

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Komunikasi merupakan aspek fundamental dalam kehidupan manusia yang memungkinkan individu untuk berinteraksi, berbagi informasi, serta membangun dan mempertahankan hubungan sosial. Komunikasi merupakan proses yang bersifat dinamis, di mana pesan disampaikan diterima, dan dimaknai oleh individu atau kelompok dengan tujuan membangun pemahaman yang selaras. Menurut Rogers dalam bukunya *“Diffusion of innovations”* mendefinisikan komunikasi sebagai *“a process in which participants create and share information with one another in order to reach a mutual understanding”*. Artinya komunikasi adalah sebuah proses dimana para partisipan menciptakan dan membagikan informasi satu sama lain demi mencapai pemahaman bersama. Definisi ini menunjukkan bahwa komunikasi bukan sekedar menyampaikan pesan, tetapi juga menekankan pentingnya membangun kesepahaman atau kesamaan makna antara pihak-pihak yang terlibat (Nugroho & Widiarti, 2022).

Komunikasi dalam kehidupan sosial manusia menjadi jembatan untuk menyampaikan ide-ide baru mereka, maka dari itu komunikasi menjadi salah satu aspek penting bagi manusia agar aktivitas mereka dapat berlangsung. Schramm dalam kajian yang dikutip oleh (Effendy et al., 2023), menyatakan bahwa *“ilmu komunikasi dan kehidupan masyarakat adalah dua konsep yang tak dapat dipisahkan”* artinya, masyarakat tidak mungkin terbentuk tanpa komunikasi dan

sebaliknya komunikasi tidak akan berkembang tanpa masyarakat. Komunikasi bukan hanya sebagai jembatan untuk proses interaksi antar manusia namun didalam proses komunikasi juga dapat memuat ide-ide baru, teknologi dan inovasi atau metode baru untuk diadopsi oleh masyarakat.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam sistem ekonomi dan transaksi keuangan masyarakat. Transformasi digital mendorong munculnya berbagai inovasi dalam sistem pembayaran yang lebih cepat, mudah, dan efisien. Salah satu bentuk inovasi tersebut adalah hadirnya *Quick Responce Code Indonesian Standard (QRIS)*, sebuah standard kode QR nasional yang diluncurkan oleh Bank Indonesia pada tahun 2019 untuk menyatukan berbagai aplikasi pembayaran digital agar dapat digunakan secara universal. *QRIS* menjadi simbol percepatan transformasi digital di sektor keuangan. Sebagai bank sentral, Bank Indonesia tidak hanya berfungsi menjaga stabilitas moneter, tetapi juga berperan aktif dalam mendorong adaptasi masyarakat terhadap perkembangan teknologi keuangan.

Bank Indonesia merupakan bank sentral yang memiliki tugas utama menjaga stabilitas nilai rupiah serta memastikan tercapainya sistem keuangan yang sehat dan efisien. Berdasarkan undang-undang nomor 23 tahun 1999 tentang Bank Indonesia beserta perubahannya, Bank Indonesia memiliki tiga pilar tugas utama yaitu menetapkan dan melaksanakan kebijakan moneter, mengatur dan menjaga kelancaran sistem pembayaran, serta mengatur dan mengawasi sistem

keuangan untuk mendukung pertumbuhan ekonomi nasional. Sebagai lembaga independen Bank Indonesia memiliki wewenang penuh dalam menjalankan kebijakan moneter tanpa campur tangan pihak lain, namun tetap berkoordinasi dengan pemerintah dalam menjaga stabilitas ekonomi. Selain itu, Bank Indonesia juga berperan aktif dalam mendorong transformasi ekonomi digital, peningkatan inklusivitas keungan, serta penguatan daya saing nasional, salah satunya melalui pengembangan sistem pembayaran digital seperti QRIS. Menurut laporan Bank Indonesia (2025) dalam jurnal ekonomi Suryawirawan, (2025) transaksi QRIS tumbuh sebesar 198,7% pada kuartal pertama 2025 dengan pengguna aktif mencapai 53 juta dan lebih dari 34 juta merchant yang telah memanfaatkan sistem ini.

Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi NTT merupakan perpanjangan tangan dari Bank Indonesia di tingkat regional yang berlokasi di Kota Kupang. Kantor Perwakilan ini memiliki tugas untuk melaksanakan kebijakan Bank Indonesia di daerah, terutama dalam menjaga stabilitas sistem keuangan, kelancaran sistem pembayaran, serta mendukung pertumbuhan ekonomi daerah. Selain menjalankan fungsi pengawasan dan koordinasi, Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi NTT juga berperan aktif dalam pemberdayaan ekonomi lokal, salah satunya melalui program pembinaan UMKM dan promosi produk unggulan daerah. Dalam era digital saat ini, BI NTT turut berperan dalam mendorong transformasi sistem pembayaran non-tunai melalui penerapan QRIS untuk memperluas inklusi keuangan.

Didalam ruang lingkup komunikasi juga terdapat aktivitas yang disebut dengan humas (hubungan masyarakat) atau public relations. Humas menjadi unit yang penting dalam suatu lembaga untuk mengelola penyebaran informasi tentang suatu organisasi kepada publik dan membentuk citra suatu perusahaan. Humas bertindak menjadi mediator atau juru bicara dari suatu organisasi untuk membangun citra yang baik dan mengedukasi tentang kelebihan dan keunggulan suatu organisasi kepada publik. Greogory menyebutkan Humas adalah ilmu yang menangani reputasi, dengan tujuan memperoleh pemahaman, dukungan, dan mempengaruhi opini serta perilaku. Humas adalah kegiatan terencana dan berkesinambungan untuk membangun dan mempertahankan hubungan baik serta saling pengertian antara sebuah organisasi dengan publiknya Sazali,(2021). Kegiatan Humas juga dilaksanakan pada Bank Indonesia, Humas Bank Indonesia memiliki peran penting dalam menyebarluaskan informasi dan membangun pemahaman publik mengenai inovasi sistem pembayaran digital sebagai jembatan komunikasi antara Bank Indonesia dan masyarakat, Humas mengedukasi, mengajak, dan meyakinkan berbagai pihak terutama pelaku usaha.

Peran humas Bank Indonesia Kantor sangat penting dalam mendorong adopsi QRIS oleh masyarakat dan pelaku UMKM. Melalui berbagai strategi komunikasi, humas berupaya mengenalkan QRIS tidak hanya sebagai instrumen pembayaran digital yang modern, tetapi juga sebagai solusi praktis untuk memperluas akses keuangan dan mendukung perkembangan usaha kecil di daerah. Promosi dilakukan melalui kegiatan sosialisasi, edukasi publik, kampanye media, serta partisipasi dalam event dan pameran UMKM seperti Exotic Tenun

Fest dan ekonomi kreatif lainnya. Humas juga menjalin kerja sama dengan pemerintah daerah dan komunitas lokal agar pesan tentang manfaat QRIS lebih mudah diterima masyarakat. sejalan dengan itu Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi NTT berupaya dalam hal ini keberhasilan implementasi QRIS di NTT tidak hanya bergantung pada aspek teknologi, tetapi juga pada efektivitas komunikasi yang dibangun oleh Humas dalam menciptakan pemahaman, kepercayaan, dan perubahan perilaku masyarakat menuju transaksi non tunai. Sebagai wilayah kepulauan yang terdiri atas ratusan pulau dengan karakteristik sosial budaya yang beragam, NTT menghadapi dinamika tersendiri dalam proses digitalisasi sistem pembayaran. Berdasarkan data Bank Indonesia, hingga Juni 2024, jumlah merchant yang telah mengadopsi QRIS di NTT mencapai lebih dari 90.000, meningkat signifikan dari angka sekitar 20.000 pada tahun 2021. Pertumbuhan ini mencerminkan hasil kerja

Salah satu sarana untuk mempromosikan penggunaan QRIS adalah melalui Kegiatan usaha mikro kecil menengah (UMKM). Kegiatan UMKM pada dasarnya mencakup seluruh aktivitas usaha yang berkaitan dengan produksi , distribusi, pemasaran, hingga pelayanan jasa yang dilakukan secara mandiri oleh pelaku usaha dalam skala kecil maupun menengah. Proses produksi merupakan proses bagaimana umkm mengadakan bahan baku dari petani lokal, mengelola bahan baku dari bahan mentah menjadi sebuah produk yang dihasilkan dalam bentuk kain tenun, aksesoris, maupun inovasi olahan berbahan dasar pangan lokal NTT, Kemudian dalam aktivitas bisnis UMKM, Proses distribusi menggambarkan bagaimana produk berpindah dari pelaku usaha menuju pihak yang membeli atau

menggunakan produk tersebut. Pola distribusi ini biasanya terbagi menjadi dua jenis utama, yaitu *Business to Business (B2B)* dan *Business to Customer (B2C)*. *Business to business* merupakan proses distribusi ketika UMKM menjual produk mereka kepada bisnis lain, bukan langsung kepada konsumen akhir, sedangkan *business to customer* merupakan proses distribusi ketika UMKM menjual produk langsung kepada konsumen akhir (pelanggan individu). Dan proses yang terakhir adalah pemasaran, pemasaran merupakan kombinasi strategi untuk memperkenalkan, menarik dan mempertahankan pelanggan dengan cara membuat logo UMKM, kemasan yang profesional. Dengan menggunakan strategi pemasaran offline seperti display produk di galeri tenun mereka sendiri, toko oleh-oleh ataupun dirumah produksi dan dipamerkan pada saat mengikuti event, adapun pemasaran online dengan mengunggah foto/video produk mereka di media sosial, promosi testimoni pelanggan, katalog digital di *whatsapp business*, pembuatan konten budaya (tenun).

Dalam konteks ekonomi daerah, UMKM berperan sebagai penggerak utama perekonomian masyarakat melalui kegiatan produksi barang seperti kerajinan tangan, kuliner dan tenun ikat, serta jasa sederhana seperti katering, bengkel, atau layanan rumah tangga. Selain itu kegiatan UMKM juga terlihat dalam aktivitas pemasaran yang dilakukan secara langsung di pasar tradisional, toko kecil, maupun melalui partisipasi dalam event pameran dan festival ekonomi kreatif. Kegiatan UMKM yang berlangsung secara intens dalam kehidupan sehari-hari masyarakat menjadikannya saluran strategis untuk memperkenalkan dan mempromosikan QRIS sebagai metode pembayaran digital. Interaksi langsung

saat melakukan transaksi dengan pelaku usaha menjadikan penggunaan QRIS nyata dan praktis. Kehadiran QRIS tidak hanya mempercepat proses pembayaran, tetapi juga memberikan pengalaman langsung kepada pelanggan tentang kemudahan, keamanan dan efisiensi sistem pembayaran digital. Dengan demikian kegiatan UMKM menjadi sarana sosialisasi yang efektif karena bersentuhan langsung dengan kebutuhan dasar konsumen sekaligus memperluas literasi keuangan digital. Penerapan teknologi QRIS pada sektor UMKM memberikan kemudahan dalam proses transaksi, dengan satu kode QRIS pelaku UMKM dapat menerima pembayaran melalui berbagai aplikasi dompet digital maupun mobile banking.

UMKM binaan Bank Indonesia merupakan bagian dari strategi pengembangan ekonomi nasional yang berfokus pada peningkatan daya saing usaha masyarakat melalui pelatihan, pendampingan dan fasilitas promosi. Bank Indonesia (2022) menegaskan bahwa pembinaan UMKM tidak hanya berfokus pada peningkatan kapasitas produksi dan pemasaran, tetapi juga diarahkan pada pemanfaatan teknologi keuangan digital, terutama melalui penerapan QRIS. Melalui program ini, UMKM binaan diharapkan mampu menjadi teladan dalam mengadopsi inovasi sistem pembayaran yang lebih efisien, aman dan inklusif. Di provinsi NTT UMKM memiliki peran pada sektor ekonomi kreatif berbasis budaya, seperti tenun ikat, kakao, kopi, kenari, marunga atau kelor, madu dan produk pariwisata. Namun keterbatasan infrastruktur, rendahnya literasi digital, serta hambatan geografis kepulauan masih menjadi tantangan dalam pengembangan usaha. Dalam hal ini Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi

NTT hadir melalui program pembinaan dan promosi UMKM untuk menjawab tantangan tersebut. Berbagai kegiatan seperti Exotic Tenun Fest menjadi media strategis dalam memperkenalkan produk UMKM binaan sekaligus mendorong penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran modern. Dengan demikian pembinaan UMKM oleh Bank Indonesia NTT tidak hanya berkontribusi pada peningkatan daya saing produk lokal, tetapi juga mendukung inklusi keuangan dan akselerasi transformasi digital di wilayah NTT. Exotic Tenun fest merupakan kegiatan rutin yang setiap tahunnya dilaksanakan oleh Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi NTT, kegiatan ini bertujuan untuk promosi perdagangan, perluasan ekspor, pameran pariwisata dan juga langkah-langkah digitalisasi sistem pembayaran melalui perluasan QRIS dan merupakan puncak kegiatan pengembangan UMKM dengan beberapa langkah konkrit , seperti pendampingan UMKM, fasilitas penjualan ekspor, business matching, serta perluasan akseptasi QRIS.

Peserta UMKM Exotic Tenun Fest 2025 merupakan UMKM lokal yang berasal dari berbagai wilayah di NTT dengan beragam produk terbaik mereka yang disediakan dan siap dijual. Mulai dari wastra budaya tenun, aksesoris berbahan dasar tenun, ornamen motif tenun NTT ada juga kopi, makanan dan minuman yang berbahan dasar dari tumbuhan yang tumbuh dan berkembang di NTT seperti kakao, kenari, kelor, madu alami dan juga tidak ketinggalan dengan UMKM yang menjual makanan kekinian yang mengikuti trend dan perkembangan zaman. UMKM peserta Exotic Tenun Fest ini tidak hanya berperan dalam melestarikan budaya dan warisan tradisional tetapi juga dalam mengembangkan

inovasi produk yang memiliki daya saing di pasar modern. Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi NTT memfasilitasi keikutsertaan UMKM binaan dalam kegiatan ini sebagai bagian dari strategi promosi, pemberdayaan, serta perluasan akses pasar. Pada pelaksanaan Exotic Tenun Fest Bank Indonesia NTT secara khusus mendorong penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran utama. Penerapan QRIS di event ini memudahkan transaksi antara pengunjung dan pelaku UMKM, sekaligus memperkuat literasi keuangan digital dikalangan pelaku usaha.

UMKM memilih menggunakan QRIS karena mereka merasa cara ini lebih mudah, cepat, dan praktis dibandingkan pembayaran tunai. Dengan QRIS, mereka tidak perlu repot menyiapkan uang kembalian, menghitung uang di tempat, atau mengatasi kesalahan hitung saat transaksi. Semua pembayaran langsung tercatat otomatis sehingga membantu mereka mengontrol pemasukan harian dengan lebih rapi. Selain itu, QRIS dianggap aman, karena uang langsung masuk ke rekening sehingga pelaku UMKM tidak membawa banyak uang tunai yang berisiko hilang atau dipalsukan. QRIS juga memudahkan pelanggan yang sekarang lebih sering menggunakan aplikasi pembayaran digital. Ketika pelanggan merasa nyaman, transaksi jadi lebih lancar dan omzet bisa meningkat. Bagi UMKM binaan Bank Indonesia, penggunaan QRIS juga menjadi bagian dari pendampingan dan pengembangan usaha. Mereka merasa terbantu karena BI memberikan edukasi, sosialisasi, dan fasilitas untuk memakai QRIS, sehingga proses adopsi menjadi lebih mudah. Penggunaan QRIS juga membantu UMKM mengikuti perkembangan zaman. Banyak pelaku usaha menyadari bahwa dunia

usaha sudah bergerak ke arah digital, sehingga QRIS menjadi pilihan untuk tetap relevan dan tidak tertinggal. Dengan QRIS, usaha mereka terlihat lebih profesional, modern, dan dipercaya oleh pelanggan.

UMKM Binaan Bank Indonesia didorong untuk mengimplementasikan QRIS dalam transaksi mereka sebagai upaya mendorong literasi keuangan digital, mempercepat inklusi keuangan. Namun dalam praktik di lapangan masih terdapat pelanggan yang terbiasa melakukan transaksi tunai, sehingga sering diarahkan. Perilaku pelanggan dalam kondisi tersebut dapat dipahami melalui teori difusi inovasi yang menjelaskan bahwa adopsi inovasi melalui lima tahapan yaitu pengetahuan, persuasi, keputusan, implementasi, konfirmasi. Setelah pelanggan mencoba menggunakan QRIS, pengalaman yang positif akan mendorong mereka masuk ke tahap konfirmasi, sehingga penggunaan QRIS berpotensi menjadi kebiasaan baru dalam bertransaksi. Selain itu perilaku pelanggan juga dapat dianalisis melalui teori pilihan rasional. teori ini menyatakan bahwa individu bertindak berdasarkan pertimbangan biaya dan manfaat. Dalam konteks pembayaran QRIS pelanggan akan menimbang manfaat seperti kemudahan, keamanan, kecepatan transaksi, hingga potensi adanya promo cashback. Disisi lain, pelanggan juga mempertimbangkan biaya yang mungkin terjadi, seperti keterbatasan saldo digital, kebutuhan akses internet, maupun ketidaknyamanan karena belum terbiasa. Jika manfaat yang diperoleh lebih besar daripada biaya yang dirasakan, maka pelanggan akan lebih cenderung mengadopsi QRIS sebagai metode pembayaran.

Dari hasil penjelasan yang sudah peneliti jabarkan membuat peneliti tertarik dalam penelitian dengan judul “Difusi Inovasi Penggunaan QRIS pada Pelanggan UMKM Binaan Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi NTT (Studi Kasus pada pelanggan UMKM Peserta Exotic Tenun Fest 2025) karena topik ini mempresentasikan fenomena aktual dari perkembangan transformasi digital di sektor keuangan, peneliti melihat bahwa penerapan QRIS tidak hanya menjadi inovasi teknologi pembayaran, tetapi juga mencerminkan proses perubahan sosial dan perilaku pelanggan terhadap penggunaan sistem keuangan digital.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Bagaimana proses difusi inovasi penggunaan QRIS pada pelanggan UMKM binaan Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi NTT ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui proses difusi inovasi penggunaan QRIS pada pelanggan UMKM binaan Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi NTT.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis
  - a. Memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam kajian difusi inovasi QRIS.
  - b. Menambah literatur mengenai penerapan sistem pembayaran digital berbasis QRIS dalam konteks UMKM di daerah khususnya NTT.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi NTT

Memberikan masukan untuk menyusun strategi komunikasi dan sosialisasi QRIS yang lebih efektif dalam pembinaan UMKM.

### b. Bagi UMKM

Memberikan pemahaman tentang manfaat, kendala, dan strategi adopsi QRIS sehingga dapat meningkatkan daya saing usaha.

### c. Bagi Program Studi

Penelitian ini dapat menjadi salah satu Penelitian ini dapat menjadi salah satu referensi pustaka bagi sivitas akademika Program Studi Ilmu Komunikasi Unwira, khususnya dalam pengembangan kajian komunikasi inovasi, komunikasi pembangunan, serta komunikasi digital dalam konteks lokal.

## **1.5 Kerangka Pemikiran, Asumsi dan Hipotesis**

### **1.5.1 Kerangka Pemikiran**

Trochim dan Lester dalam Iba & Wardhana,(2024) menyatakan bahwa kerangka berpikir adalah suatu panduan yang membantu peneliti dalam pemilihan jenis data yang sesuai untuk dikumpulkan dalam penelitian. Hal ini memastikan bahwa data yang dikumpulkan secara akurat mencerminkan tujuan penelitian, memiliki kualitas yang tinggi, dan relevan dengan kebutuhan penelitian tertentu.

Penelitian dengan judul “ Difusi Inovasi QRIS Pada pelanggan UMKM Binaan Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi NTT (Studi Kasus Pada Pelanggan UMKM Peserta Exotic Tenun Fest 2025) merupakan penelitian dengan Jenis Penelitian deskriptif kualitatif, penelitian deskriptif merupakan metode penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan hasil penelitian. Sesuai dengan namanya, jenis penelitian ini bertujuan memberikan deskripsi, penjelasan, serta validasi terkait fenomena yang sedang diteliti Ramdhan (2021). Peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif untuk mendeskripsikan bagaimana penggunaan difusi inovasi QRIS pada pelanggan UMKM binaan Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi NTT (studi kasus pada pelanggan UMKM peserta Exotic Tenun Fest 2025). Dengan metode ini data yang diperoleh dapat memberikan wawasan yang lebih kaya tentang konteks sosial dan budaya yang mempengaruhi adopsi QRIS.

Metode penelitian ini adalah studi kasus berkelompok dan penelitian ini dilatar belakangi oleh perubahan signifikan dalam sistem pembayaran yang kini bergerak ke arah digitalisasi. Salah satu wujud transformasi tersebut adalah peluncuran QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) oleh Bank Indonesia sebagai bentuk inovasi dalam sistem pembayaran nontunai, berdasarkan latar belakang masalah tersebut peneliti ingin meneliti bagaimana proses difusi inovasi pada pelanggan UMKM binaan Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi NTT. Untuk menjawab latar belakang masalah tersebut dan untuk mengukur sejauh mana difusi inovasi itu diterima kemudian digunakan oleh UMKM tersebut, peneliti menggunakan teori difusi inovasi Everett M. Rogers

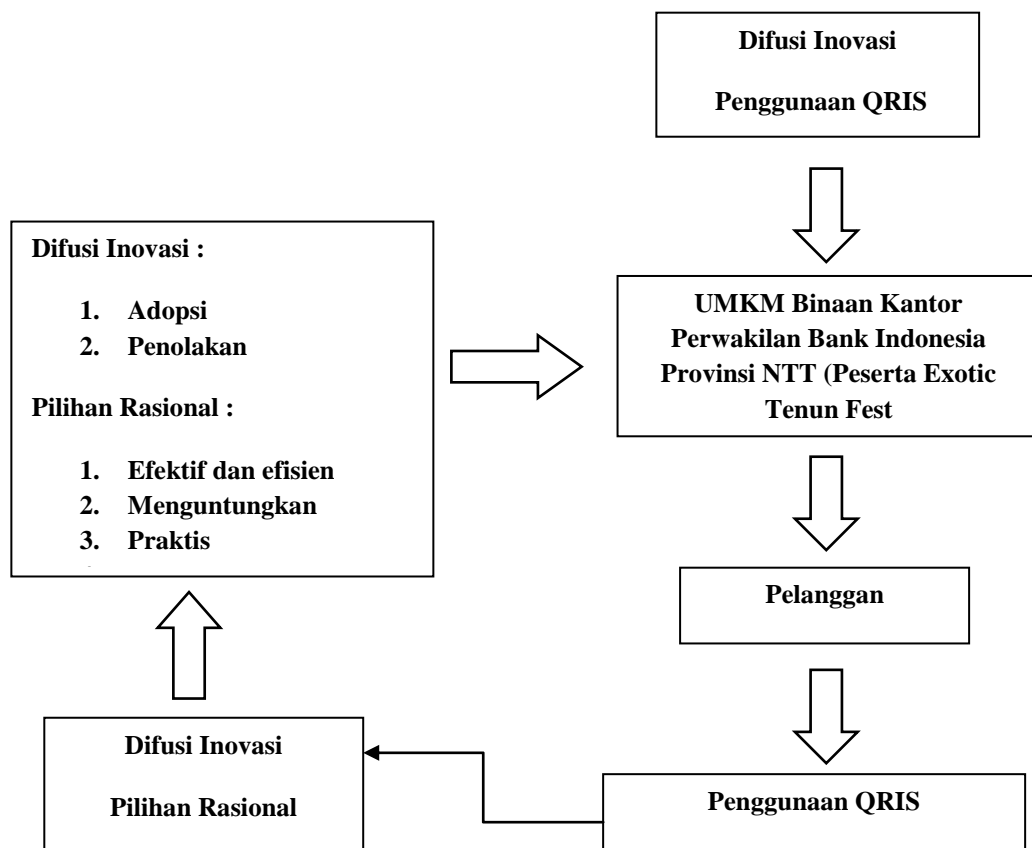
(2003) yang mengatakan bahwa terdapat lima tahapan difusi inovasi mulai dari tahapan pengetahuan (knowledge) fase ini adalah fase dimana individu/kelompok mengetahui adanya inovasi, tahapan persuasi (persuasion) fase ketika individu/kelompok mengetahui adanya inovasi, kemudian individu/kelompok membentuk sikap terhadap suatu inovasi baik positif maupun negatif. Tahapan keputusan (decision) fase ketika individu/kelompok memutuskan untuk menerima adopsi inovasi atau menolak setelah mempertimbangkan informasi dan sikap yang terbentuk pada fase persuasi. Tahapan implementasi (implementation) fase ketika individu/kelompok benar-benar mulai menggunakan inovasi dalam kehidupan sehari-hari atau aktivitas kerjanya. Hingga tahapan konfirmasi (confirmation) fase paling akhir ketika individu/kelompok mencari penguatan atas keputusan yang sudah diambil apakah terus menggunakan inovasi atau tidak menggunakan. Melalui lima tahapan difusi inovasi Rogers ini dapat mengidentifikasi cara komunikasi inovasi QRIS disampaikan kepada UMKM, bagaimana proses penerimaan dan adopsinya terjadi, serta keuntungan dan tantangan yang muncul dalam penggunaan QRIS.

Selain menggunakan teori difusi inovasi oleh Everett M. Rogers Peneliti juga menggunakan Teori pilihan rasional oleh James Coleman (dalam Firsanty et al., 2025) teori ini menyatakan bahwa individu bertindak dengan tujuan jelas untuk memaksimalkan manfaat sesuai keterbatasan yang ada. Teori ini berasumsi bahwa individu bertindak secara rasional untuk memaksimalkan keuntungan (utility) dan meminimalkan kerugian (cost) dalam setiap keputusan yang diambil. Teori ini dapat digunakan untuk menganalisis keputusan pelanggan UMKM

dalam mengadopsi QRIS. Dalam perspektif ini pelanggan UMKM yang rasional selalu berusaha untuk meningkatkan keuntungan sekaligus mengurangi kerugian dari setiap pilihan yang diambil. Pilihan untuk memanfaatkan QRIS tidak dilakukan secara tiba-tiba, melainkan melalui proses pertimbangan yang logis dan sistematis. Dengan demikian kerangka pemikiran ini menjadi dasar untuk memahami keterkaitan antara proses komunikasi inovasi, penerimaan inovasi, dan dampaknya terhadap perkembangan usaha UMKM di NTT.

Berikut adalah bagan kerangka pemikiran :

**Bagan 1. 1 Kerangka Pemikiran**



### **1.5.2 Asumsi**

Asumsi atau anggapan dasar ialah anggapan yang menjadi titik tolak penelitian, asumsi secara implisit terkandung dalam paradigma, perspektif dan kerangka teori yang digunakan dalam penelitian, asumsi umumnya diterima begitu saja sebagai suatu yang benar dengan sendirinya, asumsi biasa berasal dari postulat, yaitu (dahlil-dahlil) apriori yang tidak dapat dibuktikan kebenarannya (Prasetyo et al., 2022).

Dengan demikian maka asumsi dalam penelitian ini berasumsi bahwa terdapat proses difusi inovasi dan pilihan rasional dalam penggunaan *QRIS* oleh pelanggan UMKM binaan Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi NTT.

### **1.5.3 Hipotesis**

Hipotesis ialah suatu anggapan yang belum pasti, yang berarti bahwa hipotesis tersebut ialah sebuah pernyataan atau opini yang masih perlu diuji kebenarannya. Oleh karenanya, hipotesis ini bersifat sementara atau merupakan dugaan awal Kriyantono,(2022).

Dengan demikian maka hipotesis dari penelitian ini adalah difusi inovasi dan pilihan rasional penggunaan *QRIS* pada pelanggan UMKM binaan Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi NTT dapat diketahui melalui sikap menerima inovasi, menolak inovasi juga pilihan untuk mendapat pelayanan yang lebih efektif, efisien, praktis.