkan menurut narasumber berinisial AM dan TI menyampaikan bahwa model pembayaran ini masih mudah dipakai dan

sangat efisien, namun tidak menutup kemungkinan masih ada sebagian masyarakat yang masih menggunakan transaksi pembayaran secara tunai.

“Meskipun aplikasi ini hanya tinggal scan saja dan saldo tabungan langsung bertambah dan masuk ke rekening kami, kami masih butuh uang tunai sebagai transaksi pembayaran juga. Selain itu manfaat lainnya kami merasa lebih terbantu dalam pelaporan transaksi keuangan kami dengan adanya model pembayaran berbasis Qr code ini”

4.3.4 Kemudahan Penggunaan

Salah satu tujuan pemanfaatan sistem baru adalah untuk mempermudah pekerjaan. Jika dengan sistem baru justru mempersulit pekerjaan, dapat dikatakan bahwa sistem yang digunakan tidak berguna. Aplikasi *QR Code* dapat dikatakan bermanfaat dan efisien dimana dapat menjadikan pekerjaan yang awalnya sulit menjadi lebih mudah dengan adanya sistem terbaru ini. Berdasarkan hasil wawancara dengan keenam narasumber berinisial AL, SM, TI, AM, RU dan GF menyampaikan hal yang sama, kemudahan dalam penggunaan aplikasi *QR Code* dapat membantu proses pembayaran sekaligus membantu dalam pelaporan transaksi keuangan di rekening merchant.

“Kemudahan yang kami dapatkan cukup banyak, mulai dari penggunaan awal hingga pelaporan transaksi keuangannya, cara menggunakannya juga mudah hanya tinggal scan dengan tinggal memasukkan nominal sesuai harga barang yang dibeli oleh customer, saldo akan otomatis masuk ke rekening kami. Dengan harga yang jelas dan komplit tanpa perlu uang tunai untuk menyediakan kembalian.”

4.3.5 Hasil Wawancara Narasumber

A. Narasumber Inisial AL

Hasil wawancara dengan narasumber AL menunjukkan bahwa narasumber memiliki alasan kemudahan dalam penggunaan aplikasi *QR Code* dalam membantu pekerjaan khususnya dalam hal transaksi pembayarannya.

“Bisa dikatakan dengan adanya aplikasi ini kami di toko merasa terbantu pada proses pembayaran, apalagi dalam situasi dan kondisi covid seperti sekarang disamping itu juga dapat membantu pemerintah dalam rangka mensukseskan program gerakan pembayaran secara non tunai”

Sedangkan dari segi peningkatan produktifitas penjualan dan keefektifan penggunaan *QR Code* masih belum bisa terlaksana dengan maksimal karena adanya efek dari pandemi covid 19 di indonesia dan juga masyarakat situbondo, sehingga masyarakat mengurangi intensitas dan aktifitas kegiatannya. Disisi lain sebagian masyarakat masih memilih menggunakan pembayaran menggunakan aplikasi *QR Code* untuk melindungi diri dari penyebaran virus Covid-19. Hal ini disambut baik oleh sebagian kalangan masyarakat di lingkungan Situbondo yaitu hanya pada kalangan menengah keatas yang masih menggunakan transaksi jenis ini.

“Produktifitas penjualan di masa pandemi seperti ini bukan malah meningkat tetapi malah mengalami penurunan dikarenakan masyarakat masih lebih memilih berbelanja online dengan pembayaran melalui dompet online mereka masing-masing. Namun beberapa masyarakat juga ada yang membeli barang kebutuhannya secara langsung ke toko kami, setidaknya kami terbantu juga”

Kemudian instrumen kegunaan menurut narasumber dalam penggunaan aplikasi *QR Code* ini lebih menguntungkan apalagi era digitalisasi dan juga pandemi covid, karena tidak perlu bersentuhan langsung dengan pelanggan/customer, berbeda dengan penggunaan pembayaran secara tunai sebelumnya. Dengan kelebihan yang dimiliki oleh aplikasi *QR Code* sangat membantu dalam pekerjaan user ataupun pengguna. Seperti halnya dijelaskan oleh narasumber inisial AL berikut

“dengan adanya sistem pembayaran baru ini, pekerjaan kami terbantu juga. Kami tidak perlu mengeluarkan uang untuk menyediakan kembalian pada customer. Harapan kami dengan sistem baru ini dapat meningkatkan penjualan kami di toko setelah era pandemi covid 19 ini”

B. Narasumber Inisial AM

Hasil wawancara dengan narasumber AM sebagai pemilik percetakan, perdagangan ATK & fotocopy di daerah Situbondo menunjukkan bahwa narasumber memiliki beberapa alasan mulai dari kemudahan, efisiensi dan produktifitas dalam penggunaan aplikasi *QR Code* ini.

“Sejauh ini penggunaan aplikasi QR Code atau QRIS ditoko kami berjalan lancar, walaupun pengguna nya masih sedikit, dan menurut saya model pembayaran seperti ini sangat mempermudah, dimana perpindahan saldo ke rekening saya secara langsung, tanpa perlu ke Bank Jatim untuk setor tunai, sudah bisa cek mutasi di mobile banking saya”

Sedangkan dari segi produktifitas penjualan menurut narasumber AM sedikit meningkat walaupun tidak sebesar sebelum adanya pandemi, karena kebutuhan akan bahan percetakan dan Fotokopi sendiri kami sudah menjalin kerja sama dengan beberapa instansi pemerintah untuk pengadaan barang dan pembayarannya melalui scan *Qr code*.

“Menurut saya dengan adanya sistem pembayaran berbasis Qr code ini dan aplikasi mobile banking Bank Jatim ini kita lebih mudah dan cepat dalam melakukan proses pembayaran, efisiensi waktu tidak memerlukan waktu yang lama hanya tinggal scan barcode Qr code dan bayar sesuai nominal otomatis sudah masuk ke rekening kami di Bank Jatim”

Alasan efektifnya penggunaan *QR Code* menurut narasumber AM sudah baik, namun saat ini terkendala dengan adanya pandemi covid-19 yang masih mewabah di Indonesia khususnya masyarakat Situbondo, beberapa dari masyarakat yang sudah memahami dengan sistem pembayaran non tunai dengan menggunakan *Qr code* ini akan langsung menggunakannya di toko tempat mereka berbelanja.

“Kebetulan beberapa pelanggan kami yang bekerja sebagai PNS dan juga sebagian masyarakat umum yang berbelanja Atk dan Fotokopi di tempat kami rata-rata sudah melakukan pembayaran dengan scan QR Code ini, mereka memahami penggunaannya dan kemudahan yang diberikan oleh sistem pembayaran ini, beberapa juga dilakukan oleh kalangan anak muda yang sudah sering menggunakan sistem pembayaran seperti ini”

C. Narasumber Inisial SM

Hasil wawancara dengan narasumber SM sebagai pemilik rumah makan yang telah menjadi user dan pengguna *QR Code* Bank Jatim, narasumber menyebutkan bahwa

“Selama menggunakan pembayaran berbasis QR Code dari Bank Jatim ini masih belum mengalami kesulitan karena masih minimnya penggunaannya, dan sebagian masyarakat belum mengetahui fungsi dan kegunaannya, walaupun sangat membantu seharusnya karena ketika warung ramai pembeli tidak perlu lagi antri untuk melakukan pembayarannya”

Sedangkan dari sisi produktifitas penjualan menurut narasumber SM meningkat tetapi tidak pada penggunaan aplikasi *QR Code* hanya pada pembayaran tunai saja, user atau pengguna berhak memilih sesuai dengan keinginannya. Namun segi efisiensi menurut narasumber lebih mudah menggunakan sistem pembayaran *QR Code*

“Banyak dari customer lebih memilih pembayaran tunai, dan beberapa juga ada yang membayar non tunai dengan menggunakan QR Code tapi hanya sebagian masyarakat saja, banyak masyarakat awam di Situbondo yang belum mengetahui fungsi dari kegunaan QR Code ini, karena belum mengerti dan perlu adanya edukasi dari Bank Jatim.”

Alasan efektifnya penggunaan pembayaran berbasis *QR Code* menurut narasumber SM sudah cukup baik, namun tetap sama masih terkendala dengan adanya pandemi Covid-19 yang masih mewabah di Indonesia khususnya masyarakat di Situbondo, beberapa dari masyarakat yang sudah paham dengan kode *QR Code* dari Bank Jatim tetap masih menggunakan pembayaran model non tunai ini di bandingkan dengan melakukan pembayaran secara tunai.

“Masyarakat yang beli di toko saya banyak dari masyarakat dan pelanggan lama yang belum mengenal QR code ini, dan mungkin mereka merasa ribet dengan aplikasi ini, karena belum memahami betul fungsi dari aplikasi ini, ya beberapa yang dari kalangan menengah keatas dan yang bekerja di kantor masih bisa menggunakan ini selain itu ya pembayaran tetap secara tunai jadi kami melayani tunai dan non tunai”

D. Narasumber Inisial TS

Hasil wawancara dengan narasumber TS sebagai pemilik toko UD Adinda usaha dibidang Fotokopi dan ATK telah menjadi merchant atau pengguna *QR Code* Bank Jatim, narasumber menyebutkan bahwa

“Pembayaran tunai dan QR Code sama-sama memiliki kelebihan dan kekurangan, disisi lain menurut saya sebagai pengguna aplikasi ini sangat terbantu dalam proses pembayarannya lebih cepat dan lebih efisien, namun disisi lain mungkin untuk customer kesulitan karena belum memahami detail fungsi dan tujuan dari penggunaan sistem pembayaran ini”

Sedangkan dari sisi produktifitas pembayaran dengan menggunakan sistem *QR code* menurut narasumber TS meningkat, banyak customer yang membeli barang ATK dengan pembayaran melalui *QR Code* menghindari penyebaran wabah covid yang sedang mewabah di Situbondo. Seperti yang dipaparkan oleh narasumber TS berikut ini

“Masyarakat yang beli barang ATK di toko kami banyak yang bayar memakai QR code tetapi kami tidak mungkin mewajibkan kepada seluruh customer, kami tetap menerima pembayaran secara tunai. Tidak semua orang yang ada di Kabupaten Situbondo memahami betul fungsi dari aplikasi QR code ini”

Sedangkan kekurangan aplikasi ini menurut narasumber dapat ditutupi oleh beberapa kelebihan yang dimiliki oleh aplikasi *QR Code* ini. Beberapa kendala yang ada dimasyarakat seperti susahnya jaringan sinyal internet untuk beberapa jenis kartu tertentu, error pada saat proses transaksi pembayaran dan lain sebagainya, dapat langsung ditutupi oleh kelebihan yang dimiliki oleh aplikasi mobile banking dengan sistem pembayaran *QR Code* dan dengan kemudahan sekali klik transaksi pembayaran bisa langsung masuk rekening.

“Untuk beberapa customer yang akan melakukan pembayaran memang kami bantu untuk mengakses aplikasi mobile banking QR Code dari bank jatim ini, agar nantinya tidak hanya di toko kami yang dipakai tetapi pada pembayaran lain yang ada kode QR Code, selain itu masyarakat juga masih tetap ada yang membayar dengan pembayaran secara tunai”

E. Narasumber pihak Bank Jatim

Berdasarkan Hasil wawancara dengan Penyelia Operasional Bank Jatim Cabang Situbondo, selaku penanggung jawab pelaporan menyatakan bahwa aplikasi *QR Code* di Bank Jatim Situbondo telah lama dijalankan dan digunakan dalam sistem pembayaran berbasis non tunai, sejak diresmikannya aplikasi *QR Code* oleh Bank Indonesia 2 tahun lalu, Bank Jatim dengan cepat merespon dengan mengembangkan aplikasi mobile banking yang didukung dengan metode pembayaran berbasis *QR code*, dibuktikan dengan semakin

banyaknya jumlah merchant *QR Code* yang telah dipakai oleh nasabah dan merchant Bank Jatim di Situbondo.

*“Aplikasi ini sudah lama dijalankan oleh Bank Jatim Pusat Surabaya pada awalnya, hingga saat ini seluruh kantor cabang bank Jatim sudah mensukseskan program pembayaran berbasis *Qrcode* ini, dan bank Jatim juga telah melakukan pengembangan produk pembayaran berbasis *QR Code* (*Jatim Code*) dalam transaksi pembayaran di *mobile banking*, selain menawarkan kemudahan dalam bertransaksi hanya melalui *scanning* aplikasi bank Jatim *mobile* yang berisi nomor rekening merchant (toko, pedagang, dll) yang bekerja sama dengan bank Jatim sehingga pembayarannya akan otomatis terbayarkan oleh system, selain itu juga turut serta mensukseskan himbauan dari pemerintah melalui Bank Indonesia untuk mensukseskan program pembayaran non tunai atau dikenal dengan *GNNT* (*Gerakan nasional non tunai*) yang telah diresmikan sejak tahun 2019. Selain itu dengan digitalisasi produk ini diharapkan Bank Jatim sebagai Bank Daerah dapat mampu bersaing dengan kompetitor di era revolusi digital banking”*

*“Beliau menambahkan ada beberapa tipe transaksi *Qris* dari sisi sumber dana nya dapat dikelompokan menjadi :*

- 1. Issuer Only : *Mobile Banking* Bank Jatim bertransaksi dengan melakukan scan pada *QR Code* (merchant) milik bank lain*
- 2. Acquirer Only : *QR Code* (Merchant) milik Bank Jatim, ditransaksikan *Mobile Aplikasi* milik Bank Lain*
- 3. Issuer- Acquirer (On Us) : *Mobile Banking* Bank Jatim bertransaksi di *QR Code* (merchant) milik Bank Jatim (On-US)*

*Aplikasi pembayaran merchant *QR code* juga dapat dimanfaatkan oleh Pemerintah Daerah untuk pelaksanaan *Non Tunai Retribusi Pasar, Wisata* atau sejenisnya, selain itu interkoneksi pemanfaatan pembayaran merchant untuk memperluas jaringan channel melalui market place dan *Fintech* di situbondo untuk menunjang pembayaran disegala sektor.*

Dikutip dari Artikel Republika (2020), *Jatimcode* merupakan pengembangan fitur pembayaran Bank Jatim *mobile banking* melalui *scan QR Code*. Fitur tersebut memudahkan nasabah dalam bertransaksi sehingga lebih fleksibel. Mekanisme pembayaran melalui *Jatimcode* dilakukan oleh nasabah dengan *scanning QR Code* pada aplikasi Bank Jatim *mobile banking* yang telah terdaftar nomor rekening *merchant* (toko atau pedagang) yang bekerja sama dengan Bank Jatim. Dengan demikian, pembayaran secara otomatis terbayarkan oleh sistem.

Peluncuran *Jatimcode* tersebut dilakukan langsung oleh Direktur Utama Bank Jatim Bapak Busrul Iman yang didampingi oleh jajaran direksi Bank

Jatim lainnya, serta disaksikan langsung oleh Gubernur Jawa Timur Khofifah Indar Parawansa. Bapak Busrul Iman menyampaikan bahwa fasilitas tersebut merupakan alat pembayaran kekinian dengan memanfaatkan *smartphone* melalui *QR Code*.

“Sesuai dengan peresmian oleh direktur utama Bank Jatim diharapkan masyarakat dapat meningkatkan produktivitasnya dalam transaksi pembayaran dan menjadi alternatif pembayaran yang dapat disenangi oleh semua pihak apalagi di era revolusi digital seperti saat ini, jadi pakai aplikasi ini bukan hanya membantu pemerintah dalam hal gerakan nasional non tunai tetapi juga dapat memberikan edukasi kepada masyarakat secara luas bahwasannya pembayaran secara non tunai ini dapat dilaksanakan kapan saja selama 24 jam non stop dan riil time online”

Selain itu Bank Jatim juga menjadi pendukung bagi kalangan UMKM untuk tetap bekerja dan berkarya dalam hal pembiayaan khususnya yang ada di Jawa timur apalagi di Kabupaten Situbondo, dengan memanfaatkan kerjasama dengan Bank Jatim, UMKM dapat berjalan dengan baik dan memiliki kemajuan dibidang usahanya.

“Masyarakat ataupun pemilik UMKM untuk datang saja ke Bank Jatim terdekat mendaftarkan diri sebagai merchant Bank Jatim atau Jatimcode dengan mengisi dan melengkapi formulir pendaftaran merchant di Bank Jatim terdekat yang kemudian diserahkan kepada Customer Service bank Jatim untuk kemudian dibuatkan kode QR Code merchant sehingga pelanggannya dapat segera melakukan transaksi pembayaran dengan cukup memindai kode QR Code di Merchant tersebut dengan menyesuaikan nominalnya”

F. Narasumber Pihak Bank Indonesia

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak M. Arief Akbar W sebagai karyawan bagian humas dan pelaporan Bank Indonesia terkait penelitian “Pergeseran metode pembayaran berbasis *QR Code* untuk meningkatkan *competitive advantage* pada Bank Jatim kantor cabang Situbondo Jawa Timur, menurut Bapak M Arief Akbar W menjelaskan bahwa

“ Sejak diresmikannya aplikasi QRIS oleh Bank Indonesia 2 Tahun lalu, segala metode pembayaran yang awalnya hanya dengan tunai dan non tunai berbasis kartu debit dan kredit, masyarakat saat ini memiliki alternatif peluang menggunakan aplikasi QRIS yang lebih mudah dan efisien tanpa batasan waktu dan keadaan”

Menurut beliau sejak diresmikannya QRIS masyarakat lebih fleksibel dalam melakukan skema transaksi pembayaran hanya dengan scan code QR secara otomatis dapat bertransaksi layaknya transaksi normal pada umumnya. Kemudian Bapak M Arief Akbar W juga menambahkan bahwa dengan adanya perluasan penggunaan aplikasi *QR Code* ini juga selain menjadi salah satu program pemerintah dalam mensukseskan pembayaran berbasis virtual dan *QR Code*, Pihak bank Indonesia sebagai penyedia layanan ini juga telah memperkenalkan kepada seluruh masyarakat melalui sosialisasi secara komprehensif dan lembaga perbankan lain agar dapat menerapkan sistem pembayaran menggunakan aplikasi berbasis *QR Code*.

“ Untuk beberapa bank bahkan semua sudah banyak yang menggunakan aplikasi QR Code ini salah satu contohnya adalah Bank Jatim yang menamai aplikasi ini dengan Jatim Code, saat ini salah satu terobosan kami sebagai pihak Bank Indonesia dengan bekerjasama dengan berbagai pihak dan instansi Bank Indonesia berusaha mengenalkan terobosan baru agar dapat tercipta pembayaran basis QR Code seperti yang dicita-citakan Pemerintah apalagi di era pandemic covid seperti sekarang ini ”

Selain dengan mengenalkan aplikasi berbasis *QR Code* ini yang diklaim oleh Bank Indonesia dapat memberikan kemudahan bagi para penggunanya baik kemudahan dalam bertransaksi maupun dalam proses kirim dan terima nominal antar pengguna, bank Indonesia juga memberikan kesempatan bagi lembaga jasa perbankan untuk lebih memaksimalkan lagi penggunaan aplikasi metode pembayaran berbasis *QR Code* ini.

Sedangkan terkait dengan beberapa kendala yang dimiliki oleh aplikasi ini, menurut Bapak M Arief Akbar ini merupakan suatu hal yang wajar karena semua teknologi yang ada di dunia sekalipun ini sudah pasti memiliki kelebihan dan kekurangan.

“ Wajar saja jika ada teknologi baru sudah pasti memiliki kendala baik yang ada di internal aplikasi itu sendiri maupun dari eksternal aplikasi itu, semua teknologi tidak ada yang sempurna namun semua pasti akan dievaluasi ”

Terkait dengan hubungan aplikasi *QR Code* dapat meningkatkan daya saing perusahaan menurut Bapak M Arief Akbar jelas dapat memberikan kelebihan-kelebihan yang dimiliki perusahaan dengan penerapan teknologi

baru, karena QRIS yang ada di Bank Indonesia mengusung tema semangat UNGGUL, yakni (Universal, Gampang, Untung, dan Langsung) dari adanya QRIS ini. Harapannya QRIS ini lebih memudahkan, transaksi pembayaran yang lebih efisien atau murah, inklusi keuangan di Indonesia lebih cepat, UMKM bisa lebih maju, dan pada akhirnya bisa dorong pertumbuhan ekonomi. Menurut Bapak M Arief Akbar QRIS itu ditinjau dari singkatan UNGGUL adalah:

1. **Universal**, yakni QRIS bersifat inklusif, digunakan untuk seluruh lapisan masyarakat dan bisa digunakan buat transaksi pembayaran di domestik dan luar negeri.
2. **Gampang**, yakni masyarakat bisa bertransaksi dengan mudah dan aman dalam satu genggam ponsel.
3. **Untung**, yakni transaksi dengan QRIS menguntungkan pembeli dan penjual karena transaksi berlangsung efisien melalui satu kode QR yang bisa digunakan untuk semua aplikasi pembayaran pada ponsel.
4. **Langsung**, yakni transaksi dengan QRIS langsung terjadi, karena prosesnya cepat dan seketika sehingga mendukung kelancaran sistem pembayaran.

“ Jadi dengan tema QRIS yang ada di Bank Indonesia, pihak - pihak yang telah bekerjasama dan melaksanakan pembayaran berbasis QR Code bisa meningkatkan Competitive Advantage nya dengan pihak lain, masyarakat itu menilai mana perusahaan yang mengikuti perkembangan zaman dan mana perusahaan yang tidak mengikuti perkembangan, secara otomatis masyarakat dapat memilih dengan bijak sesuai dengan seleranya masing-masing”

Berdasarkan penjelasan dari Bapak M Arief Akbar bahwa perusahaan yang memiliki program pembayaran dengan *QR Code* dapat lebih unggul daripada perusahaan yang hanya menerapkan pembayaran tunai saja, dikarenakan generasi milenial saat ini telah mampu menerapkan sistem pembayaran yang lebih mudah, cepat, efisien dan menguntungkan. Sejak adanya pandemi covid 19 ini pihak bank Indonesia telah mewajibkan kepada seluruh masyarakat untuk menggunakan aplikasi berbasis *QR Code* dalam bertransaksi disamping mewujudkan program pemerintah GNNT (Gerakan Nasional Non Tunai) juga model pembayaran dengan sistem ini juga dapat

meminimalisir dan memutus rantai penyebaran virus covid 19 karena masyarakat dapat menggunakan media handphone masing-masing dalam melakukan transaksi pembayaran maupun pembelian.

4.3 Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil pemaparan data hasil wawancara dengan narasumber, dapat dilakukan analisis dan di telaah secara mendalam untuk menjawab rumusan masalah yang peneliti ingin ketahui. Data hasil wawancara peneliti jadikan acuan dan tolak ukur pemecahan masalah yang berkaitan dengan penelitian. Penjelasan dan penjabaran dari rumusan masalah tersebut adalah sebagai berikut :

A. Hubungan aplikasi *QR Code* dalam meningkatkan *Competitive Advantage*

Keunggulan merupakan strategi benefit dari perusahaan yang melakukan kerjasama untuk menciptakan keunggulan bersaing yang lebih efektif dalam pasarnya. Strategi ini harus didesain untuk mewujudkan keunggulan bersaing yang terus menerus. Menurut John R. Schermerhorn (2011:209). “*Competitive Advantage is the ability to do something so well that one out performs competitors.*”

Dari definisi di atas, dapat dijelaskan bahwa *Competitive Advantage* adalah kemampuan untuk melakukan sesuatu dengan baik sehingga lebih unggul satu melebihi pesaing. Sedangkan menurut Amirullah (2015:94). “Keunggulan kompetitif diperoleh jika perusahaan melaksanakan strategi penciptaan nilai secara tidak serentak dengan strategi yang diimplementasikan oleh pesaing yang sekarang ada atau pesaing potensial”

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa dengan adanya *QR Code* di Bank Jatim yang dikenal dengan *Jatim Code* dapat meningkatkan daya saing dengan kompetitor lain, Toko yang memiliki merchant Bank *Jatim Code* berbeda dengan toko tidak memiliki *Jatim Code* atau *QR Code*, perbedaannya terletak pada kesiapan toko dalam berinovasi dalam sistem pembayaran.

Competitive Advantage adalah suatu kemampuan berinovasi dalam menghasilkan produk sehingga lebih unggul melebihi pesaing. Perusahaan harus memiliki kemampuan untuk membedakan produk yang dihasilkan dalam persaingan untuk mendapatkan keunggulan bersaing (*Competitive Advantage*). Produk yang dihasilkan harus memiliki karakteristik kunci dalam merebut konsumen sehingga menjadi produk yang spesial. Jadi dengan adanya inovasi seperti *Jatim Code* dapat meningkatkan daya saing diantara bank lain sebagai kompetitor didalam sistem pembayaran.

Jadi hubungan antara *QR Code* dengan *Competitive Advantage* merupakan hubungan timbal balik, dengan memanfaatkan kelebihan yang ada di *QR Code* dan dikembangkan sesuai prosedural, Perusahaan akan lebih maju sesuai dengan jumlah merchant yang tersebar di masyarakat dalam menggunakan aplikasi *QR Code* ini, apalagi di era pandemi covid-19 ini semakin menuntut masyarakat untuk terus menggunakan aplikasi non tunai sehingga dapat memutus tali rantai penyebaran Covid di masyarakat. Sehingga dapat disimpulkan hubungan antara *QR Code* dengan Daya saing atau *Competitive Advantage* sangat erat demi kelancaran dan kemajuan perusahaan khususnya penyedia sistem pembayaran.

B. Strategi Bank Jatim dalam meningkatkan *Competitive Advantage* dengan metode *QR Code*

Menurut Danang Sunyoto (2015:8), untuk memenangkan suatu persaingan diperlukan langkah strategis sebagai berikut.

1. Selalu berada di depan para pesaing baik dalam promosi, pembentukan citra maupun pemberian informasi.
2. Lebih unggul dari apa yang dimiliki pesaing, seperti: kualitas, kesesuaian produk, daya tahan, harga, sistem pembayaran, pelayanan, pemeliharaan, penawaran produk purna jual, *delivery order*, discount harga, garansi produk dan kemasan
3. Kerjasama pelayanan dengan produk atau usaha yang sama dengan perusahaan lain, seperti membeli tiket pesawat, tidak pernah terlambat

atau tepat waktu, dan refund jika terjadi pembatalan pembelian mendadak.

4. Mempunyai keunggulan baru, seperti unggul dalam ukuran produk, rasa, distribusi produk, posisi pasar, dan teknologi yang digunakan, dan lain sebagainya.
5. Memiliki keunggulan mutlak, yaitu suatu keunggulan yang harus diciptakan dimana pihak pesaing akan kalah bersaing dengan adanya keunggulan tersebut, misalnya bidang sumber daya manusia, kepemimpinan, organisasi, strategi bisnis, teknologi, kualitas, inovasi, promosi, modal, sistem jaringan, komunikasi, dan lain-lain.
6. Memiliki strategi dan kebijakan strategis yang tepat, misalnya strategi biaya rendah, pembedaan produk, stabilitas, bertahan hidup, ekspansi produk atau pabrik, kualitas, harga, pelayanan, dan sebagainya.

Berdasarkan beberapa strategi untuk memenangkan *Competitive Advantage* perusahaan perlu melakukan beberapa inovasi seperti halnya dengan memanfaatkan aplikasi *QR Code* dapat meningkatkan daya saing diantara kompetitor lain.

Beberapa strategi seperti yang disebutkan diatas dapat dilaksanakan oleh Perusahaan Bank Jatim agar dapat terus maju menjadi yang paling unggul dalam penyelenggaraan aplikasi *QR Code* dan beberapa produk unggulan lain didalam perusahaan.

C. Implementasi aplikasi *QR Code* untuk meningkatkan *Competitive Advantage*

Sistem pembayaran dengan *QR Code* lebih baik dari pada sistem pembayaran tunai. Ini berarti, hasil wawancara dengan narasumber menunjukkan bahwa dinilai dari tingkat kemudahan dalam penggunaan aplikasi *QR Code*, Jumlah Transaksi yang menggunakan *QR Code*, Jumlah Merchant yang tergabung dalam *QR Code* dan Produktifitas dalam penggunaan *QR Code* lebih baik dari pembayaran tunai bagi sebagian masyarakat menengah keatas di Kabupaten Situbondo.

Ini juga dapat dilihat pada hasil analisa data, berdasarkan data hasil analisis wawancara narasumber, perusahaan dan pihak penyelenggara menunjukkan hasil positif dengan adanya *QR Code* dapat memudahkan pengguna dalam bertransaksi secara non tunai tanpa harus membawa uang tunai kemanapun, selain itu dengan *QR Code* Perusahaan dapat meningkatkan daya saingnya dalam berkompetisi menjadi perusahaan unggulan dan banyak diminati oleh masyarakat khususnya masyarakat millennial akhir-akhir ini.

Merchant *QR Code* yang bekerja sama dengan Bank Jatim juga dapat meningkatkan kualitas pembayaran non tunai dengan tujuan berkompetisi agar menjadi merchant atau toko yang juga diminati oleh sebagian besar masyarakat. Sehingga diharapkan dengan adanya *QR Code* ini menumbuhkan kesan baik di masyarakat untuk menjadi alternatif pembayaran yang efisien, mudah dan terpercaya dalam melakukan transaksi pembayaran.

Menurut Porter dalam Ismail Solihin (2012:196) keunggulan bersaing perusahaan bersumber dari tiga hal, yaitu sebagai berikut:

1. *Cost Leadership* (Kepemimpinan biaya) Dalam Strategi ini perusahaan berusaha untuk mencapai biaya paling rendah dibandingkan perusahaan lain dalam satu industri. Keunggulan biaya perusahaan dapat berasal dari berbagai sumber seperti keunggulan skala ekonomi (*economies of scale*), penerapan teknologi produksi yang tepat, memiliki akses terhadap bahan baku yang lebih menguntungkan di banding pesaing, dan lain sebagainya. Perusahaan akan memperoleh manfaat yang sangat besar dengan adanya keunggulan biaya. Pertama, biaya yang rendah dapat menjadi hambatan masuk (*entry barrier*) bagi pesaing potensial yang ingin memasuki industri yang sama.
2. *Differentiation* (Diferensiasi). Dalam strategi ini, perusahaan berusaha untuk memiliki keunikan pada dimensi tertentu dari produk yang dihasilkan, dimana keunikan tersebut dianggap bernilai bagi

konsumen. Perusahaan akan memilih beberapa atribut yang dianggap oleh pembeli sebagai atribut yang penting dan perusahaan berupaya untuk menempatkan posisinya secara unik agar dapat memenuhi kebutuhan para pembeli tersebut.

3. *Focus* (fokus) Dalam strategi ini, perusahaan akan memilih satu atau beberapa kelompok segmen dalam suatu industri kemudian mereka akan mengembangkan strategi yang sesuai untuk segmen tersebut yang tidak bisa

Beberapa strategi dan komponen pencapaian tersebut masih jauh dari kata sempurna, namun dengan memanfaatkan beberapa komponen salah satunya *QR Code* ini dapat meningkatkan daya saing perusahaan meskipun akhir-akhir ini masih terkendala pandemi covid-19 sehingga beberapa merchant dan perusahaan memiliki kendala yang cukup serius, namun tidak menutup kemungkinan dengan loyalitas yang diberikan perusahaan ataupun merchant kepada customer masyarakat dapat tetap menjadi tolak ukur dan pembanding bagi kompetitor lain khususnya di bank Jatim Kantor Cabang Situbondo ini sebagai bentuk usaha untuk meningkatkan *Competitive Advantage* di perusahaan.

BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Setelah melalui beberapa tahap analisa, pemaparan data dan kesimpulan maka didapat kesimpulan sebagai berikut :

1. Dengan bergesernya metode pembayaran yang semula menggunakan pembayaran tunai ke pembayaran non tunai dengan Aplikasi QR code ini ternyata dapat meningkatkan Competitive Advantage dari perusahaan yang menerapkan metode pembayaran ini. Hal ini dikarenakan metode ini memberikan banyak kelebihan yang memudahkan pengguna dalam menikmati aplikasi baru ini saat melakukan transaksi pembayaran sehingga masyarakat akan lebih memilih produk baru yang memberikan banyak kelebihan bagi pengguna dibandingkan dengan perusahaan lain yang tidak menyediakan layanan jasa pembayaran berbasis *QR Code*.
2. Masih rendahnya pengguna sistem pembayaran non tunai berbasis *QR code* ini dikarenakan masyarakat belum sepenuhnya dapat menggunakan aplikasi *QR Code* dikarenakan belum tersebarnya informasi dan sosialisasi untuk cara penggunaanya serta manfaatnya dengan menggunakan sistem pembayaran ini, Untuk itu, Bank Jatim Cabang Situbondo telah melakukan beberapa strategi untuk mengenalkan *QR Code* kepada masyarakat/nasabah dan merchant dengan melakukan evaluasi atas adanya transaksi pembayaran sehingga dapat diketahui seberapa efektif sistem model pembayaran ini, dan juga melakukan pemasaran secara online dengan mengenalkan *QR Code* melalui media sosial (Instagram, Facebook, Line, Twitter) dan website resmi milik Bank Jatim serta melakukan pengenalan produk secara langsung kepada masyarakat dengan pemasangan baliho serta banner di beberapa lokasi dan dinas-dinas terkait sehingga dapat mudah untuk tersampaikan kepada masyarakat.
3. Berdasar analisis model TAM yang digunakan oleh peneliti dapat ditarik kesimpulan bahwa aplikasi QR code yang tergolong baru dimasyarakat khususnya daerah Situbondo direspon positif oleh sebagian masyarakat

dibuktikan dari hasil wawancara yang tergolong mendukung dan menerima baik aplikasi baru ini, juga dapat dikatakan bahwa dengan adanya salah satu analisis dengan model TAM ini sangat membantu bagi peneliti yang ingin mendapatkan informasi terkait daya tarik dan tingkat penerimaan suatu aplikasi di lingkungan masyarakat.

4. Masyarakat di kabupaten Situbondo masih belum sepenuhnya dapat menggunakan aplikasi QR Code dikarenakan belum tersebarnya informasi diseluruh kalangan masyarakat terutama masyarakat menengah kebawah maupun menengah keatas secara keseluruhan, selain itu masyarakat belum *familiar* dengan model pembayaran berbasis QR Code ini, masyarakat lebih memilih menggunakan metode lama sehingga merasa sulit untuk menggunakan aplikasi *QR Code*. Selain itu kendala lain seperti ketidakstabilan jaringan internet, kendala alat komunikasi yang belum memadai, SDM yang tergolong rendah di beberapa daerah dan lain sebagainya juga menjadi suatu kendala diterapannya model pembayaran berbasis *QR Code* sehingga diperlukan evaluasi secara berkelanjutan baik oleh bank jatim sebagai pelaksana sistem pembayaran dan pihak dari Pemerintah dalam hal ini Bank Indonesia selaku penyelenggara sistem pembayaran non tunai sehingga nantinya model pembayaran seperti ini akan dapat diterima dan digunakan oleh semua masyarakat.

5.2 Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah peneliti lakukan, beberapa saran yang perlu diperhatikan, yaitu :

1. Untuk penyelenggara aplikasi *QR Code* baik dari pihak Bank Indonesia sebagai pendiri model pembayaran berbasis *QR Code* maupun pihak perbankan khususnya Bank Jatim untuk dapat melakukan sosialisasi terkait manfaat penggunaan sistem pembayaran berbasis *QR Code* kepada seluruh masyarakat secara berkelanjutan, sehingga nantinya model pembayaran dengan sistem ini akan menjadi hal yang biasa dilakukan oleh masyarakat sehingga dapat mensukseskan program pemerintah GNNT (Gerakan

Nasional Non Tunai) dan juga untuk mewujudkan masyarakat digital banking dimasa mendatang.

2. Pihak bank Jatim agar dapat bekerjasama dengan Bank indonesia untuk lebih menyempurnakan model pembayaran melalui aplikasi *QR Code* ini, agar tidak hanya kemudahan dan kelebihan lain yang dapat ditawarkan tetapi pengguna dapat merasakan kepuasan tersendiri dalam menggunakan sistem pembayaran berbasis *Qr Code* ini.
3. Bagi Peneliti selanjutnya diharapkan jika akan menganalisis menggunakan model TAM untuk lebih detail lagi dalam melihat penggunaan aplikasi yang basisnya masih baru, perkembangan teknologi sangatlah cepat sehingga apabila dimaksimalkan dapat menghasilkan sebuah model penelitian yang sangat variatif dan lebih baik sehingga dapat memberikan kontribusi yang baru bagi ilmu pengetahuan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya Hadi Pratama. 2016. Stock E commerce misterius. <http://www.Id.technisia.com>> (diakses 12 Oktober 2020)
- Aini, Qurotul., Graha, Yuliana Isma, & Zuliana, Siti Ria. (2017). Penerapan Absensi QRCode Mahasiswa Bimbingan Belajar pada Website berbasis YII Framework Application Student Attendance QRCode in Guidance Learn to Website Based on Yii Framework. Qurotul Aini, Yuliana Isma Graha, Siti Ria Zuliana Vol. 7, No. 2, Juli 2017,7(2), 207–218. <https://media.neliti.com/media/publications/226282-penerapan-absensiqr-code-mahasiswa-bimbi-0c6dbbb4.pdf> (diakses pada 15 Maret 2020)
- Amirullah. 2015. Pengantar manajemen. Jakarta : Mitra Wacana Media
- Anatan, Lina & Lena Ellitan, Lena. 2009. Manajemen Sumberdaya Manusia dalam bisnis modern. Bandung : Alfabeta
- Anggraeni, D. M & Saryono. 2013. Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif dalam bidang kesehatan. Yogyakarta : Nuha Medika
- Anshori, M.H., Samopa, F, dan Suryotrisongko, H. 2013. Pengembangan sistem pembayaran elektronik menggunakan kode qr berbasis android. Seminar Nasional Sistem Informasi Indonesia. Pp.2–4.
- Ariadi. (2011) Analisis dan perancangan kode matriks dua dimensi Quick Response Code. Skripsi. Universitas Sumatera Utara. (diakses 12 November 2020)
- Asmani, Jamal. 2011. Penelitian Pendidikan. Yogyakarta : Diva Press
- Bank Indonesia, 2019. “Peresmian QRIS untuk metode pembayaran”. Diakses 21 Oktober 2020
- Badan Pusat Statistik, 2018. “Pendapatan Fintech hingga 2025” diakses 21 Oktober 2020
- Budiman, fuad& Fefri Indra Arza (2013). Pendekatan Model TAM dalam kesuksesan Implementasi sistem Informasi Manajemen Daerah. *Wahanan Riset Akuntansi I (1) : 87-110*
- Budiman A. 2013. Kapita Selektu Kuisisioner Pengetahuan dan Sikap dalam penelitian kesehatan. Jakarta : Salemba medika
- Danang Sunyoto. 2015. Manajemen dan Pengembangan Sumber Daya Manusia. Yogyakarta : Center for academic Publishing Services.

- Dorfleitner, Hornuf, Schmit & Webwe. (2016). Industri Fintech Peer to Peer landing.<http://www.springer.com>978-3-319-54665-0 (Diakses 12 November 2020)
- Furneaux, B. (2006) *Theories Used in IS Research TAM*. <http://www.istheory.yorku.ca>> (diakses 8 November 2020)
- Hsueh (2017). *Tipe Finacial Technology*. <http://www.coursehero.com>. (diakses 2 November 2020)
- Jhon R, Schermerhorn. 2011. *Manajemen Edisi Kelima*. Andi : Yogyakarta
- Jogiyanto. 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Edisis revisi. Yogyakarta : Andi Offset
- Kartajaya, Hermawan. 2019. *Brand Operation*. Jakarta : Esensi Erlangga Grup
- Kotler, P., Kartajaya, H.,Setiawan, I. 2019. *Brand Operation*. Jakarta : Erlangga
- Miles B Mathew dan M<ichael huberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif Buku*. Jakarta : Universitas Indonesia
- Muharom, Lutfi Ali. 2016. *Jurnal Sistem & Teknologi Informasi Indonesia*. Penerapan Model Presensi Ujian Semester Berbasis Quick Response Code (*QR Code*) di Universtas Muhamadiyah jember. 1(2):114.
- Mulyana, Dedi. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT. Remaja ROSDAKARYA
- Moelong, L. J. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Moelong, L. J. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Rosdakarya.
- Nasution. 2003. *Metode Penelitian Naturalistik kualitatif*. Bandung : tarsito
- Nugroho, Mahendra Adhi (2009). Model penerimaan E commerce. *Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia Vol VII no. 2*
- Otoritas Jasa Keuangan. 2016. Peraturan Nomor 77/PJOK.01/2016 tentang layanan Pinjam meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi (LPMUBTI)
- Otoritas Jasa Keuangan. Penyelenggara Fintech terdaftar OJK per Juni 2018 <http://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/pages/penyelenggara-fintech-terdaftar-OJK>. (diakses 12 November 2020)

- Rouillard, J.(2008). Contextual *QR Code*, Proceeding of third International Multi Conference on Computing in the Global Information Technology (diakses 12 November 2020)
- Sugiyono. 2005. Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung : CV Alfabeta
- Sugiyono. 2009. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : alfabeta
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta. Tjiptono, Fandy. 2014, Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian, Andi Offset, Yogyakarta.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. Akuntansi Manajemen. Yogyakarta : Pustaka Baru
- Supardi. 2005. Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis. Uogyakarta : UII Press
- Solihin, Ismail. 2012. Manajemen strategis Konsep. Jakarta : Salemba Empat
- Tanzeh, Ahmad & Suyitno. 2006. Dasar-dasar Penelitian. Surabaya : Elkaf
- Wibowo, Arief. (2006). Kajian tentang perilaku pengguna sistem informasi dengan pendekatan TAM. Skripsi. Universitas Budi Luhur. Jakarta
- Wijaya, A. & Gunawan, A. (2016). Penggunaan *QR Code* Sarana Penyampaian Promosi Dan Informasi Kebun Binatang Berbasis Android, Jurnal Bianglala, 4(1),16-2
- Zhu, Feng & Zhang, X. (Micahel). (2017). Impact of Online Consumer Reveiw on sales. The Moderation Role of Product and Consumer characteristic. *Journal of Marketing*. Pp 133-148

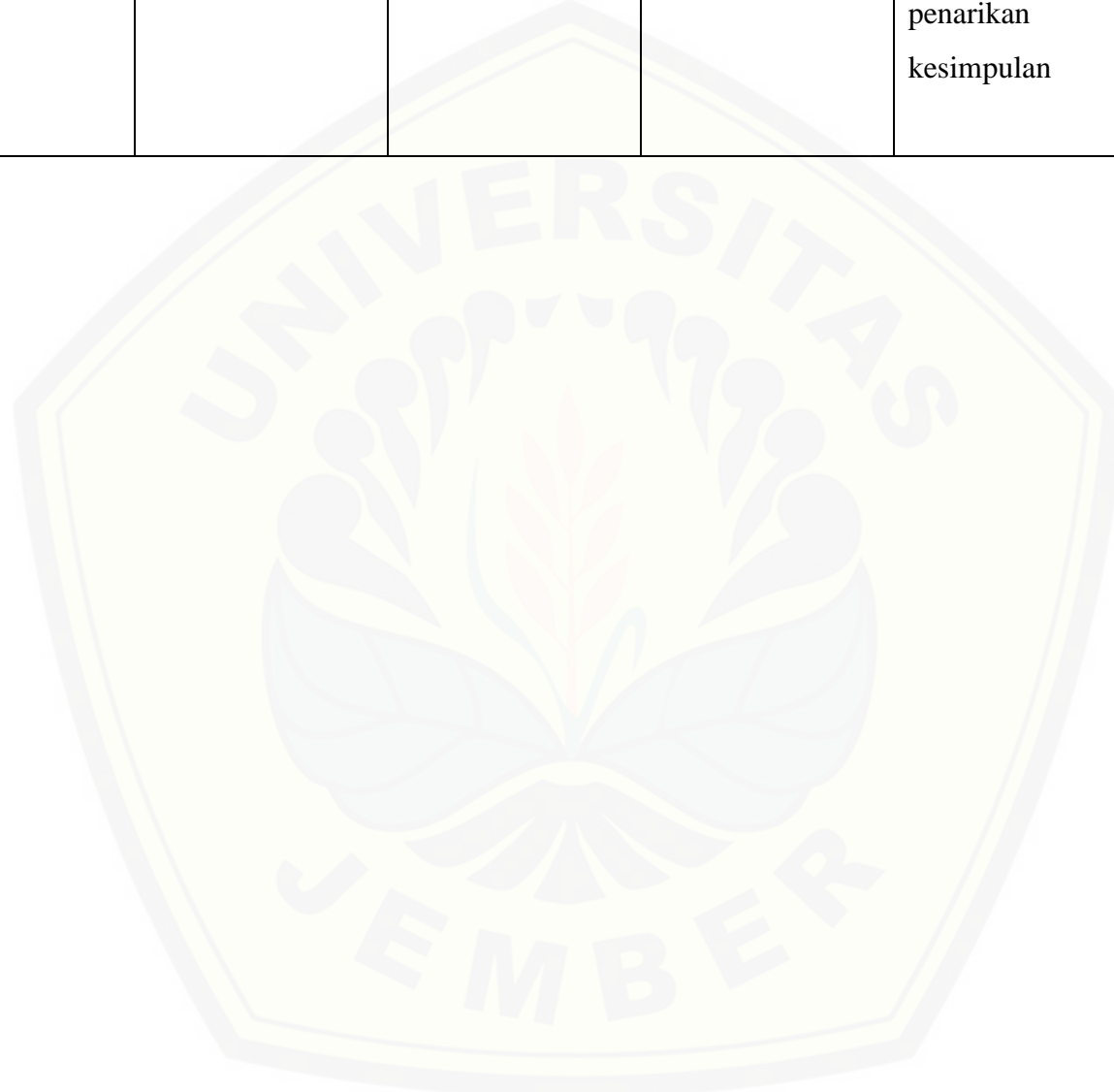
LAMPIRAN



Lampiran 1 Matriks Penelitian

Judul	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Sumber Data	Metodologi Penelitian	Rumusan Masalah
Pergeseran Metode Pembayaran Berbasis QR Code Untuk Meningkatkan Competitive Advantage (CA) Pada Bank Jatim Dengan Pendekatan Model Tam	Metode Pembayaran Berbasis QR Code	Strategi QR Code Peningkatan Competitive Advantage Pendekatan Model TAM	1. Analisis pergeseran QR Code 2. Penggunaan Aplikasi QR Code 3. Penerapan Model TAM	1. Bank Indonesia 2. Bank Jatim 3. Nasabah Pengguna QR Code	Jenis Penelitian : Kualitatif Lokasi : Bank Jatim Kabupaten Situbondo Metode Pengumpulan Data : Observasi, Wawancara, Dokumentasi Metode Analisis Data : Reduksi Data, Penyajian data, dan	a. Hubungan aplikasi QR Code dalam meningkatkan Competitive Advantage perusahaan. 7. Strategi Bank Jatim meningkatkan Competitive Advantage dengan Metode QR Code. 8. Implementasi aplikasi QR Code untuk meningkatkan

					penarikan kesimpulan	<i>Competitive Advantage perusahaan</i>
--	--	--	--	--	-------------------------	---



Lampiran 2 Pedoman Wawancara

PEDOMAN WAWANCARA

Narasumber : Pihak Bank Jatim

Konstruksi TAM	Pertanyaan
Persepsi kemudahan pemakaian (<i>perceived ease of use</i>)	1. Mengingat sulitnya pengenalan sistem <i>QR Code</i> yang dipicu oleh beberapa hal yang salah satunya karena rendahnya tingkat pendidikan masyarakat sekitar, fasilitas ponsel yang belum memadai, dan lain sebagainya, bagaimana anda mensosialisasikan pembayaran berbasis <i>QR Code</i> ini agar mudah diterima masyarakat?
Persepsi kegunaan (<i>perceived usefulness</i>)	2. Bagaimana sistem kerja pembayaran dengan menggunakan <i>QR Code</i> ? 3. Apa manfaat dan kekurangan yang dirasakan perusahaan setelah diterapkan metode pembayaran berbasis <i>QR Code</i> ? 4. Bagaimana perbedaan sebelum dan sesudah menggunakan metode pembayarandengan sistem ini?
Kecenderungan perilaku (<i>Intention to Use</i>)	5. Apakah perusahaan akan tetap menerapkan metode pembayaran berbasis <i>QR Code</i> dalam beberapa waktu ke depan?
Kondisi nyata penggunaan (<i>Actual System Usage</i>)	6. Strategi apa yang telah dilakukan perusahaan untuk meningkatkan <i>Competitive Advantage</i> ? 7. Sejak kapan perusahaan menerapkan sistem pembayaran berbasis <i>QR Code</i> ? 8. Bagaimana perkembangan asset perusahaan dari tahun ke tahun? 9. Apakah penggunaan <i>QR Code</i> sebagai metode pembayaran di Situbondo sudah maksimal?

	10. Apa saja faktor penghambat yang menyebabkan penggunaan <i>QR Code</i> sebagai metode pembayaran kurang maksimal?
--	--

Narasumber : Nasabah pengguna *QR Code*

Konstruksi TAM	Pertanyaan
Persepsi kemudahan pemakaian (<i>perceived ease of use</i>)	<p>1. Apakah anda mengalami kesulitan dalam melakukan transaksi pembayaran berbasis <i>QR Code</i>?</p> <p>2. Mengapa pembayaran dengan sistem ini mempermudah anda dalam melakukan transaksi?</p>
Persepsi kegunaan (<i>perceived usefulness</i>)	<p>3. Mengapa pembayaran dengan sistem ini meningkatkan produktivitas anda dalam bertransaksi?</p> <p>4. Mengapa pembayaran dengan sistem ini meningkatkan epektifitas anda dalam bertransaksi?</p>
Kecenderungan perilaku (<i>Intention to Use</i>)	<p>5. Apakah anda lebih menyukai pembayaran secara tunai atau nontunai dengan <i>QR Code</i> ini? Mengapa?</p> <p>6. Apa keluhan anda dalam melakukan transaksi pembayaran berbasis <i>QR Code</i>?</p>
Kondisi nyata penggunaan (<i>Actual System Usage</i>)	<p>7. Bagaimana perbedaan sebelum dan sesudah menggunakan pembayaran berbasis <i>QR Code</i>?</p> <p>8. Apa manfaat yang anda rasakan setelah menerapkan metode pembayaran berbasis <i>QR Code</i>?</p> <p>9. Apa kelebihan dan kekurangan pembayaran dengan metode <i>QR Code</i>?</p>

Lampiran 3 Trianggulasi Data

Pertanyaan 1: Apakah nasabah pengguna metode pembayaran *QR Code* mengalami kesulitan dalam melakukan transaksi pembayaran dengan metode ini?

WAWANCARA				DOKUMENTASI	TAFSIRAN
Nasabah 1	Nasabah 2	Nasabah 3	Nasabah 4		
Sejauh ini mungkin kesulitannya pada <i>customer</i> yang belum pernah melakukan pembayaran dengan <i>QR Code</i> sehingga perlu diarahkan oleh penjual	Belum terlalu mengalami kesulitan, justru sangat terbantu dengan diterapkannya metode pembayaran berbasis <i>QR Code</i> ini	Tidak ada kesulitan, hanya saja penggunaan metode pembayaran <i>QR Code</i> disini masih belum efektif karena masih banyak yang tidak mengetahui adanya pembayaran dengan metode ini	Terkadang kesulitannya terkait edukasi kepada konsumen, harus promosi dan sosialisasi pembayaran dengan <i>QR Code</i> ini, karena di Situbondo sendiri masih banyak yang belum mengetahui cara penggunannya	Foto kunjungan dengan nasabah	Untuk pedagang sendiri tidak mengalami kesulitan dalam melakukan pembayaran dengan <i>QR Code</i> ini. Kesulitannya dialami oleh beberapa <i>customer</i> yang harus diarahkan untuk melakukan pembayaran dengan metode ini.

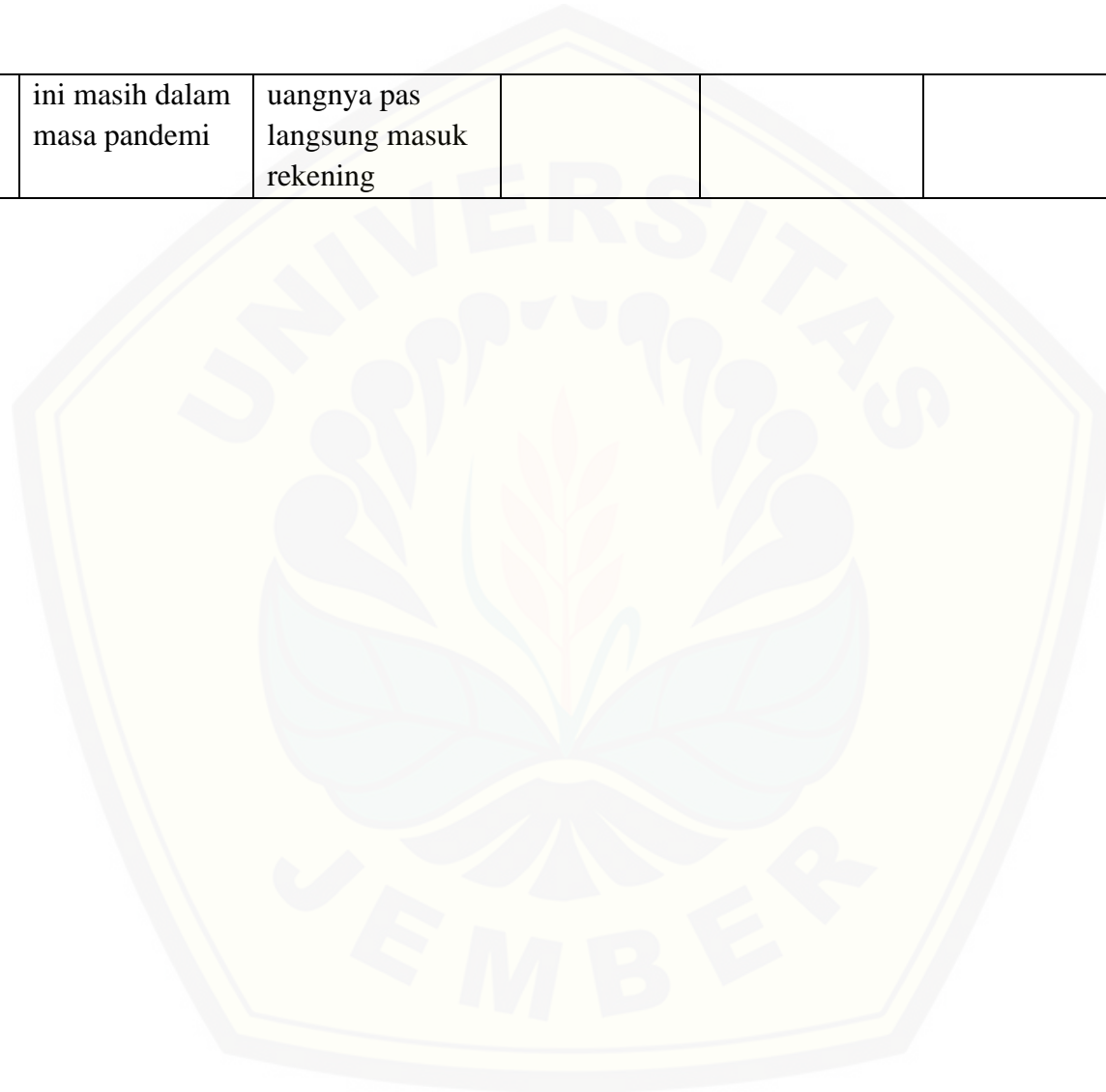
Pertanyaan 2: Apakah penerapan metode pembayaran *QR Code* memudahkan Anda dalam melakukan transaksi?

WAWANCARA				OBSERVASI	DOKUMENTASI	TAFSIRAN
Nasabah 1	Nasabah 2	Nasabah 3	Nasabah 4			
Secara spesifik lebih memudahkan karena pembayarannya non tunai, jadi langsung masuk ke rekening. Untuk pembukuan lebih memudahkan juga karena bisa langsung dipantau melalui <i>m-banking</i>	Sangat mempermudah saya sebagai nasabah Bank Jatim karena mempersingkat waktu. Cukup pakai <i>QR Code</i> , langsung bayar uang sudah masuk ke rekening	Sistem ini memberikan kemudahan secara tidak langsung karena di warung sendiri sebelumnya banyak antrian pengunjung. Sekarang cukup <i>scan</i> pakai hp sudah selesai	Tentu sangat memudahkan karena lebih efisien, terlebih lagi konsumen disini sudah banyak yang menggunakan metode pembayaran ini sehingga tidak perlu dijelaskan lagi detail cara pembayarannya	-	Foto kunjungan dengan nasabah	Metode pembayaran dengan sistem <i>QR Code</i> sangat memudahkan pedagang karena dinilai lebih efisien dimana sistemnya non tunai, uang yang diterima pedagang langsung masuk ke rekening

Pertanyaan 3: Apakah metode pembayaran *QR Code* ini meningkatkan produktivitas anda? Mengapa?

WAWANCARA				OBSERVASI	DOKUMENTASI	TAFSIRAN
Nasabah 1	Nasabah 2	Nasabah 3	Nasabah 4			
Sebenarnya belum terlalu nampak karena di masa pandemi ini minat konsumen berkurang. Namun skema ini jelas membantu karena pembayarannya hanya dengan menggunakan media hp saja	Jelas meningkatkan produktivitas. Pertama tentunya dari segi waktu, sangat efisien, dalam artian saya cukup klik <i>scan QR Code</i> nya langsung masuk uangnya ke rekening si penjual, dan yang kedua juga mengurangi peredaran uang tunai sehingga mengurangi kontak dengan konsumen terhubung saat	Selama pandemi ini masih belum terlihat peningkatannya karena minat konsumen berkurang. Namun pembayaran dengan metode ini membantu saya karena pembayarannya sangat mudah. Biasanya kesulitan saya itu di kembalian, kalau pembayaran dengan <i>QR Code</i> ini tidak perlu kembalian,	Ya, karena prosesnya lebih cepat dan aman. Selain itu juga lebih efisien pembayaran dengan metode <i>QR Code</i> ini		Foto kunjungan dengan nasabah	Walaupun selama pandemi ini omset penjualan menurun, namun metode pembayaran berbasis <i>QR Code</i> ini sangat membantu karena metode pembayarannya sangat simple sehingga meningkatkan produktivitas pedagang

	ini masih dalam masa pandemi	uangnya pas langsung masuk rekening				
--	------------------------------	-------------------------------------	--	--	--	--



Pertanyaan 4: Apakah penerapan metode pembayaran *QR Code* meningkatkan efektifitas anda dalam melakukan transaksi?

WAWANCARA				OBSERVASI	DOKUMENTASI	TAFSIRAN
Nasabah 1	Nasabah 2	Nasabah 3	Nasabah 4			
Karena di masa pandemic ini jumlah pembeli tidak sebanyak saat keadaan normal jadi belum terlalu Nampak keefektifitasannya. Mungkin untuk ke depan dapat juga meningkatkan efektifitas dari penjualan kami saat keadaan kembali normal	Berhubung di masa pandemic kita harus mengurangi sentuhan atau interaksi dengan orang, kalau kita pakai <i>QR Code</i> kan tentu mengurangi kontak dengan pembeli karena sistemnya non tunai, sehingga ini bisa meningkatkan efektifitas pembeli maupun penjualnya	Efektivitasnya yaitu mempersingkat pembayaran, selain itu tidak perlu menyiapkan kembalian, juga kadang-kadang mengurangi kekeledoran seperti kembalian lebih. Kalau pakai <i>QR Code</i> ini tidak mungkin terjadi kekeliruan seperti itu, uangnya pasti pas	Ya, karena kami tidak perlu repot menyediakan medianya. Karena Bank Jatim dan bank lainnya juga membantu menerbitkan <i>QR Code</i> nya, jadi lebih memudahkan kami maupun konsumen dalam melakukan transaksi		Foto kunjungan dengan nasabah	Pembayaran berbasis <i>QR Code</i> ini secara umum meningkatkan efektifitas penggunaannya, karena mengurangi interaksi terlebih di masa pandemic seperti saat ini. Selain itu pedagang tidak perlu menyiapkan kembalian karena nominal yang diterima langsung

						masuk ke rekening sehingga lebih meningkatkan efektifitas bagi pedagang maupun pembelinya.
--	--	--	--	--	--	--

Pertanyaan 5: Apakah Anda lebih menyukai pembayaran tunai atau non tunai seperti ini?

WAWANCARA				OBSERVASI	DOKUMENTASI	TAFSIRAN
Nasabah 1	Nasabah 2	Nasabah 3	Nasabah 4			
Pada saat pandemic seperti ini saya lebih suka pembayaran non tunai, karena mengurangi interaksi dengan pembeli	Kalau saya lebih suka non tunai dengan <i>QR Code</i> seperti ini, karena tidak perlu bawa banyak uang <i>cash</i>	Kalau saya 50 50, karena pembayaran tunai maupun non tunai masing-masing ada kekurangan dan kelebihan	Saya lebih suka pembayaran tunai, karena uangnya langsung saya dapat	-	Foto kunjungan dengan nasabah	Secara umum, nasabah yang sudah menerapkan metode pembayaran <i>QR Code</i> lebih menyukai pembayaran dengan metode ini, walaupun ada juga yang lebih menyukai pembayaran tunai, karena tidak semua orang tahu dan paham penerapan pembayaran dengan metode <i>QR Code</i> ini

Pertanyaan 6: Apakah ada keluhan dalam melakukan transaksi pembayaran berbasis *QR Code* selama ini?

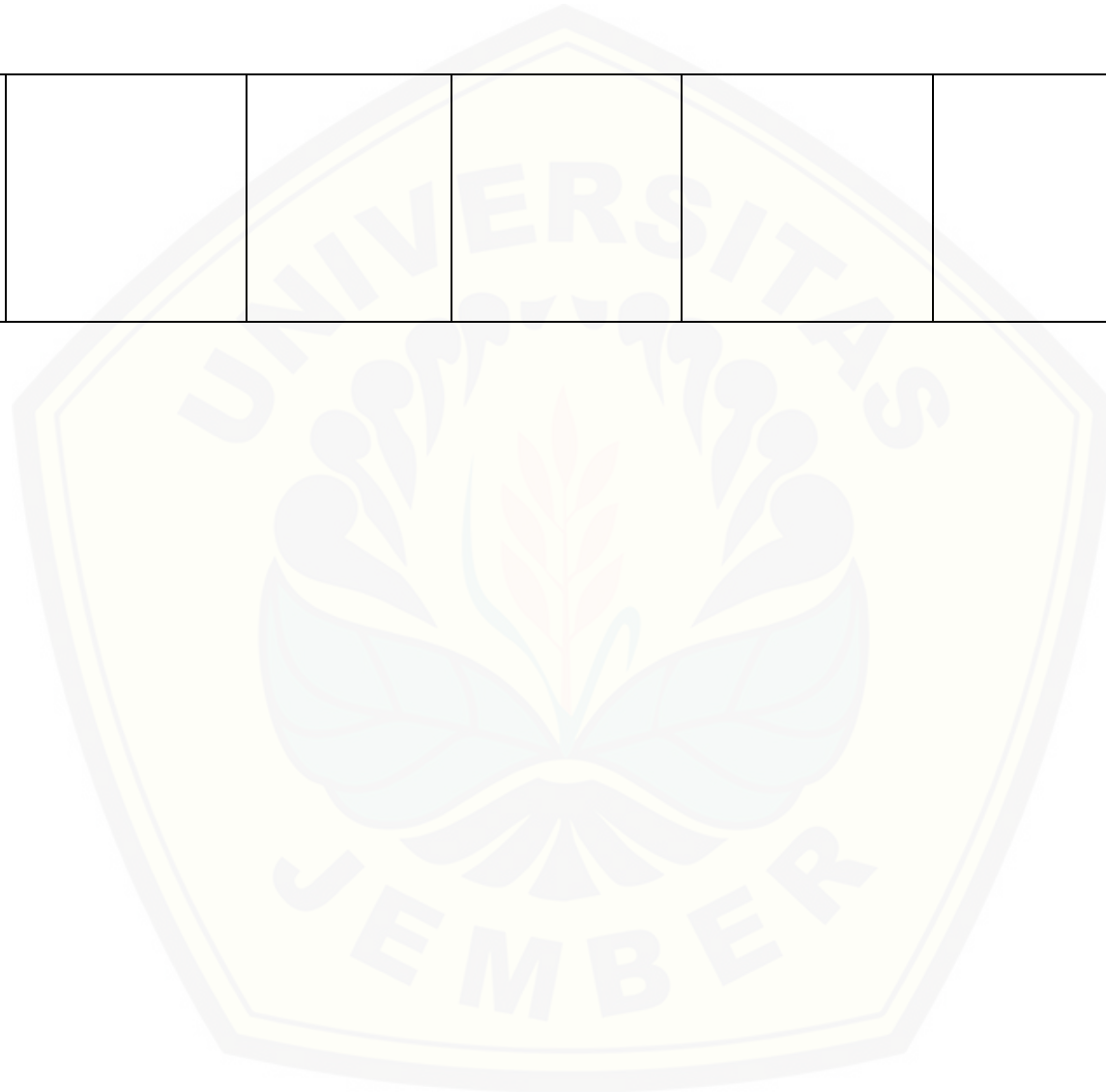
WAWANCARA				OBSERVASI	DOKUMENTASI	TAFSIRAN
Nasabah 1	Nasabah 2	Nasabah 3	Nasabah 4			
Untuk keluhan masih belum ada. Mungkin <i>sometimes</i> kalau susah sinyal di Situbondo ini memang agak sedikit gangguan koneksinya	Keluhannya mungkin jaringan, kebetulan hp saya jaringannya kurang bagus, perlu di <i>upgrade</i> . Tapi kalo dari segi <i>QR Code</i> Alhamdulillah masih lancar	Keluhannya kembali ke tiap pelanggan. Karena sosialisasinya masih belum merata bagi seluruh pengguna khususnya Bank Jatim ini, jadi tidak semuanya tau kalau ada pembayaran seperti ini	Sinyal yang terkadang menjadi kendala. Selain itu juga tidak semua konsumen menggunakan hp android	-	Foto kunjungan dengan nasabah	Beberapa keluhan yang dirasakan nasabah pengguna metode pembayaran <i>QR Code</i> antara lain: a. Sinyal yang kurang mendukung, karena metode ini membutuhkan akses internet sehingga diperlukan sinyal yang memadai b. Tidak semua konsumen mempunyai hp yang memadai

						<p>untuk penggunaan metode pembayaran <i>QR Code</i></p> <p>c. Kurangnya sosialisasi kepada masyarakat di Situbondo karena masih banyak yang belum mengetahui adanya pembayaran dengan metode <i>QR Code</i> ini</p>
--	--	--	--	--	--	--

Pertanyaan 7: Bagaimana perbedaan sebelum dan sesudah menggunakan metode pembayaran berbasis *QR Code* ini?

WAWANCARA				OBSERVASI	DOKUMENTASI	TAFSIRAN
Nasabah 1	Nasabah 2	Nasabah 3	Nasabah 4			
Untuk perubahan belum terlalu nampak secara spesifik. Tapi memang yang kami rasakan pembayaran dengan <i>QR Code</i> ini lebih efisien, tidak bersentuhan langsung dengan <i>customer</i> , apalagi di kabupaten Situbondo ini sedang gencar-gencarnya pembayaran	Perbedaannya ya kalau sebelumnya pakai <i>cash</i> sekarang cukup pakai hp, itu sangat membantu kami, tidak perlu bawa banyak uang, cukup bawa hp tinggal klik saja selesai	Kalau perbedaan yang kelihatan ini simpanan yang selalu banyak karena langsung masuk rekening. Kalau tunai kadang langsung saya ambil buat beli ini itu	Tidak terlalu signifikan, namun baik juga dengan adanya program seperti ini, karena secara tidak langsung memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi konsumen dan pemilik toko	-	Foto kunjungan dengan nasabah	Beberapa perbedaan yang dirasakan nasabah setelah menerapkan metode pembayaran berbasis <i>QR Code</i> terletak pada efektifitas transaksi pembayaran dan efisiensi waktu yang memberikan kemudahan bagi konsumen maupun pembeli

dengan non tunai itu, jadi untuk menghindari penyebaran virus Covid ini						
---	--	--	--	--	--	--

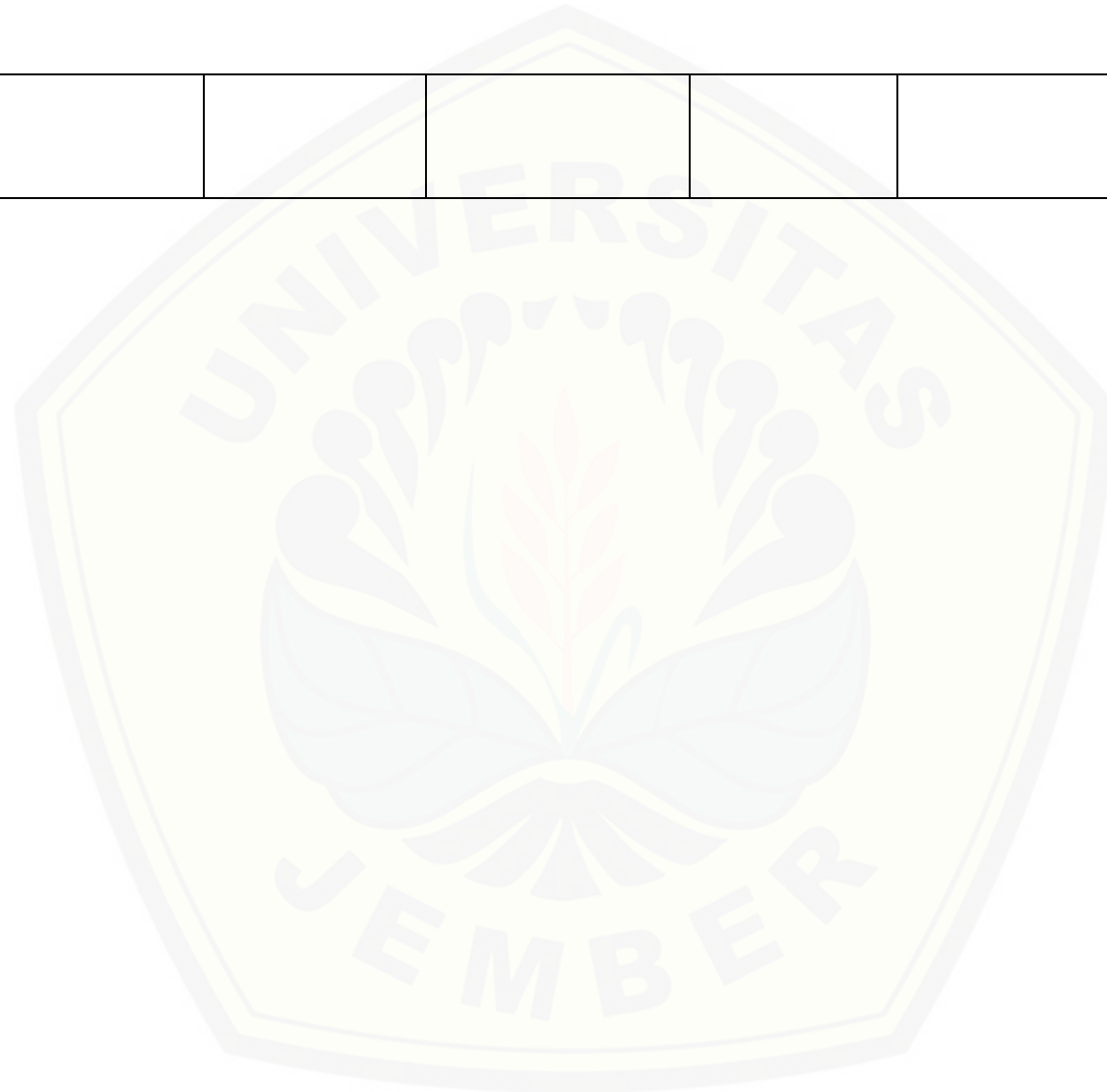


Pertanyaan 8: Bagaimana kelebihan dan kekurangan metode pembayaran *QR Code* yang anda rasakan?

WAWANCARA				OBSERVASI	DOKUMENTASI	TAFSIRAN
Nasabah 1	Nasabah 2	Nasabah 3	Nasabah 4			
Kelebihannya seperti yang saya utarakan tadi lebih efisien, lebih <i>simple</i> juga. Untuk kesulitannya mungkin yang tadi masalah sinyal, selain itu untuk <i>scan</i> nya juga harus benar-benar tepat	Kelebihannya itu lebih cepat dalam bertransaksi, karena cukup klik di hp nominalnya berapa, selesai. Kalau kekurangannya masalah di hp, hp saya jadul masih kurang canggih jadi perlu di <i>upgrade</i>	Kalau kelebihannya yang pertama ini, <i>simple</i> . Terus juga mengurangi interaksi dengan pembeli di masa pandemic ini. Kalau kekurangannya masih kurang disosialisasikan ke masyarakat khususnya pengguna <i>mobile banking</i> nya	Kelebihannya pembayarannya sudah lebih cepat dan lebih maju, aman juga, walaupun masih harus ada evaluasi lagi. Sedangkan kekurangannya mungkin rawan penyalahgunaan oleh oknum yang tidak bertanggungjawab, itu saja	-	Foto kunjungan dengan nasabah	Beberapa kelebihan metode pembayaran <i>QR Code</i> yang dirasakan nasabah: a. Efisiensi waktu b. Penggunaannya mudah c. Mengurangi interaksi dengan pembeli sehingga dapat menekan penyebaran Covid 19 d. Pembayaran lebih modern e. Lebih aman Beberapa kekurangan metode

						<p>pembayaran <i>QR Code</i> yang dirasakan nasabah:</p> <ol style="list-style-type: none">Masalah jaringan yang kadang bermasalahDiperlukan media hp yang memadai untuk mendukung penggunaan metode iniKurangnya sosialisasi penggunaan metode pembayaran <i>QR Code</i> ke masyarakatAdanya kemungkinan penyalahgunaan oleh oknum
--	--	--	--	--	--	--

						yang tidak bertanggung-jawab
--	--	--	--	--	--	------------------------------



Pertanyaan 9: Sejauh ini apakah Anda pernah menyosialisasikan metode pembayaran *QR Code* kepada pembeli?

WAWANCARA				OBSERVASI	DOKUMENTASI	TAFSIRAN
Nasabah 1	Nasabah 2	Nasabah 3	Nasabah 4			
Untuk sampai saat ini pernah, Cuma tidak ke semua <i>customer</i> , karena sebagian sudah familiar dan sudah pernah menggunakan pembayaran dengan metode ini	Pernah, kebetulan disini juga konsumennya banyak yang PNS kita bantu cara melakukan transaksinya dari awal sampai selesai	-	-		Foto kunjungan dengan nasabah	Selama menggunakan metode pembayaran berbasis <i>QR Code</i> ini, pedagang pernah menyosialisasikan cara pembayaran dengan metode ini kepada konsumennya, karena tidak semua paham teknis pembayaran metode ini sehingga perlu diarahkan

Lampiran 4 Dokumentasi Penelitian



Narasumber Ibu Tias Sugik



Narasumber Bapak Samirul



Narasumber Bapak Alex



Narasumber Bapak Alex



Narasumber Bapak Andre Mandiri

Lampiran 5 Surat Izin Penelitian



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS JEMBER

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kalimantan 37- Kampus Bumi Tegal Boto Kotak Pos 159 Jember 68121

Telepon 0331-337990 Faximile 0331-332150

Email: feb@unej.ac.id, Website : www.feb.unej.ac.id

Nomor : 483/UN25.1.4/KR/2021

19 Januari 2021

Lampiran : 1 (satu) lembar

Hal : Permohonan Ijin Penelitian

Yth. Ketua LP2M
Universitas Jember
Jember

Dengan hormat, memperhatikan surat dari mahasiswa Program Studi Magister Manajemen Pascasarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember tanggal 18 Januari 2021 perihal seperti pada pokok surat ini, bahwa mahasiswa:

Nama : Indra Kurniawan
NIM : 180820101009
Jurusan : Magister Manajemen
Judul Penelitian : PERGERAN METODE PEMBAYARAN BERBASIS Qr CODE UNTUK MENINGKATKAN COMPETITIVE ADVANTAGE (CA) PADA BANK JATIM DENGAN MENGGUNAKAN PENDEKATAN MODEL TAM

mohon perkenan mahasiswa tersebut untuk melakukan penelitian yang berkaitan dengan tugas akhir (tesis). Sehubungan dengan hal tersebut, mohon dapatnya diterbitkan surat permohonan ijin penelitian kepada:

- PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur (Persero) Tbk Cabang Situbondo.

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terimakasih.






a.n. Dekan,
Wakil Dekan I,

Dr. Zainuri M.Si.
NIP. 196403251989021001

Tembusan:
1. Yang bersangkutan

Ac
Go

Lampiran 6 Surat Keterangan Selesai Penelitian



SURAT KETERANGAN

Kami yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Yulis Retno W

Jabatan : Pemimpin Bidang Operasional Bank Jatim Cabang Situbondo.

Dengan ini memberitahukan dengan sebenarnya bahwa :

Nama : Indra Kurniawan

NIM : 180820101009

Asal Univ : Universitas Jember



Jurusan : Magister Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember

Telah melakukan penelitian di Bank Jatim Cabang Situbondo mulai bulan September 2020 s/d Januari 2021 untuk memperoleh data dan mengumpulkan informasi untuk menyelesaikan penelitian tugas akhir tesis dengan judul **"PERGESERAN METODE PEMBAYARAN BERBASIS QR CODE UNTUK MENINGKATKAN COMPETITIVE ADVANTAGE (CA) PADA BANK JATIM DENGAN PENDEKATAN MODEL TAM"**.

Demikian Surat Keterangan ini kami buat dan untuk dipergunakan dengan sebenarnya

PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk
Cabang Situbondo



YULIS RETNO W
Pemimpin Bidang Operasional

Act
Go to