

PENGARUH PEMBAYARAN DIGITAL QRIS TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF KARYAWAN BANK BCA BANDUNG

Kevin¹, Nani Irma Susanti²

Universitas Terbuka, Kota Bandung, Indonesia

*Korespondensi: 044215746@ecampus.ut.ac.id

Abstract

The development of globalization and advances in digital technology have brought significant changes to the payment systems used by society. One form of digital payment innovation in Indonesia is QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard), which provides a cashless transaction method that is more practical, fast, and efficient. This study aims to determine the effect of QRIS usage on the consumptive behavior of employees at Bank BCA Bandung. This research employed a descriptive quantitative approach using primary data collected through an online questionnaire using a Likert scale. The respondents consisted of 62 Bank BCA Bandung employees who had an understanding of digital transactions. The research data were analyzed using descriptive statistical methods to describe the findings obtained. The results indicate that QRIS has been widely accepted and used because it offers convenience, speed, security, and flexibility in conducting payment transactions. The availability of QRIS also influences consumer preferences in choosing shopping places that provide digital payment facilities. On the other hand, the convenience of transactions through QRIS also contributes to an increase in consumptive behavior, as users tend to make spontaneous purchases more easily and become less aware of the amount of their expenditures.

Keywords: Digital, Cashless, Consumptive Behavior, QRIS

Abstrak

Perkembangan globalisasi dan kemajuan teknologi digital telah menciptakan perubahan yang signifikan dalam sistem pembayaran masyarakat. Salah satu bentuk inovasi pembayaran digital di Indonesia adalah QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard), yang menghadirkan metode transaksi non-tunai dengan proses yang lebih praktis, cepat, dan efisien. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan QRIS terhadap perilaku konsumtif karyawan Bank BCA Bandung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan memanfaatkan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner daring menggunakan skala Likert. Jumlah responden dalam penelitian sebanyak 62 orang yang terdiri dari karyawan Bank BCA Bandung yang memiliki pemahaman terhadap transaksi digital. Data penelitian dianalisis menggunakan metode statistik deskriptif untuk menggambarkan hasil yang diperoleh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa QRIS telah diterima dan digunakan secara luas oleh masyarakat karena menawarkan kemudahan, secepatan, keamanan, dan fleksibilitas dalam melakukan transaksi pembayaran. Kehadiran QRIS juga memengaruhi preferensi konsumen dalam memilih tempat berbelanja yang menyediakan fasilitas pembayaran digital. Di sisi lain, kemudahan transaksi melalui QRIS turut memberikan dampak terhadap peningkatan perilaku konsumtif, dimana pengguna cenderung lebih mudah melakukan pembelian secara stontan serta kurang menyadari besarnya pengeluaran yang dilakukan.

Kata Kunci : Digital, Non-tunai, Perilaku Konsumtif, QRIS

1. PENDAHULUAN

Era globalisasi menyebabkan perubahan dan perkembangan pada kehidupan manusia disetiap harinya. Perkembangan ini didukung oleh kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, contohnya adalah munculnya era digital yang dimana hampir seluruh aktivitas manusia bergantung pada teknologi. Kemajuan teknologi ini sangat memberikan pengaruh besar terhadap berbagai sektor kehidupan, seperti politik, ekonomi, sosial, dan budaya. Salah satu bentuk dari kemajuan tersebut yaitu inovasi teknologi di sektor keuangan atau Financial Technology (*Fintech*)

(Satyadharma & Sudaryanto, n.d.).

Perkembangan inovasi dalam teknologi finansial (*fintech*) telah mendorong peningkatan yang sangat signifikan dalam penggunaan sistem pembayaran non-tunai (*cashless*), sehingga kini menjadi salah satu elemen utama dalam mendukung pertumbuhan ekonomi digital. Transformasi ini mencerminkan adanya perubahan preferensi masyarakat dari metode pembayaran konvensional berbasis tunai menuju sistem digital yang lebih modern. Pergeseran tersebut tidak terjadi secara kebetulan, melainkan dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kemudahan akses yang memungkinkan transaksi dilakukan kapan saja dan di mana saja, kecepatan proses pembayaran yang lebih efisien, tingkat keamanan yang semakin canggih melalui teknologi enkripsi, serta kemampuan sistem pembayaran digital dalam meningkatkan efisiensi dan kenyamanan dalam bertransaksi. Selain itu, integrasi dengan berbagai platform digital juga turut memperkuat daya tarik penggunaan instrumen pembayaran non-tunai di kalangan masyarakat (Parluhutan et al., n.d.).

Perkembangan teknologi telah mengubah sistem pembayaran masyarakat dari penggunaan uang tunai menjadi uang elektronik (*e-money*). Di Indonesia, *e-money* mulai diterbitkan oleh Bank Indonesia pada April 2007 dan memberikan berbagai manfaat, seperti transaksi yang lebih cepat, aman, praktis, serta mengurangi masalah pengelolaan uang tunai. Selain itu, penggunaan *e-money* juga membantu meningkatkan efisiensi percetakan uang oleh Bank Indonesia. Perkembangan *e-money* di Indonesia tergolong pesat dibandingkan negara berkembang lainnya. Sosialisasi penggunaan uang elektronik sudah dilakukan sejak tahun 2006 dan kemudian berkembang menjadi Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) yang resmi diluncurkan pada 14 Agustus 2014. Kini, penggunaan uang elektronik telah meluas hingga ke berbagai instansi pendidikan dan menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat modern. (Haryati & Ak, 2021)

Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) memperkenalkan QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) sebagai standar nasional kode QR yang bertujuan untuk mewujudkan interoperabilitas antar berbagai Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP). Standarisasi ini juga dirancang untuk mempermudah proses pengawasan oleh regulator melalui sistem yang terintegrasi. QRIS pada dasarnya merupakan hasil integrasi dari beragam kode QR yang sebelumnya digunakan oleh masing-masing penyelenggara jasa pembayaran. Dengan adanya QRIS, pelaku usaha atau merchant cukup memiliki satu kode QR dari salah satu penyedia layanan, namun tetap dapat menerima transaksi non-tunai dari berbagai aplikasi pembayaran yang berasal dari penyedia lain. Hal ini memberikan kemudahan, efisiensi, serta meningkatkan fleksibilitas dalam sistem pembayaran digital (Rahadi et al., n.d.). Melalui fitur QRIS ini, konsumen hanya melakukan scan atau pindai pada kode QR yang disediakan oleh pelaku usaha menggunakan berbagai aplikasi yang tersedia seperti mobile banking, atau dompet digital (*e-Wallet*) seperti, ShopeePay, GoPay, OVO, Dana, dan lainnya. Fitur ini memberikan efisiensi yang cukup signifikan bagi konsumen dan pelaku usaha karena dapat mempercepat transaksi karena QRIS dicetak pada kertas selebar atau pada mesin pembayaran digital khusus yang dimana konsumen hanya cukup mengarahkan kamera pada QRIS dan proses pembayaran dapat dilakukan. Selain itu bagi pelaku usaha pun tidak perlu lagi menghitung atau menyediakan dana pengembalian karena konsumen membayar dengan nominal yang telah ditentukan. Untuk mendapatkan kode QR QRIS pun sangat mudah sehingga berbagai lapisan masyarakat termasuk pelaku usaha mikro, kecil, menengah pun dapat menggunakan fitur QRIS tersebut. (Bagus Prasasta Sudiarmika & Ayu Oka Martini, 2022)

Dengan kemudahan ini maka terbentuklah perilaku konsumtif yang dialami para pengguna. Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan individu untuk melakukan pembelian barang atau jasa secara berlebihan dan tidak didasarkan pada kebutuhan utama, melainkan pada keinginan, emosi, dan dorongan sesaat. Perilaku ini ditandai dengan kurangnya perencanaan keuangan, rendahnya pertimbangan rasional, serta kecenderungan mengikuti tren atau tekanan sosial (Rahman et al., 2025). (Fatmawati, 2022) menjelaskan bahwa perkembangan *e-commerce* dan sistem transaksi digital turut mendorong meningkatnya perilaku konsumtif karena memberikan kemudahan akses, kecepatan transaksi, serta beragam promosi yang memengaruhi keputusan pembelian individu. Perilaku konsumtif menurut (Nur Zahra et al., 2023) memiliki indikator *impulsive buying* atau pembelian *impulsif*, *wasteful buying* atau pemborosan, dan *non-rational buying* atau pembelian tidak rasional.

Seluruh indikator tersebut dapat dikaitkan dengan teori *The Strength of Self Control*. Model tersebut mendefinisikan *self-control* atau pengendalian diri sebagai kemampuan untuk mengubah tanggapan pribadi, agar sesuai dengan standar yang diharapkan, nilai, moral, dan ekspektasi sosial dalam pemenuhan tujuan kedepannya atau jangka panjang.

Selain itu juga peningkatan transaksi dengan penggunaan metode pembayaran QRIS didorong oleh munculnya fenomena *cashless society*. *Cashless society* merupakan kondisi sosial dan ekonomi di mana masyarakat menjadikan pembayaran non-tunai sebagai metode utama dalam melakukan berbagai transaksi dan aktivitas ekonomi sehari-hari. (Saffanah & Amir, 2022). Fenomena *cashless society* berkembang pesat ditandai dengan meningkatnya penggunaan uang elektronik dalam transaksi online maupun offline. Kemudahan, kecepatan, serta adanya promo dan cashback pada pembayaran digital mendorong masyarakat lebih mudah melakukan pembelian, termasuk secara impulsif. Meskipun transaksi non-tunai seperti QRIS mendukung perkembangan ekonomi digital, kemudahan akses tersebut juga berpotensi meningkatkan perilaku konsumtif jika tidak diimbangi dengan literasi keuangan yang baik (Hamim, 2023)

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini mengangkat topik "*Pengaruh Pembayaran Digital Qris Terhadap Perilaku Konsumtif Karyawan Bank BCA Bandung*". Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan QRIS terhadap perilaku konsumen, terutama terkait persepsi manfaat, keputusan penggunaan, dan perubahan pola belanja masyarakat di era *cashless society*. Kemudahan transaksi melalui QRIS, baik online maupun offline, dapat memicu perilaku konsumtif karena sistem pembayaran digital menawarkan kecepatan, efisiensi, serta berbagai keuntungan yang mendorong konsumen melakukan pembelian tanpa perencanaan keuangan yang matang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut adalah hasil data yang diperoleh dari kuisioner menggunakan skala Likert terhadap 62 responden dengan rincian hasil sebagai berikut:

Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil kuisioner yang diisi oleh 62 responden, diperoleh data bahwa mayoritas responden berjenis kelamin perempuan, yaitu sebanyak 35 orang atau sebesar 56,5%, sedangkan responden laki-laki berjumlah 27 orang atau sebesar 43,5%. Hasil kuisioner tersebut menunjukkan bahwa Tingkat partisipasi perempuan dalam penelitian ini lebih tinggi dibandingkan responden laki-laki. Selain itu, mayoritas responden berada pada rentang usia 22-25 tahun yang dimana ini

kengindikasikan bahwa penggunaan QRIS lebih dominan di kalangan usia muda yang umumnya memiliki Tingkat adaptasi teknologi dan intensitas penggunaan transaksi digital yang lebih tinggi.

Data Umum

Berdasarkan hasil kuisioner mengenai frekuensi penggunaan QRIS dalam satu minggu terakhir, mayoritas responden menyatakan menggunakan QRIS lebih dari 7 kali dalam seminggu, yaitu sebesar 64,5%. Sementara itu sebanyak 27,4% responden menggunakan QRIS sebanyak 3-7 kali dalam seminggu, dan hanya 8,1% responden yang menggunakan QRIS kurang dari 3 kali. Hasil tersebut menunjukkan bahwa tingkat penggunaan QRIS di kalangan responden tergolong tinggi. Dominasi pengguna lebih dari 7 kali dalam seminggu mengindikasikan bahwa QRIS telah menjadi salah satu metode pembayaran yang umum dan rutin digunakan dalam aktivitas transaksi sehari-hari. Selain itu rendahnya presentase responden yang menggunakan QRIS kurang dari 3 kali menunjukkan bahwa sebagian besar responden telah terbiasa memanfaatkan pembayaran digital dalam berbagai kebutuhan transaksi.

Persepsi Manfaat



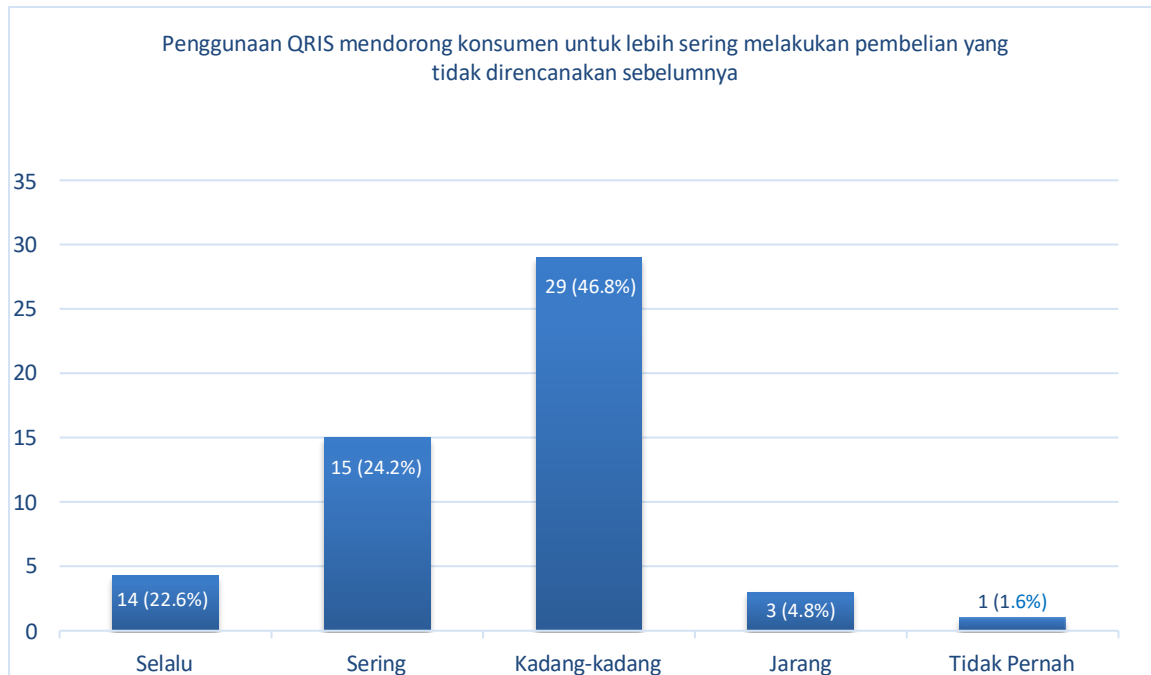
Gambar 1 Presentase penggunaan Qris membuat proses transaksi menjadi lebih mudah

Sebanyak 79% responden menyatakan sangat setuju dan 21% responden menyatakan setuju terhadap pernyataan bahwa penggunaan QRIS membuat proses transaksi pembelian sehari-hari menjadi lebih mudah dan cepat dibandingkan pembayaran tunai maupun kartu. Hasil tersebut menunjukkan bahwa seluruh responden memberikan tanggapan positif terhadap manfaat penggunaan QRIS dalam aktivitas transaksi sehari-hari.

Tingginya presentase jawaban sangat setuju menunjukkan bahwa QRIS dipersepsikan mampu memberikan manfaat nyata bagi pengguna, khususnya dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas proses pembayaran. Penggunaan QRIS

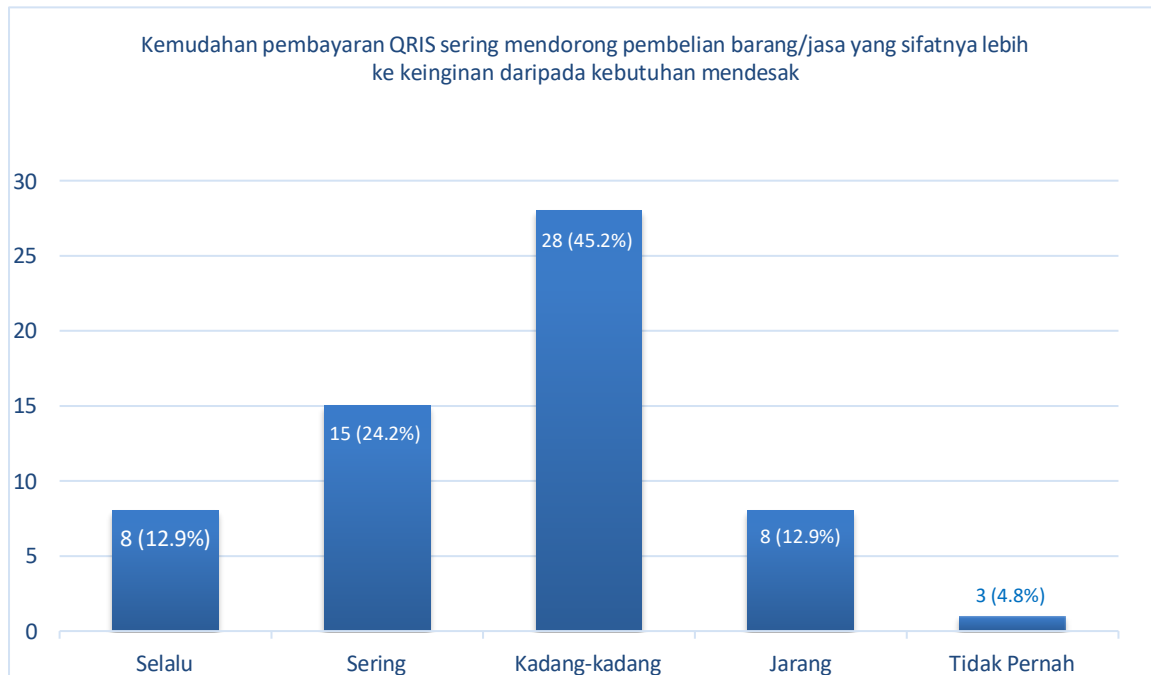
dinilai lebih praktis karena pengguna hanya perlu melakukan pemindaian kode QR melalui aplikasi pembayaran digital pada telepon genggam tanpa harus membawa uang tunai ataupun kartu fisik. Selain itu, proses transaksi yang berlangsung lebih cepat juga membantu menghemat waktu dan mengurangi antrean saat melakukan pembayaran.

Presentase Pembelian



Gambar 2 Presentase Penggunaan QRIS mendorong konsumen untuk lebih sering melakukan pembelian yang tidak direncanakan sebelumnya

Pengaruh penggunaan QRIS terhadap kecenderungan melakukan pembelian yang tidak direncanakan sebelumnya, diperoleh hasil bahwa sebanyak 22,6% responden atau 14 orang menyatakan selalu melakukan pembelian tidak terencana sejak menggunakan QRIS. Selanjutnya, sebanyak 24,2% responden atau 15 orang menyatakan sering, dan mayoritas responden, yaitu 46,8% atau 29 orang, menyatakan kadang-kadang melakukan pembelian yang tidak direncanakan. Sementara itu, sebanyak 4,8% responden atau 3 orang menyatakan jarang, dan hanya 1,6% responden atau 1 orang yang menyatakan tidak pernah melakukan pembelian tidak terencana.



Gambar 3 Kemudahan pembayaran QRIS sering mendorong pembelian barang/jasa yang sifatnya lebih ke keinginan daripada kebutuhan mendesak

Berdasarkan presentase diatas, diperoleh hasil bahwa sebanyak 12,9% responden atau 8 orang menyatakan selalu terdorong melakukan pembelian tersebut. Selanjutnya, sebanyak 24,2 % responden atau 15 orang menyatakan sering, dan mayoritas responden, yaitu sekitar 45,2 atau 28 orang, menyatakan kadang-kadang terdorong untuk membeli barang atau jasa yang bersifat keinginan. Sementara itu, sebanyak 12,9% responden atau 8 orang menyatakan jarang, dan 4,8% responden atau 3 orang menyatakan tidak pernah mengalami hal tersebut.

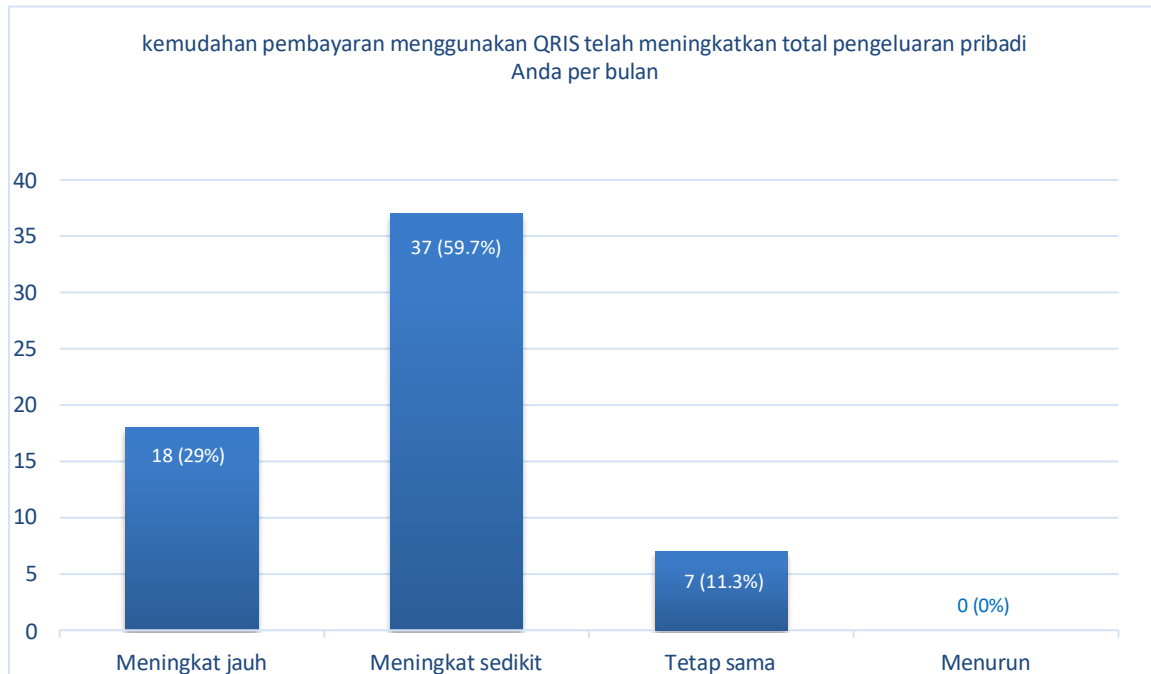
Hasil tersebut menunjukkan bahwa penggunaan QRIS memiliki kecenderungan mendorong perilaku pembelian impulsif pada konsumen. Didominasi jawaban pada kategori kadang-kadang, sering, dan selalu mengindikasikan bahwa kemudahan serta kecepatan transaksi melalui QRIS dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara spontan. Proses pembayaran yang praktis tanpa perlu membawa uang tunai membuat konsumen lebih mudah melakukan transaksi kapan saja dan dimana saja, sehingga potensi terjadinya pembelian yang tidak direncanakan menjadi lebih tinggi.

Sejalan dengan hal tersebut, kemudahan penggunaan QRIS dalam proses pembayaran juga dapat memengaruhi perilaku konsumtif masyarakat, khususnya dalam meningkatkan kecenderungan pembelian yang lebih didasarkan pada keinginan dibandingkan kebutuhan mendesak. Kemudahan, kecepatan, dan kepraktisan transaksi digital melalui QRIS memungkinkan konsumen melakukan pembayaran tanpa harus menyiapkan uang tunai, sehingga keputusan pembelian dapat dilakukan secara lebih spontan. Dominasi jawaban pada kategori kadang-kadang dan sering menunjukan bahwa sebagian besar responden merasakan adanya dorongan untuk melakukan pembelian non-prioritas akibat kemudahan transaksi yang ditawarkan QRIS.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa penggunaan QRIS tidak hanya memberikan manfaat berupa kemudahan dan efisiensi dalam bertransaksi, tetapi

juga berpotensi meningkatkan perilaku konsumtif serta pembelian impulsif di kalangan pengguna.

Perilaku konsumtif



Gambar 4 Presentase kemudahan pembayaran menggunakan QRIS telah meningkatkan total pengeluaran pribadi Anda per bulan

Berdasarkan hasil kuisioner mengenai pengaruh kemudahan pembayaran menggunakan QRIS terhadap total pengeluaran pribadi per bulan, diperoleh hasil bahwa sebanyak 29% responden atau 18 orang menyatakan pengeluaran mereka meningkat jauh setelah menggunakan QRIS. Selanjutnya, mayoritas responden, yaitu sebesar 59,7% atau 37 orang, menyatakan pengeluaran mereka meningkat sedikit. Sementara itu sebanyak 11,3% responden atau 7 orang menyatakan bahwa pengeluaran mereka tetap sama, dan tidak terdapat responden yang menyatakan pengeluaran menurun.

Hal tersebut menunjukkan bahwa kemudahan pembayaran menggunakan QRIS cenderung berpengaruh terhadap peningkatan pengeluaran pribadi pengguna. Kemudahan, kecepatan, dan kepraktisan transaksi digital melalui QRIS memungkinkan konsumen melakukan pembayaran dengan lebih mudah tanpa harus menggunakan uang tunai, sehingga frekuensi transaksi dapat meningkat. Selain itu, proses pembayaran yang sederhana juga dapat mengurangi pertimbangan konsumen sebelum melakukan pembelian, baik untuk kebutuhan maupun keinginan, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan total pengeluaran per bulan.

Dominasi jawaban meningkat sedikit menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasakan adanya kenaikan pengeluaran dalam tingkat yang masih terkendali. Namun, tingginya presentase responden yang menyatakan pengeluaran meningkat jauh juga mengindikasikan bahwa penggunaan QRIS berpotensi mendorong perilaku konsumtif pada sebagian pengguna. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kemudahan pembayaran melalui QRIS tidak hanya memberikan efisiensi transaksi, tetapi juga memiliki pengaruh terhadap peningkatan pola konsumsi dan pengeluaran pribadi pengguna.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 62 responden, penggunaan QRIS memberikan dampak positif dalam mempermudah proses reansaksi digital. Mayoritas responden menggunakan QRIS lebih dari 7 kali dalam seminggu (64,5%), yang menunjukkan bahwa QRIS telah menjadi metode pembayaran yang umum digunakan dalam aktivitas sehari-hari. Selain itu, seluruh responden memberikan tanggapan positif terhadap manfaat QRIS, Dimana 79% responden menyatakan sangat setuju dan 21% setuju bahwa QRIS membuat transaksi lebih mudah dan cepat dibandingkan pembayaran tunai maupun kartu.

Namun, kemudahan penggunaan QRIS juga berpengaruh terhadap meningkatnya perilaku konsumtif dan pembelian impulsive. Sebanyak 22,6% responden menyatakan selalu melakukan pembelian tidak terencana, 24,2% sering, dan 46,8% kadang-kadang sejak menggunakan QRIS. Selain itu, sebanyak 12,9% responden mengaku selalu terdorong membeli barang berdasarkan keinginan, sedangkan 45,2% menyatakan kadang-kadang mengalami hal tersebut. Penggunaan QRIS juga berdampak pada peningkatan pengeluaran pribadi, Dimana 59,7% responden menyatakan pengeluaran meningkat sedikit dan 29% meningkat jauh setelah menggunakan QRIS.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa QRIS tidak hanya memberikan kemudahan, kecepatan, dan efisiensi dalam transaksi, tetapi juga berpotensi meningkatkan perilaku konsumtif dan pengeluaran pribadi karyawan Bank BCA Bandung, khususnya pada kalangan usia muda yang aktif menggunakan teknologi digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Bagus Prasasta Sudiatmika, N., & Ayu Oka Martini, I. (2022). Faktor-Faktor Mempengaruhi Niat Pelaku Umkm Kota Denpasar Menggunakan Qris. *Jmm Unram - Master Of Management Journal*, 11(3), 239–254. <https://doi.org/10.29303/Jmm.V11i3.735>
- Fatmawati, N. (2022). E Commerce Dan Perilaku Konsumtif. *Iain Kediri Press*, 1.
- Haryati, D., & Ak, M. (2021). Fenomena Cashless Society Pada Generasi Milenial Dalam Menghadapi Covid-19. *Business Innovation & Enterpreneurship Journal*, 3. <https://nextren.grid.id>
- Nur Zahra, S., Astuti, Y., & Syarif Hidayatulloh, D. (2023). Pengaruh Digital Payment Qris Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Telkom (Studi Kasus Pada Pujasera Tel-U). *Cakrawala*, 6. <https://cakrawala.imwi.ac.id/index.php/cakrawala/article/view/330/423>
- Parluhutan, C. T., Indah Putri Yana Harahap, H., Berliana, I., Ayu Nofirda, F., & Muhammadiyah Riau, U. (N.D.). *Pengaruh Penggunaan Qris Terhadap Perilaku Konsumen*.
- Rahadi, J., Agrecia, A., Putri Alisia, G. P., Gisella Valecia, V., Ayu Nofirda, F., Studi Manajemen, P., Ekonomi Dan Bisnis, F., & Muhammadiyah Riau, U. (N.D.). *Pengaruh Penggunaan Qris Terhadap Perilaku Konsumen*.
- Rahman, F., Maulana, W., Fauziah, D. A., Lathif, Q., & Alkarim, S. (2025). Pengaruh Perilaku Konsumtif Dan Literasi Keuangan Terhadap Hedonisme Dalam Penggunaan Qris Mahasiswa Universitas Madura: Perspektif Theory Of Planned Behavior. *Juurnal Pustaka Nusantara Multidisiplin*, 3 No. 4, 3–3.
- Saffanah, N., & Amir, W. (2022). *Jemba : Jurnal Ekonomi Pembangunan*,

- Manajemen Dan Bisnis* (Vol. 2, Number 1).
- Satyadharma, K. G., & Sudaryanto, B. (N.D.). Studi Pada Pengguna Aplikasi Shopeepay Mahasiswa Di Kota Semarang. *Diponegoro Journal Of Management*, 10(1). Retrieved [Http://Ejournal-S1.Undip.Ac.Id/Index.Php/Dbr](http://Ejournal-S1.Undip.Ac.Id/Index.Php/Dbr)
- Hamim, Ahmad. (2023). *Pengaruh Literasi Keuangan Digital Dan Kepercayaan Terhadap Impulse Buying Dengan Religisitas Sebagai Variabel Moderating Pada Santri Penggunaaplikasi E-Wallet Di Pondok Pesantren Al-Barokah Ponorogo*. [Http://Etheses.Iainponorogo.Ac.Id/Id/Eprint/23743](http://Etheses.Iainponorogo.Ac.Id/Id/Eprint/23743)