

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
ADOPSI QRIS OLEH PEDAGANG PASAR
TRADISIONAL: STUDI KASUS MULTIPASAR
DI TANGERANG SELATAN (OKTOBER –
DESEMBER 2025)**



TESIS

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
memperoleh derajat sarjana S-2 Magister Manajemen
Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro**

Disusun oleh:

**NAZARUDDIN
NIM. 12010124413115**

FEB UNDIP

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2026



SERTIFIKASI

Saya, Nazaruddin yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa tesis yang saya ajukan ini adalah hasil karya saya sendiri yang belum pernah disampaikan untuk mendapatkan gelar pada Program Magister Manajemen ini ataupun program lainnya. Karya ini adalah milik saya, karena itu pertanggungjawabannya sepenuhnya berada di pundak saya.

Semarang, 30 Maret 2026.

Nazaruddin
NIM. 12010124413115

FEB UNDIP

PENGESAHAN TESIS

Yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa Tesis berjudul:

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI ADOPSI QRIS OLEH PEDAGANG PASAR TRADISIONAL : STUDI KASUS MULTIPASAR DI TANGERANG SELATAN (OKTOBER- DESEMBER 2025)

Yang disusun oleh Nazaruddin, NIM 12010124413115
telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 17 April 2026
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

Semarang, 5 Mei 2026
Universitas Diponegoro
Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Program Studi Magister Manajemen
Ketua Program

Pembimbing



Mirwan Surya Perdhana, S.E., M.M., Ph.D.

Mirwan Surya Perdhana, S.E., M.M., Ph.D.

ABSTRACT

This study aims to analyze the factors influencing the adoption of the Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) among traditional market merchants in South Tangerang. The research employs a qualitative approach using an embedded multiple case study design, involving four traditional markets, consisting of two developer-managed markets and two government-managed markets. Data were collected through in-depth interviews with merchants, market managers, and customers, as well as field observations, and were analyzed using thematic analysis supported by NVivo software.

The results show that QRIS adoption is influenced by enablers, barriers, and market context. Perceived usefulness is the main driver, supported by social influence customer demand, and outcomes. Key barriers include low digital literacy, limited infrastructure, cash-based habits, and low trust. Market context also plays a significant role, with developer-managed markets showing higher adoption levels than non-developer markets.

This study confirms the relevance of the Technology Acceptance Model (TAM), while highlighting the importance of incorporating external factors. The findings provide practical implications for financial institutions and market managers to promote sustainable QRIS adoption.

Keywords: *QRIS, technology adoption, traditional markets, digital payment*



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi adopsi Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) oleh pedagang pasar tradisional di wilayah Tangerang Selatan. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus multipasar (embedded multiple case study) yang melibatkan empat pasar tradisional, terdiri dari dua pasar yang dikelola oleh developer dan dua pasar yang dikelola oleh pemerintah daerah. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam terhadap pedagang, pengelola pasar, dan pembeli, serta observasi lapangan, kemudian dianalisis menggunakan pendekatan analisis tematik dengan bantuan software NVivo.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa adopsi QRIS dipengaruhi oleh faktor pendorong (enabler), hambatan (barrier), konteks pasar, dan outcome. Persepsi manfaat menjadi faktor utama yang mendorong penggunaan, didukung oleh pengaruh sosial dan permintaan pembeli. Sementara itu, hambatan utama meliputi rendahnya literasi digital, keterbatasan infrastruktur, kebiasaan transaksi tunai, serta rendahnya kepercayaan. Konteks pasar juga berperan penting, di mana pasar yang dikelola developer memiliki tingkat adopsi lebih tinggi dibandingkan pasar non-developer.

Penelitian ini menegaskan relevansi Technology Acceptance Model (TAM) sebagai kerangka analisis yang perlu diperluas dengan faktor eksternal. Temuan ini memberikan implikasi bagi perbankan dan pengelola pasar dalam mendorong adopsi QRIS secara berkelanjutan.

Kata kunci: QRIS, adopsi teknologi, pasar tradisional, TAM, pembayaran digital.



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis haturkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya selama proses penyusunan tesis ini. Atas izin-Nya, tesis ini dapat diselesaikan dengan baik dan diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi pada Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro.

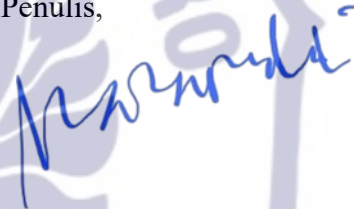
Selama proses penyusunan tesis ini, penulis memperoleh berbagai pengalaman dan pembelajaran yang berharga. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, serta kontribusi dalam penyelesaian tesis ini, khususnya kepada:

1. Prof. Dr. Suharnomo, S.E., M.Si., selaku Rektor Universitas Diponegoro.
2. Mirwan Surya Perdhana, S.E., M.M., Ph.D., selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro sekaligus dosen wali yang senantiasa memberikan arahan selama masa perkuliahan.
3. Mirwan Surya Perdhana, S.E., M.M., Ph.D., selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah meluangkan waktu, memberikan ilmu, bimbingan, serta masukan yang konstruktif sehingga penulis mampu menyelesaikan penelitian tesis ini dengan baik.
4. Seluruh dosen dan pengelola Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro yang telah memberikan ilmu pengetahuan serta dukungan selama proses perkuliahan.

5. Rekan-rekan Magister Manajemen Universitas Diponegoro yang telah memberikan semangat kebersamaan dan saling mendukung dalam menyelesaikan pendidikan selama empat semester terakhir.
6. Seluruh pihak yang turut berkontribusi dalam proses penyusunan tesis ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu, atas segala dukungan dan doa yang diberikan.

Semarang, 30 Maret 2026

Penulis,



Nazaruddin



FEB UNDIP

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SERTIFIKASI.....	ii
PENGESAHAN TESIS.....	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Permasalahan.....	9
1.3 Rumusan Masalah.....	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	11
1.6 Batasan Penelitian dan Istilah Operasional.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Telaah Pustaka	13
2.1.1 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).....	13
2.1.2 Usaha Besar	14
2.1.3 Klasifikasi Pasar	15
2.1.4 Produk Digital Payment	17
2.2 Technology Acceptance Model (TAM).....	20
2.3 Penelitian Terdahulu	21
2.4 Kerangka Berfikir	29

BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Pendekatan dan Desain Penelitian	31
3.1.1 Pendekatan Kualitatif: <i>Case Study</i>	32
3.2 Jenis dan Sumber Data.....	33
3.2.1 Data Primer	33
3.2.2 Data Sekunder	34
3.3 Metode dan Pengumpulan Data	35
3.3.1 Data Primer	35
3.3.2 Data Sekunder	37
3.4 Teknik Validitas dan Reliabilitas	38
3.5 Refleksivitas Peneliti.....	39
3.6 Teknik Analisis Data.....	40
3.6.1 Pendekatan Analisis Tematik.....	40
3.6.2 Penggunaan Software NVivo.....	41
3.7 Skema Kode Awal / Koding Kualitatif.....	41
3.8 Analisis dan Pelaporan	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	45
4.1.1 Pasar Modern BSD (Developer).....	46
4.1.2 Pasar Modern Bintaro (Developer)	47
4.1.3 Pasar Serpong (Non-Developer)	47
4.1.4 Pasar Ciputat (Non-Developer).....	48
4.2 Karakteristik Informan	49
4.2.1 Karakteristik Informan Pedagang	49
4.2.2 Karakteristik Informan Pengelola Pasar	50
4.2.3 Karakteristik Informan Pembeli	51
4.3 Hasil Analisis Tematik (Mengacu pada Kode Awal NVivo)	52
4.3.1 Enabler (Pendorong Adopsi).....	66
4.3.2 Barrier (Hambatan Adopsi)	69
4.3.3 Konteks Pasar.....	72

4.3.4	Outcome (Hasil Adopsi).....	73
4.4	Analisis Perbandingan	74
4.4.1	Perbandingan Faktor Enabler Pasar Developer dan Non- Developer.....	75
4.4.2	Perbandingan Faktor Barrier Pasar Developer dan Non- Developer.....	76
4.4.3	Perbandingan Konteks Pasar dan Pengaruhnya terhadap Adopsi	77
4.4.4	Perbandingan Outcome Adopsi QRIS	77
4.4.5	Sintesis Hasil Analisis Perbandingan	78
4.4.6	Komparasi Perspektif Aktor dalam Ekosistem Adopsi QRIS	79
4.5	Pembahasan	82
4.5.1	Persepsi Manfaat dan Keputusan Penggunaan QRIS	83
4.5.2	Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Literasi Digital	83
4.5.3	Peran Lingkungan Pasar dan Tata Kelola dalam Adopsi Transaksi Digital	84
4.5.4	Pembeli sebagai Faktor Pendorong dalam Ekosistem Transaksi Digital	85
4.5.5	Sintesis Pembahasan	85
4.5.6	Integrasi Temuan dengan <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM) 86	
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		89
5.1	Kesimpulan	89
5.2	Implikasi.....	92
5.2.1	Implikasi Teoretis.....	92
5.2.2	Implikasi Praktis	93
5.2.3	Implikasi Kebijakan.....	95
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	96
5.4	Saran Penelitian	96

DAFTAR PUSTAKA..... 98

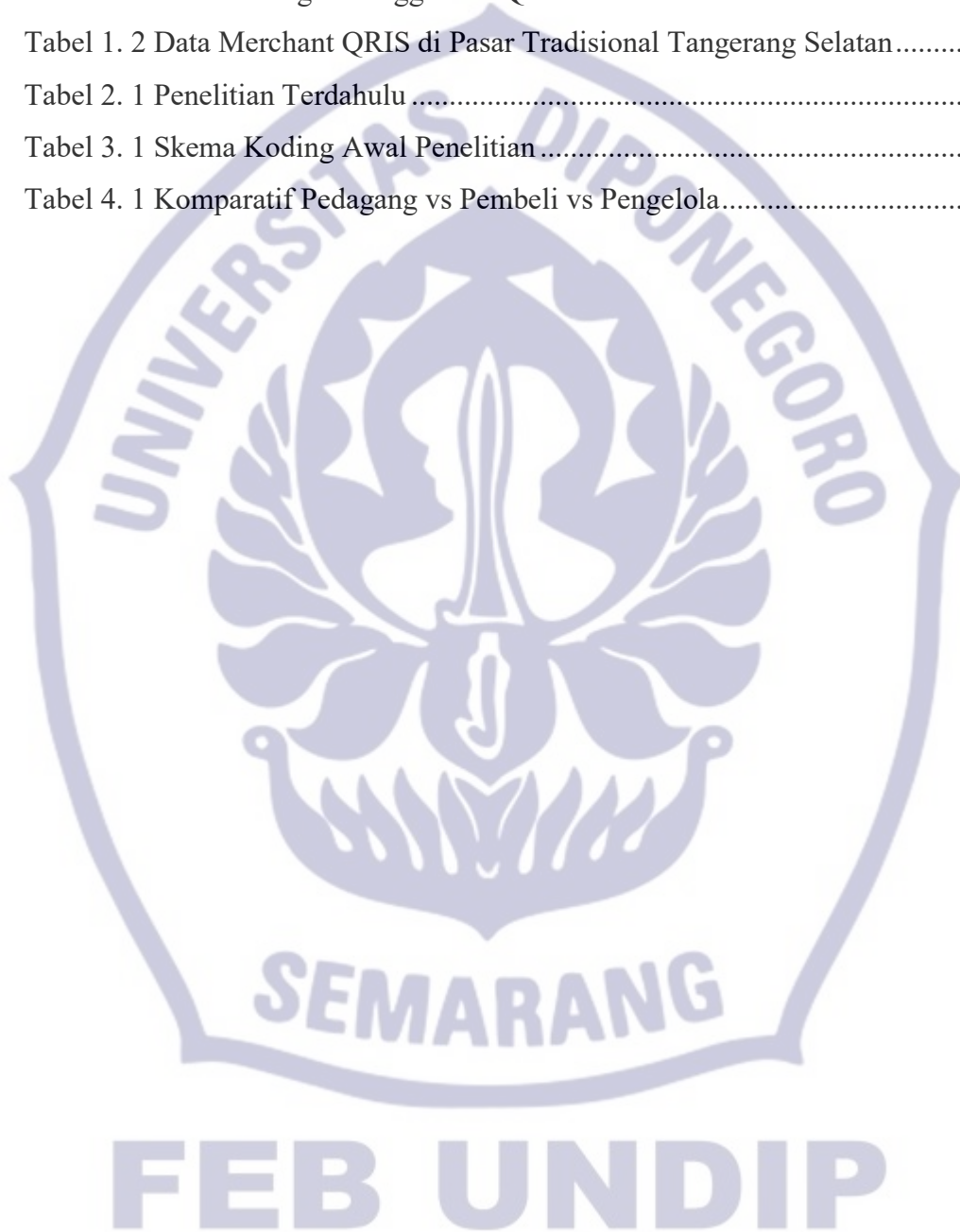
LAMPIRAN.....101



FEB UNDIP

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perkembangan Penggunaan QRIS di Indonesia.....	3
Tabel 1. 2 Data Merchant QRIS di Pasar Tradisional Tangerang Selatan.....	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3. 1 Skema Koding Awal Penelitian.....	41
Tabel 4. 1 Komparatif Pedagang vs Pembeli vs Pengelola.....	79



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Presentase Perkembangan Penggunaan QRIS di Indonesia ...	3
Gambar 1. 2 Jumlah Merchant QRIS di Indonesia	4
Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir.....	29
Gambar 4. 1 Word Cloud.....	52
Gambar 4. 2 Koding Informan Wawancara Pedagang Ke Satu.....	54
Gambar 4. 3 Koding Informan Wawancara Pedagang Ke Dua	54
Gambar 4. 4 Koding Informan Wawancara Pedagang Ke Tiga.....	55
Gambar 4. 5 Koding Informan Wawancara Pedagang Ke Empat	55
Gambar 4. 6 Koding Informan Wawancara Pedagang Ke Lima	56
Gambar 4. 7 Koding Informan Wawancara Pedagang Ke Enam.....	56
Gambar 4. 8 Koding Informan Wawancara Pedagang Ke Tujuh	57
Gambar 4. 9 Koding Informan Wawancara Pedagang Ke Delapan.....	57
Gambar 4. 10 Koding Informan Wawancara Pedagang Ke Sembilan.....	58
Gambar 4. 11 Koding Informan Wawancara Pedagang Ke Sepuluh.....	58
Gambar 4. 12 Koding Informan Wawancara Pedagang Ke Sebelas.....	59
Gambar 4. 13 Koding Informan Wawancara Pedagang Ke Dua Belas	59
Gambar 4. 14 Project Map	63
Gambar 4. 15 Hierarchy Chart.....	65
Gambar 4. 16 Hierarchy Chart Faktor Pendorong Adopsi.....	66
Gambar 4. 17 Hierarchy Chart Faktor Hambatan Adopsi.....	70
Gambar 4. 18 Hierarchy Chart Outcome	73

FEB UNDIP

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sejalan dengan kemajuan peradaban manusia, proses transaksi mengalami perubahan signifikan dari sistem yang sederhana hingga menjadi sangat kompleks dengan dukungan teknologi modern. Transaksi yang dalam kehidupan manusia berfungsi sebagai alat tukar dalam kegiatan ekonomi memungkinkan individu dan kelompok untuk mendapatkan barang dan jasa yang diperlukan.

Sejak awal peradaban, manusia menggunakan sistem barter sebagai metode transaksi, menukar barang atau jasa dengan yang lain. Namun, sistem ini memiliki banyak keterbatasan, seperti kesulitan menemukan pihak dengan kebutuhan sepadan dan menentukan nilai tukar yang adil. Untuk mengatasinya, manusia mulai memanfaatkan uang komoditas, seperti rempah-rempah, garam, serta logam mulia terutama emas dan perak karena memiliki sifat yang tahan lama dan mudah diterima. Inovasi penting terjadi di Tiongkok pada tahun 1010 M dengan diperkenalkannya uang kertas oleh Dinasti Song Utara, yang menawarkan efisiensi dan kemudahan dalam transaksi dibanding uang logam. Kemudian, lembaga keuangan muncul untuk menyediakan layanan penyimpanan, pinjaman, dan transfer dana, yang menjadi dasar sistem perbankan modern.

Memasuki abad ke-19 hingga abad ke-20, sistem pembayaran terus berkembang dengan munculnya cek, wesel, kartu kredit, dan kartu debit yang semakin mempermudah transaksi tanpa uang tunai. Pada akhir abad ke-20,

teknologi digital melahirkan dompet digital (e-wallet) seperti PayPal, Apple Pay, dan GoPay, yang memungkinkan transaksi cepat dan aman secara elektronik. Salah satu terobosan penting lainnya adalah QR Code, yang diciptakan oleh Masahiro Hara pada tahun 1994. Meskipun awalnya kurang diminati, metode ini menjadi sangat populer saat pandemi COVID-19 karena mendukung transaksi nirsentuh. Secara keseluruhan, evolusi sistem pembayaran mencerminkan kebutuhan manusia akan efisiensi, keamanan, dan adaptasi terhadap kemajuan teknologi, yang kini semakin mengarah ke digitalisasi dan integrasi dengan kecerdasan buatan.

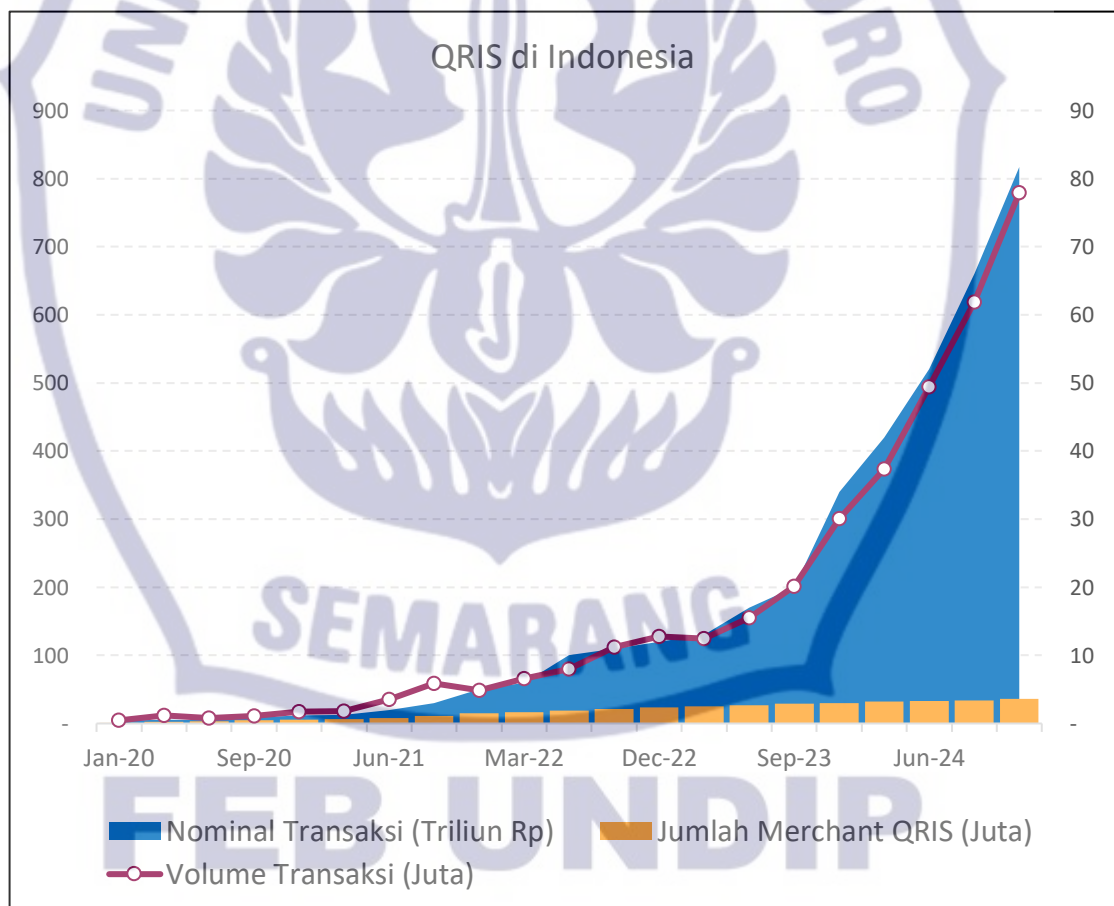
Di Indonesia, ulang tahun kemerdekaan tanggal 17 Agustus 2019 menjadi moment penting dalam dunia pembayaran digital di Indonesia. Pada tanggal tersebut Bank Indonesia resmi meluncurkan QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) sebagai alat pembayaran digital di Indonesia. Ini merupakan lompatan besar sebagai bagian dari inovasi pembayaran digital sekaligus mendorong inklusi keuangan sampai ke level usaha mikro.

Sejak launching agustus 2019 penggunaan transaksi digital dengan kode QR (QRIS) di Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang signifikan. Hal ini dimungkinkan mengingat pengguna smartphone sebagai media QRIS juga sudah sangat masif dan merata sampai ke pelosok di seluruh Indonesia. Berikut adalah beberapa data mengenai perkembangan penggunaan QRIS di Indonesia:

Tabel 1. 1
Perkembangan Penggunaan QRIS di Indonesia

	Jan-20	Mar-20	Jun-20	Sep-20	Dec-20	Mar-21	Jun-21	Sep-21	Dec-21	Mar-22	Jun-22	Sep-22	Dec-22	Mar-23	Jun-23	Sep-23	Dec-23	Mar-24	Jun-24	Sep-24	Dec-24
Jumlah Merchant QRIS (Juta)	1	3	4	5	6	7	8	11	15	17	19	22	24	25	27	29	30	32	33	34	36
Volume Transaksi (Juta)	5	12	8	11	17	18	35	59	49	66	80	112	128	125	155	201	301	374	494	619	779
Nominal Transaksi (Triliun Rp)	0	1	0	1	1	1	2	3	5	6	10	11	12	13	17	20	34	42	52	66	82

Gambar 1. 2
Jumlah Presentase Perkembangan Penggunaan QRIS di Indonesia

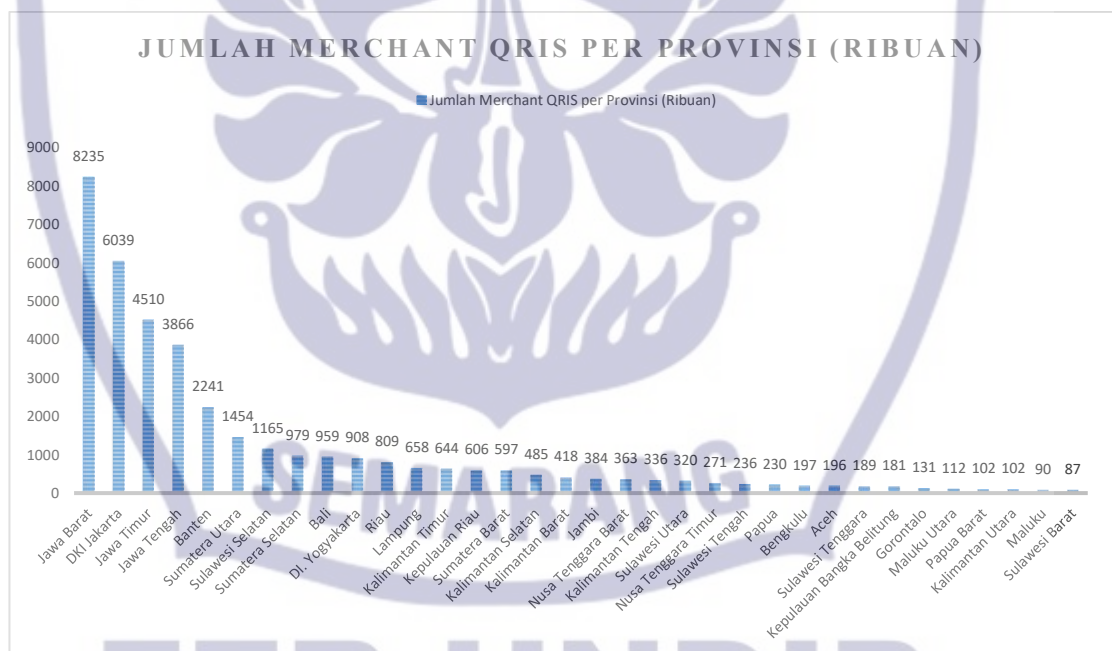


Sumber: ASPI (Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia)

Dari data diatas terlihat tahun pertama (2019) dan tahun kedua (2020) sejak di launching pertumbuhan merchant dan transaksi QRIS masih terlihat belum terlalu mendapat response di pasar. Baru sejak tahun 2021 pertumbuhan QRIS baik secara merchant, transaksi maupun volume nya meningkat tajam. Pertumbuhan ini menunjukkan adopsi yang semakin luas dan peningkatan kepercayaan masyarakat terhadap transaksi digital berbasis QR code di Indonesia.

Menilik lebih jauh, berikut ini data sebaran dan perkembangan user/merchant QRIS per provinsi pertanggal 31 Maret 2025:

Gambar 1.3
Jumlah Merchant QRIS di Indonesia



Sumber: ASPI (Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia)

Berdasarkan data jumlah merchant QRIS per provinsi per 31 Maret 2025, provinsi dengan jumlah merchant tertinggi adalah Jawa Barat dengan 8.235 ribu merchant, diikuti oleh DKI Jakarta (6.039 ribu), Jawa Timur (4.510 ribu), dan Jawa

Tengah (3.866 ribu). Provinsi lain dengan jumlah merchant yang cukup signifikan adalah Sumatera Utara (1.454 ribu), Sulawesi Selatan (1.165 ribu), Sumatera Selatan (979 ribu) serta Bali (959 ribu) (ASPI, n.d.).

Sebagian besar provinsi lainnya memiliki jumlah merchant di bawah 1 juta, dimana provinsi dengan jumlah merchant paling sedikit adalah Sulawesi Barat (87 ribu), Maluku (90 ribu) dan diikuti oleh Kalimantan Utara dan Papua Barat (102 ribu). Dari data ini, terlihat bahwa wilayah dengan konsentrasi ekonomi yang lebih tinggi, terutama di Pulau Jawa dan daerah wisata seperti Bali, memiliki jumlah merchant QRIS yang jauh lebih besar dibandingkan dengan daerah lain di Indonesia (ASPI, n.d.).

Ditengah trend penggunaan alat transaksi digital yang semakin meningkat masih terdapat 1 (satu) segmen yang tingkat akseptasi QRIS relatif belum begitu menggembirakan yaitu transaksi di pasar tradisional. Berikut ini adalah data merchant QRIS di 10 pasar tradisional di wilayah Tangerang Selatan dan sekitarnya:

Tabel 1. 2
Data Merchant QRIS di Pasar Tradisional Tangerang Selatan

Kelolaan Developer	
Pasmob BSD	850 Pedagang
Pasmob Bintaro	600 Pedagang
Pasar Intermoda	500 Pedagang
Pasar Paramount	400 Pedagang
Pasar Sinpansa	150 Pedagang
Kelolaan Non-Developer	
Pasar Ciputat	600 Pedagang

Kelolaan Developer	
Pasar Lama Tangerang	350 Pedagang
Pasar Malabar Tangerang	400 Pedagang
Pasar Serpong	400 Pedagang
Pasar Jengkol	300 Pedagang

Dari data diatas terlihat pasar tradisional yang berada di komplek perumahan dan sekaligus dikelola langsung oleh developer perumahan tersebut memiliki prosentase user merchant yang lebih tinggi dibandingkan dengan pasar tradisional yang berada diluar komplek perumahan yang operasional nya dikelola oleh dinas pasar setempat. Kondisi ini kemungkinan disebabkan oleh kondisi ekonomi yang berbeda diantara kedua lokasi pasar tersebut.

Penerapan QRIS di pasar tradisional diharapkan mampu meningkatkan inklusi keuangan sekaligus memperlancar efisiensi proses transaksi. Meskipun mulai terlihat pertumbuhan user merchant nya namun harus diakui masih banyak kendala yang dihadapi dalam implementasinya di pasar tradisional. Masih banyak pedagang pasar tradisional yang enggan menggunakan QRIS sebagai alat transaksi mereka. Salah satu penyebab utama adalah resistensi terhadap perubahan dan ketidaktahuan mengenai manfaat penggunaan QRIS. Pedagang pasar tradisional yang lebih terbiasa dengan transaksi tunai merasa lebih nyaman dengan metode lama karena mereka merasa memiliki kontrol penuh terhadap transaksi mereka (Nubatonis et al., 2024). Meskipun QRIS dapat menawarkan kemudahan, keamanan, dan efisiensi waktu, banyak pedagang merasa bahwa keamanan transaksi digital menjadi hambatan utama dalam penggunaan QRIS (Musyaffi et al.,

2022). Sebagian pedagang masih merasa lebih aman melakukan transaksi secara manual dengan uang tunai, karena mereka merasa lebih dapat mengontrol proses tersebut dan menghindari potensi masalah yang dapat muncul dari sistem yang belum mereka pahami sepenuhnya. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan terhadap teknologi dan pemahaman terhadap sistem pembayaran digital merupakan faktor utama yang mempengaruhi keputusan adopsi teknologi digital oleh pedagang pasar tradisional.

Resistensi terhadap perubahan menjadi faktor signifikan dalam adopsi QRIS, terutama di kalangan pedagang pasar tradisional. Hal ini sejalan dengan temuan dari Respatiningsih & Arini, (2023) yang menekankan pentingnya sosialisasi dan edukasi bagi pelaku UMKM dalam mendorong penerimaan terhadap sistem pembayaran digital. Pedagang pasar tradisional umumnya memiliki tingkat literasi digital yang lebih rendah dibandingkan dengan pelaku usaha di sektor lainnya, yang menyebabkan mereka ragu untuk beralih ke sistem pembayaran digital (Musyaffi et al., 2022). Penelitian ini juga menunjukkan bahwa meskipun pedagang pasar tradisional memiliki potensi untuk mengadopsi QRIS, pemahaman terhadap teknologi dan manfaatnya masih terbatas. Oleh karena itu, keberhasilan adopsi QRIS di pasar tradisional tidak hanya bergantung pada penyediaan alat pembayaran digital, tetapi juga pada penyuluhan dan pelatihan yang lebih intensif.

Infrastruktur digital yang tidak memadai juga menjadi kendala penting. Banyak pedagang di pasar tradisional yang tidak memiliki akses yang stabil terhadap internet dan perangkat digital yang diperlukan untuk melakukan transaksi QRIS dengan lancar. Di pasar-pasar yang terletak di daerah-daerah yang lebih

terpencil, akses terhadap jaringan internet yang cepat dan perangkat teknologi masih sangat terbatas, sehingga pedagang kesulitan untuk beralih ke sistem pembayaran digital yang lebih modern (Sanjaya et al., 2021). Penelitian ini mengindikasikan bahwa peningkatan infrastruktur digital di pasar tradisional, seperti akses internet yang lebih cepat dan penyediaan perangkat yang lebih terjangkau, sangat diperlukan untuk mendukung penggunaan QRIS.

Literasi digital juga menjadi faktor penghambat dalam penggunaan QRIS oleh pedagang pasar tradisional. Banyak pedagang pasar tradisional yang memiliki tingkat literasi digital yang rendah, sehingga mereka merasa kesulitan untuk memanfaatkan sistem pembayaran digital. Meskipun banyak pedagang yang mengaku tertarik untuk menggunakan QRIS, mereka merasa kesulitan dalam memahami cara menggunakannya secara efektif (Rafiani et al., 2024). Hal ini mengindikasikan bahwa pelatihan dan sosialisasi yang lebih intensif tentang penggunaan QRIS diperlukan agar pedagang dapat mengadopsi teknologi ini dengan lebih mudah.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang terkait dengan penggunaan QRIS di pasar tradisional, masih terbatasnya penelitian yang mengkaji faktor sosial dan psikologis yang mempengaruhi adopsi teknologi pembayaran digital oleh pedagang pasar tradisional. Sebagian besar penelitian yang ada lebih banyak fokus pada faktor-faktor teknis dan ekonomi, seperti kemudahan penggunaan, keamanan, dan biaya transaksi. Sedangkan faktor-faktor seperti kepercayaan terhadap teknologi, resistensi terhadap perubahan, dan pengaruh kebiasaan tradisional masih jarang diteliti secara mendalam dalam konteks pasar tradisional. Penelitian ini memiliki

tujuan untuk mengisi gap tersebut dengan menambahkan faktor-faktor sosial dan psikologis dalam menganalisis keputusan pedagang pasar tradisional dalam menggunakan QRIS sebagai alat transaksi mereka.

Dari narasi awal mengenai perkembangan transaksi finansial dalam sejarah kehidupan manusia dapat disimpulkan bahwa transaksi digital merupakan solusi paling up to date dalam menjawab kebutuhan transaksi manusia modern. Namun demikian perkembangan user dan jumlah transaksi di pasar tradisional masih terdapat kendala dalam arti keengganan atau resistensi dari para pedagang mikro khususnya di pasar tradisional dalam menggunakan QRIS sebagai alat transaksi bisnisnya.

Terdapat banyak provider alat transaksi digital di pasar, baik Bank maupun lembaga keuangan non-bank. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi keputusan individu dalam menggunakan alat transaksi digital, khususnya QRIS, oleh pedagang pasar tradisional di Indonesia sehingga nantinya akan dapat digunakan oleh provider alat transaksi digital diatas untuk menyesuaikan strategynya supaya match dengan keinginan customernya.

1.2 Identifikasi Permasalahan

Dengan merujuk pada latar belakang masalah dan temuan data awal, permasalahan penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Masih banyak para pedagang di pasar tradisional yang belum menggunakan QRIS sebagai media dalam bertransaksi

2. Masih banyak para pembeli atau customer dipasar tradisional yang lebih memilih Cash sebagai media dalam bertransaksi
3. Rendahnya akseptasi QRIS dapat berakibat tidak tercapainya dua sasaran utama pemerintah dalam transaksi cashless yaitu penghematan biaya pencetakan uang tunai dan pencegahan penyakit menular.

Dari identifikasi beberapa permasalahan utama diatas maka penelitian ini bertujuan untuk menemukan dan menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan alat transaksi digital oleh pengusaha mikro di pasar tradisional.

1.3 Rumusan Masalah

Merujuk pada latar belakang, identifikasi masalah, serta riset gap yang telah dipaparkan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana faktor struktural, sosial, dan kepercayaan membentuk keputusan adopsi QRIS di pasar tradisional?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi faktor pendorong dan penghambat adopsi QRIS pada pedagang pasar tradisional.
2. Menjelaskan peran konteks pasar terhadap keputusan adopsi QRIS.

3. Merumuskan paket rekomendasi operasional (edukasi, insentif, dukungan teknis, tata kelola kios/pasar).

1.5 Manfaat Penelitian

Secara teoritis penelitian ini berkontribusi terhadap kajian perilaku konsumen pengguna QRIS di pasar tradisional baik dari sisi pedagang, pembeli maupun pengelola pasar.

Secara praktis, hasil penelitian ini dapat membantu pihak perbankan atau lembaga keuangan lain yang mempunyai produk layanan transaksi keuangan digital QRIS untuk memahami perilaku salah satu target pasarnya yaitu pedagang di pasar tradisional dalam memilih QRIS suatu Bank dan lembaga keuangan lainnya sehingga bisa menyesuaikan dengan strategi pemasarannya

Bagi pengelola pasar tradisional juga dapat menjadi masukan tentang hal apa saja yang harus diperbaiki dan disiapkan apabila menginginkan transaksi digital di pasarnya tumbuh dengan baik.

Bagi pemerintah daerah dapat menjadikan penelitian ini sebagai acuan dalam melakukan digitalisasi pasar sebagai salah satu kriteria yang harus dipenuhi dalam standar government.

1.6 Batasan Penelitian dan Istilah Operasional

Untuk menjaga fokus penelitian, ditetapkan batasan dan istilah operasional sebagai berikut:

1. Unit Analisis: pedagang kios/los di 4 pasar tradisional wilayah Tangerang Selatan.
2. Adopsi QRIS: didefinisikan berdasarkan status pedagang dalam menggunakan QRIS:
 - Adopter Aktif: menggunakan QRIS secara rutin.
 - Semi Adopter: memiliki QRIS tetapi jarang digunakan.
 - Non Adopter: tidak menggunakan QRIS meskipun sudah tersedia.Selain itu, intensitas penggunaan menjadi indikator tambahan.
3. Konteks Pasar:

Pasar developer: dikelola oleh pengembang perumahan/real estate.

Pasar non-developer: dikelola oleh dinas pasar pemerintah daerah.
4. Lokasi & Periode: penelitian dilaksanakan di 4 pasar tradisional di Tangerang Selatan.
5. Informan Pendukung: pengelola pasar dan pembeli, berfungsi sebagai pelengkap informasi tetapi bukan fokus utama penelitian.
6. Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam kedalaman data wawancara karena sebagian besar responden merupakan pedagang dengan tingkat pendidikan rata-rata SMA, serta beberapa SD dan SMP. Kondisi tersebut dalam beberapa kasus mempengaruhi cara responden dalam menyampaikan informasi, sehingga terdapat jawaban yang diberikan bersifat singkat.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Telaah Pustaka

2.1.1 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan unit usaha produktif yang berdiri secara mandiri, baik dijalankan oleh perorangan maupun berbentuk badan usaha pada berbagai sektor ekonomi. Perbedaan antara Usaha Mikro (UMi), Usaha Kecil (UK), dan Usaha Menengah (UM) pada umumnya ditentukan berdasarkan nilai aset awal (tidak termasuk tanah dan bangunan), rata-rata omzet tahunan, atau jumlah tenaga kerja tetap (Halim, 2020). Di Indonesia, pengertian UMKM diatur secara resmi dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Menurut ketentuan dalam UU No. 20 Tahun 2008, definisi UMKM adalah sebagai berikut:

2.1.1.1 Usaha Mikro

Usaha Mikro merupakan kegiatan usaha produktif yang dimiliki oleh perorangan dan/atau badan usaha perorangan, dengan kriteria memiliki kekayaan bersih maksimal Rp50.000.000,00 (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha) atau memiliki omzet penjualan tahunan paling tinggi Rp300.000.000,00.

2.1.1.2 Usaha Kecil

Usaha Kecil merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dijalankan oleh perorangan atau badan usaha, serta tidak berstatus sebagai

anak perusahaan. Usaha ini memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 hingga Rp500.000.000,00 (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha) atau mencatat omzet penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 hingga Rp2.500.000.000,00.

2.1.1.3 Usaha Menengah

Usaha Menengah merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dijalankan oleh perorangan maupun badan usaha, serta tidak berstatus sebagai anak perusahaan. Kriteria usaha ini adalah memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 hingga Rp10.000.000.000,00 (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha) atau memiliki omzet penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 hingga Rp50.000.000.000,00 (Farisi et al., 2022).

2.1.2 Usaha Besar

Usaha Besar adalah kategori usaha yang memiliki skala operasi luas, modal besar, serta tenaga kerja dalam jumlah signifikan. Secara umum, usaha besar memiliki peran penting dalam perekonomian karena mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar, berkontribusi pada Produk Domestik Bruto (PDB), serta memiliki akses lebih baik terhadap teknologi dan pasar internasional (Tanjung, 2022). Usaha Besar merupakan usaha ekonomi produktif yang dijalankan oleh badan usaha dengan kekayaan bersih atau omzet tahunan melebihi batas yang ditetapkan bagi Usaha Menengah. Kategori ini mencakup perusahaan nasional milik negara maupun swasta, perusahaan patungan, serta perusahaan asing yang menjalankan kegiatan usahanya di Indonesia (Irawan, 2018).

2.1.3 Klasifikasi Pasar

2.1.3.1 Mall

Mall adalah suatu kompleks perbelanjaan yang terdiri dari berbagai toko ritel, restoran, area hiburan, dan fasilitas lain yang dirancang untuk memberikan pengalaman berbelanja yang nyaman bagi konsumen. Mall sebagai tempat yang tidak hanya menyediakan berbagai pilihan barang dan jasa tetapi juga menawarkan pengalaman belanja yang lebih luas, termasuk hiburan dan aktivitas sosial seperti restoran dan bioskop. Mall juga diperkenalkan dengan konsep "one-stop shop", yaitu tempat di mana konsumen dapat menemukan berbagai layanan dan produk dalam satu lokasi yang nyaman (Akroush et al., 2011). Adapun contoh dari mall adalah Grand Indonesia, Tunjungan Plaza, dan Summarecon Mall.

2.1.3.2 Supermarket

Supermarket atau pasar swalayan merupakan salah satu bentuk *store retailer* yang menyediakan berbagai jenis produk bagi konsumen. Jenis ritel ini umumnya berfokus pada penjualan kebutuhan sehari-hari. Karakteristik supermarket antara lain tidak adanya proses tawar-menawar karena harga telah tercantum pada setiap produk dan dilengkapi dengan barcode. Produk yang ditawarkan beragam, berkualitas baik, dan cenderung tahan lama. Selain itu, suasana belanja di supermarket relatif nyaman, ditunjang dengan kebersihan yang terjaga, penggunaan pendingin ruangan (AC), serta keberadaan petugas kebersihan. Tata letak ruangan yang rapi dan terorganisir memudahkan pelanggan menemukan barang yang diperlukan, sementara

proses pembayaran dilakukan melalui kasir khusus (Puspa et al., 2020). Contoh dari supermarket adalah Hypermart, Carrefour, dan Lotte Mart.

2.1.3.3 Mini Market

Minimarket merupakan salah satu bentuk toko ritel modern dengan skala yang lebih kecil dibandingkan supermarket. Jenis ritel ini menyediakan berbagai kebutuhan harian, antara lain makanan, minuman, produk kebersihan, serta barang konsumsi lainnya (Wati et al., 2025).

Minimarket seperti Indomaret umumnya didirikan di lokasi yang mudah diakses, seperti pemukiman, perkantoran, dan area komersial. Berbeda dengan pasar tradisional, minimarket menawarkan pengalaman belanja yang cepat dan praktis, tanpa proses tawar-menawar. Dikelola dengan teknologi berbasis komputer untuk efisiensi stok dan transaksi, serta mendukung metode pembayaran non-tunai seperti kartu debit, e-money, dan dompet digital. Keberadaan minimarket dapat meningkatkan persaingan dengan toko tradisional, yang berpotensi menurunkan omzet pedagang kecil, namun juga membuka peluang investasi dan lapangan kerja (Mohdari et al., 2024). Contoh dari minimarket seperti Indomaret dan Alfamart.

2.1.3.4 Pasar Tradisional

Pasar tradisional adalah tempat berlangsungnya interaksi antara pedagang dan pembeli dalam melakukan transaksi, proses tawar-menawar, serta pertukaran informasi. Ciri utama pasar tradisional yang membedakannya dari bentuk pasar lain adalah adanya aktivitas tawar-

menawar langsung antara penjual dan pembeli tanpa perantara, yang sekaligus menciptakan pola interaksi sosial timbal balik (Nengsih et al., 2021).

Selain itu, pasar tradisional juga menawarkan berbagai produk lokal, seperti pakaian, makanan, dan barang kebutuhan lainnya. Pasar tradisional mencakup berbagai tipe, antara lain pasar eceran, pasar grosir, dan pasar induk. Bentuk bangunannya bervariasi, mulai dari kios, gerai, los, hingga ruang terbuka yang digunakan oleh pedagang atau pengelola pasar. Pasar tradisional, atau pasar konvensional, dapat dijumpai di berbagai wilayah, baik di pedesaan maupun di perkotaan (Fatimah & Afrizal, 2023). Contoh dari pasar tradisional seperti Pasar Senen, Pasar Beringharjo, dan Pasar Tanah Abang.

2.1.4 Produk Digital Payment

2.1.4.1 Mobile Payment dan E-Wallet

Mobile Payment dapat diartikan sebagai sistem pembayaran yang menggunakan perangkat seluler (ponsel/smartphone) sebagai alat transaksi finansial secara digital. Mobile Payment mencakup berbagai metode transaksi digital yang menggunakan ponsel sebagai alat pembayaran, termasuk e-wallet dan mobile banking (Chandra et al., 2018).

E-wallet atau **electronic wallet** adalah layanan berbasis web atau program yang memungkinkan pengguna menyimpan uang digital dan melakukan transaksi dengan mudah kapan saja dan di mana saja. E-wallet berfungsi sebagai pengganti uang tunai dalam transaksi keuangan. Dibandingkan dengan kartu atau metode penyimpanan uang lainnya, e-wallet

dianggap lebih cepat dan lebih mudah digunakan. E-wallet tidak hanya terbatas pada transfer antar rekening bank, tetapi juga digunakan untuk pembayaran bisnis yang lebih luas, seperti pembelian online, pembayaran tagihan, dan transaksi digital lainnya. Setiap transaksi dalam e-wallet dijamin keamanannya dengan password atau kode keamanan, sehingga data finansial pengguna tetap terlindungi (Chandra et al., 2018).

2.1.4.2 Kartu Pembayaran Digital

Kartu pembayaran digital adalah kartu elektronik yang digunakan untuk melakukan transaksi pembayaran tanpa menggunakan uang tunai secara fisik. Kartu ini memanfaatkan teknologi digital seperti NFC (Near Field Communication), biometrik, GSM, dan sistem berbasis cloud untuk memungkinkan transfer dana secara aman dan cepat dari satu pihak ke pihak lainnya.

Kartu pembayaran digital memungkinkan transfer dana secara aman dan cepat dari satu pihak ke pihak lainnya, baik untuk transaksi peer-to-peer maupun pembayaran di tempat (Point of Sale). Dan dengan fitur keamanan tinggi melalui autentikasi biometrik dan integrasi langsung dengan sistem perbankan, kartu pembayaran digital menjadi salah satu alat transaksi yang praktis dan multifungsi dalam sistem pembayaran elektronik (Chandra et al., 2018).

2.1.4.3 QR Code m-Payment

QR Code m-Payment atau pembayaran menggunakan kode QR adalah metode pembayaran yang dilakukan dengan menggunakan kode Quick

Response (QR) melalui perangkat mobile. Metode ini memungkinkan transaksi pembayaran secara digital tanpa perlu menggunakan uang tunai atau kartu fisik, menjadikannya sebagai salah satu bentuk pembayaran yang aman dan nyaman, terutama dalam situasi yang menuntut pembayaran tanpa kontak (Eren, 2024).

Di Indonesia QR Code Payment sudah tersedia dan banyak digunakan, terutama melalui standar QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*). QRIS adalah sistem pembayaran berbasis kode QR yang diterapkan secara nasional di Indonesia untuk menyatukan berbagai metode transaksi digital. Pada peringatan Hari Kemerdekaan Indonesia ke-74, tepatnya pada 17 Agustus 2019, Bank Indonesia meluncurkan QRIS sebagai standar yang menyatukan semua aplikasi pembayaran berbasis QR Code. Dengan adanya QRIS, transaksi dapat dilakukan di seluruh merchant yang bermitra dengan Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP).

Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) dikembangkan untuk menyediakan opsi transaksi yang lebih cepat, sederhana, dan aman bagi masyarakat. Dengan penerapan sistem *Merchant Presented Mode* (MPM), pengguna aplikasi pembayaran digital seperti Gopay, Dana, OVO, LinkAJA, dan sejenisnya hanya perlu memindai kode QRIS di berbagai merchant tanpa harus berganti aplikasi. Sistem ini meningkatkan efisiensi dan keterjangkauan transaksi, mempercepat inklusi keuangan di Indonesia, serta memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi (Nubatonis et al., 2024).

2.2 Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model merupakan salah satu model teoritis yang paling banyak digunakan untuk menjelaskan perilaku penerimaan teknologi oleh individu. Model ini berfokus pada perilaku seseorang dalam menggunakan sistem aplikasi atau teknologi, yang pada akhirnya dapat menghasilkan tingkat kepuasan pengguna terhadap penggunaan teknologi tersebut.

Dalam kerangka dasar TAM, terdapat dua konstruk utama, yaitu *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*. *Perceived usefulness* didefinisikan sebagai tingkat keyakinan individu bahwa penggunaan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja atau produktivitasnya. Sementara itu, *perceived ease of use* merujuk pada sejauh mana individu meyakini bahwa penggunaan teknologi tersebut tidak memerlukan usaha yang besar. Kedua konstruk ini berperan dalam membentuk sikap terhadap penggunaan (*attitude toward use*), yang kemudian memengaruhi niat perilaku (*behavioral intention*) dan pada akhirnya menentukan penggunaan aktual (*actual use*).

Seiring dengan perkembangan penelitian, model TAM mengalami berbagai pengembangan dengan memasukkan faktor-faktor eksternal yang relevan dengan konteks penggunaan teknologi. Salah satu faktor yang banyak ditambahkan adalah *social influence* (pengaruh sosial), yang menggambarkan sejauh mana individu dipengaruhi oleh lingkungan sosialnya dalam mengambil keputusan penggunaan teknologi.

Selain itu, faktor *trust* (kepercayaan) juga menjadi variabel penting dalam menjelaskan adopsi teknologi, khususnya dalam konteks sistem pembayaran digital.

Perceived trust berkaitan dengan keyakinan pengguna bahwa sistem yang digunakan aman, dapat diandalkan, serta mampu melindungi data dan transaksi pengguna. Kepercayaan menjadi krusial karena transaksi digital melibatkan risiko ketidakpastian, sehingga tingkat kepercayaan yang tinggi akan mendorong niat penggunaan dan perilaku aktual dalam menggunakan teknologi (Gunawan, A., Fatikasari, A. F., & Putri, S. A. (2023).

2.3 Penelitian Terdahulu

Seiring dengan meningkatnya adopsi sistem pembayaran digital, berbagai penelitian telah mencoba menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan QRIS dan dampaknya terhadap pelaku UMKM. Misalnya, penelitian Musyaffi et al. (2024) menunjukkan bahwa kepuasan pengguna merupakan determinan utama dalam peningkatan kinerja UMKM, di mana faktor seperti kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan teknologi turut mendorong intensi penggunaan QRIS. Namun, penelitian ini belum mengelaborasi lebih lanjut mengenai tingkat frekuensi penggunaan QRIS dalam aktivitas transaksi harian, serta bagaimana durasi penggunaan QRIS memengaruhi persepsi dan manfaat yang dirasakan oleh pedagang.

Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Kala'lembang et al. (2024) mengidentifikasi bahwa *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, dan *attitude toward use* secara signifikan memengaruhi intensi penggunaan QRIS. Akan tetapi, pendekatan tersebut masih bersifat umum dan belum menggambarkan secara kontekstual bagaimana QRIS digunakan oleh pelaku usaha di pasar tradisional,

yang notabene memiliki karakteristik sosial, ekonomi, dan digital yang berbeda dibanding pelaku usaha modern.

Beberapa penelitian lain seperti Musyaffi et al. (2022) dan Seethamraju & Diatha (2018) memang telah mengkaji hambatan dan resistensi terhadap digital payment, namun tidak secara spesifik menyoroti kendala teknis maupun operasional yang dihadapi pedagang saat menggunakan QRIS, seperti frekuensi *settlement*, metode verifikasi transaksi, maupun keandalan bank penyedia layanan.

Penelitian terdahulu telah banyak mengkaji adopsi teknologi pembayaran digital, termasuk penggunaan QRIS dalam mendorong efisiensi dan inklusi keuangan di kalangan UMKM. Sebagian besar studi berfokus pada faktor-faktor seperti kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan dampaknya terhadap kinerja UMKM, sebagaimana dirangkum dalam tabel berikut.

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

Penulis (Tahun)	Topik	Populasi	Metode	Temuan Kunci
(Musyaffi et al., 2024)	Penelitian ini mengeksplorasi bagaimana adopsi pembayaran digital dan keuntungan finansial dapat meningkatkan kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia.	Melibatkan 342 responden yang merupakan pelaku UKM di Indonesia yang menggunakan pembayaran digital dalam kegiatan operasional mereka.	Metode kuantitatif, dengan analisis data menggunakan SEM-PLS (Structural Equation Modeling – Partial Least Square).	Penelitian ini menemukan bahwa kepuasan pengguna memiliki pengaruh paling kuat terhadap kinerja UMKM dalam konteks adopsi pembayaran digital. Selain itu, kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan teknologi turut mendorong intensi penggunaan, sementara kualitas sistem pembayaran digital juga

Penulis (Tahun)	Topik	Populasi	Metode	Temuan Kunci
				mendukung kepuasan pengguna. Namun, aspek keamanan sistem tidak memberikan dampak signifikan terhadap niat penggunaan.
(Ravikumar & Prakash, 2022)	Mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi layanan pembayaran digital oleh toko ritel kecil tetap di Bangalore, India	Jumlah Sampel: Melibatkan 384 responden yang merupakan pemilik atau manajer dari toko ritel kecil yang terletak di Bangalore, India.	Metode penelitian ini bersifat kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan kausal. Data primer dikumpulkan melalui survei menggunakan kuesioner terstruktur.	Adopsi Pembayaran Digital: Hanya 62.8% responden yang telah mengadopsi layanan pembayaran digital untuk bisnis mereka, sementara 37.2% belum. Untuk meningkatkan adopsi pembayaran digital di kalangan pedagang kecil, fokus harus diberikan pada mengatasi kebiasaan transaksi tunai, mengurangi biaya operasional, dan meningkatkan kepercayaan serta literasi digital.
(Seethamraju & Diatha, 2018)	Adopsi pembayaran digital oleh toko ritel kecil di India, khususnya dalam konteks tekanan kompetitif dari ritel modern dan dorongan pemerintah menuju digitalisasi sistem pembayaran.	Jumlah Sampel: Melibatkan 44 responden yang terdiri dari 12 pemilik toko ritel kecil, 11 pelanggan, dan 21 pemasok di negara bagian Karnataka, India.	Metode Kualitatif, dengan pendekatan Technology-Organization-Environment (TOE).	Eksternal: birokrasi, kurangnya kepercayaan pada institusi, implikasi pajak, keamanan transaksi, pengaruh pemasok. Organisasional: latar belakang sosio-ekonomi pelanggan, rasa kehilangan kendali dalam transaksi digital, biaya teknologi. Teknologi: infrastruktur dan aplikasi digital seperti

Penulis (Tahun)	Topik	Populasi	Metode	Temuan Kunci
				BHIM belum optimal. Secara umum, adopsi masih rendah karena ketidakpercayaan, keterbatasan infrastruktur, dan keterbatasan literasi digital.
(Kala'lembang et al., 2024)	Faktor-faktor yang memengaruhi adopsi sistem pembayaran digital OVO oleh pelaku UKM (Usaha Kecil dan Menengah) di Indonesia dengan menggunakan model Technology Acceptance Model (TAM) yang telah dimodifikasi.	Jumlah Responden: 109 orang pelaku UKM yang telah menggunakan OVO sebagai alat pembayaran digital.	Metode Kuantitatif. Dengan model teoritis Technology Acceptance Model (TAM) dengan Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)	Sikap pengguna (attitude toward using) merupakan prediktor terkuat terhadap niat menggunakan OVO. Keamanan sistem dan persepsi terhadap manfaat (usefulness) menjadi pendorong utama adopsi. Implikasi praktis penting bagi pengembang fintech: fokus pada peningkatan kepercayaan (trust) dan nilai guna (utility) layanan digital mereka. Diperlukan penguatan sosialisasi dan pelatihan untuk meningkatkan perceived ease of use bagi pelaku UKM.
(Riofita, 2024)	Meneliti pengaruh pembayaran digital berbasis syariah terhadap keputusan pembelian konsumen Muslim terhadap	Penelitian ini melibatkan 477 responden, yang merupakan pelanggan Muslim dari produk UMKM di	Metode Kuantitatif, dengan model teoritis Technology Acceptance Model (TAM) yang dimodifikasi dalam konteks syariah.	Islamic digital payments lebih efektif dibandingkan cash payments dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen Muslim. Nilai-nilai yang dirasakan (perceived values) seperti kemudahan, efisiensi,

Penulis (Tahun)	Topik	Populasi	Metode	Temuan Kunci
	produk UMKM.	Indonesia.		kredibilitas, pengalaman positif, dan penguatan ukhuwah Islamiyah berperan krusial dalam mendorong adopsi pembayaran digital syariah.
(Daud et al., 2022)	Pengaruh digital marketing, digital finance, dan digital payment terhadap kinerja keuangan UMKM di Indonesia.	Menggunakan sampel 190 responden pelaku UKM di Provinsi Banten, Indonesia, dengan 180 kuesioner yang kembali terisi lengkap.	Metode Kuantitatif. Dengan Teknik analisis data Structural Equation Modeling (SEM) dan Software: SmartPLS 3.0	Digital Finance meningkatkan efisiensi transaksi dan kemudahan akses dana. Digital Marketing memperluas jangkauan pasar dan efektivitas promosi melalui media sosial dan iklan online. Digital Payment mempermudah dan mempercepat proses transaksi, menciptakan kepercayaan dan kenyamanan konsumen.
(Musyaffi et al., 2022)	Resistensi pelaku UKM tradisional dalam mengadopsi pembayaran digital dengan menggunakan pendekatan Innovation Resistance Theory (IRT), yang meliputi hambatan psikologis dan fungsional.	Penelitian ini melibatkan 8 responden yang merupakan pedagang pakaian di pasar tradisional Indonesia yang telah menggunakan pembayaran digital dalam transaksi mereka.	Metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus di pasar pakaian tradisional Indonesia melalui wawancara mendalam terhadap delapan responden.	Resistensi muncul karena rendahnya literasi digital, ketakutan terhadap biaya dan keamanan. Pengetahuan digital para pedagang tidak merata. Banyak di antara mereka hanya menguasai hal-hal dasar, dan kebingungan muncul akibat banyaknya metode pembayaran yang tersedia. Dukungan pemerintah dan pelatihan menjadi kunci utama dalam menurunkan resistensi

Penulis (Tahun)	Topik	Populasi	Metode	Temuan Kunci
				tersebut.
(Sanjaya et al., 2021)	Integrasi sistem pembayaran digital berbasis akuntansi untuk UMKM Indonesia, khususnya dalam konteks penjualan di e-marketplace dan kebutuhan menghasilkan laporan keuangan yang bankable.	Tidak menggunakan responden empiris; penelitian berbasis studi kasus dan konsep system.	Konseptual dan deskriptif; berbasis studi sistem dan literatur teknis (tanpa data empiris)	Sistem digital payment dapat diintegrasikan dengan software akuntansi melalui API & QRIS (terutama QRIS dinamis). Hal ini memungkinkan UMKM menghasilkan laporan keuangan yang otomatis dan layak bank. Solusi ini mengatasi keterbatasan e-marketplace yang tidak menyediakan laporan akuntansi.
(Respatinin & Arini, 2023)	Penelitian ini bertujuan untuk mengulas secara sistematis literatur tentang transformasi digital UMKM melalui penggunaan e-payment, dengan mengidentifikasi faktor pendorong, proses, dan tantangan yang terlibat.	Tidak ada karena penelitian ini adalah kajian berbasis pustaka	Systematic Literature Review (SLR) terhadap 8 jurnal (2019–2021)	Penggunaan e-payment merupakan komponen penting dalam proses transformasi digital UMKM, terutama sejak pandemi COVID-19 yang memaksa pelaku usaha untuk beradaptasi terhadap transaksi non-tunai. Faktor-faktor utama yang mendorong adopsi e-payment meliputi konektivitas digital seperti internet dan ponsel, peningkatan aktivitas UMKM di marketplace, serta kebutuhan akan transaksi yang aman, nyaman, dan bebas kontak fisik. Selain manfaat efisiensi, e-payment juga menjadi solusi

Penulis (Tahun)	Topik	Populasi	Metode	Temuan Kunci
				<p>strategis dalam menghadapi krisis kesehatan. Keberhasilan transformasi digital UMKM dipengaruhi oleh literasi teknologi pelaku usaha, kepemimpinan internal, dan faktor eksternal seperti persaingan bisnis, dukungan kebijakan pemerintah, perkembangan media sosial, serta arus digitalisasi global.</p>
(Rafiani et al., 2024)	<p>Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) oleh pelaku UMKM sebagai alat pembayaran digital.</p>	<p>Penelitian ini melibatkan 162 responden yang merupakan pelaku UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) di sektor makanan dan minuman di DKI Jakarta.</p>	<p>Metode kuantitatif dan menggunakan kerangka teori Technology Acceptance Model (TAM)</p>	<p>Sikap terhadap penggunaan QRIS adalah variabel paling kuat yang memengaruhi niat penggunaan oleh UMKM. Manfaat dan kemudahan penggunaan memainkan peran penting secara langsung terhadap intensi penggunaan. Implikasi terhadap edukasi yang menekankan pada manfaat praktis QRIS sangat penting. Dan pelatihan seputar penggunaan teknologi pembayaran perlu diperluas agar mendorong adopsi secara lebih luas.</p>

Lebih lanjut, belum ada penelitian yang mengkaji preferensi pedagang terhadap bank penyedia layanan QRIS, serta apa saja harapan pengguna terhadap kualitas layanan perbankan dalam mendukung sistem pembayaran ini. Hal serupa juga terlihat dari minimnya penelitian yang melibatkan pengelola pasar sebagai stakeholder penting dalam mendorong adopsi QRIS di tingkat komunitas. Strategi dan upaya konkret yang dilakukan pengelola pasar dalam menyosialisasikan QRIS masih jarang dieksplorasi dalam literatur.

Dari sisi konsumen, studi mengenai perilaku pengguna QRIS masih bersifat terbatas, terutama dalam konteks belanja di pasar tradisional. Belum banyak kajian yang membedakan pola penggunaan QRIS berdasarkan tujuan belanja, maupun mengevaluasi kepuasan konsumen terhadap layanan QRIS di sektor informal.

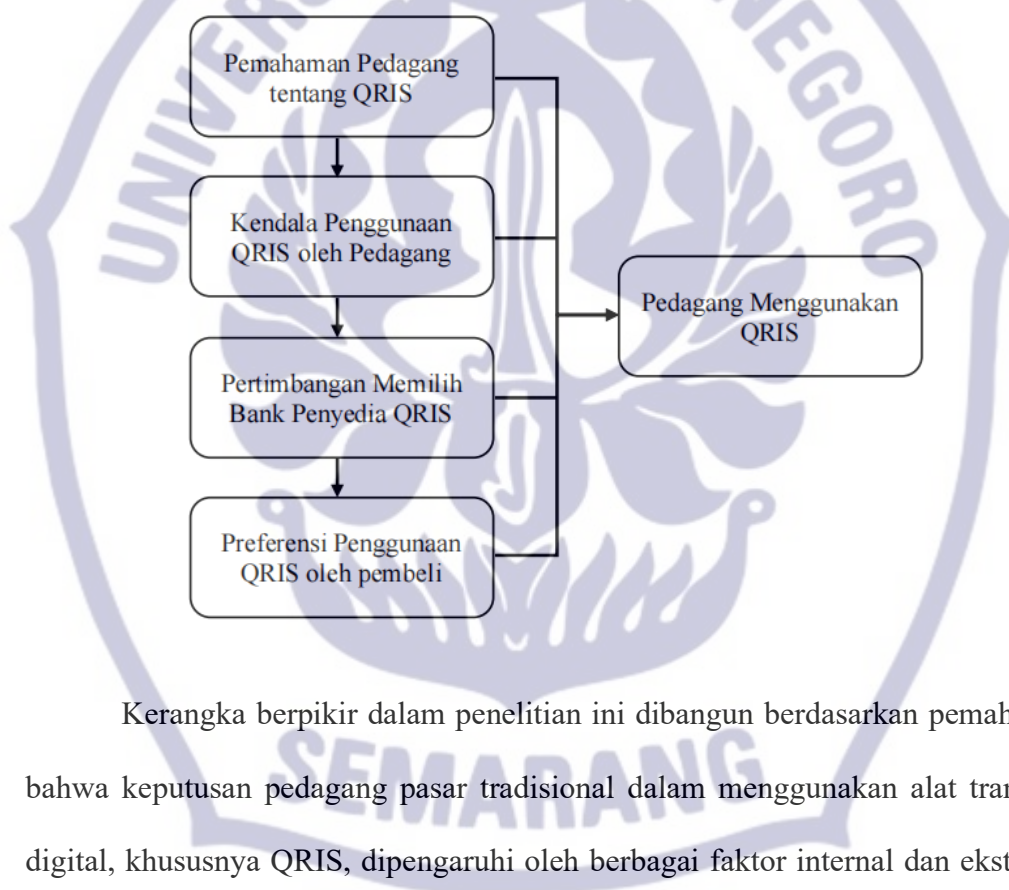
Dari sisi regulator, meskipun beberapa artikel menyinggung pentingnya transformasi digital dalam mendukung inklusi keuangan, namun tidak ditemukan studi yang secara empirik membahas data pertumbuhan pengguna QRIS, efisiensi biaya pencetakan uang, atau manfaat fiskal bagi negara, sebagaimana menjadi domain Bank Indonesia. Demikian pula dengan program-program dari Dinas Kesehatan maupun Dinas UMKM, yang sejauh ini belum dikaji secara sistematis dalam kaitannya dengan adopsi QRIS sebagai solusi kesehatan publik dan alat bantu evaluasi kinerja UMKM melalui data transaksi.

Dengan demikian, terdapat sejumlah celah penelitian (research gap) yang belum banyak dijelaskan oleh studi terdahulu, terutama yang berkaitan dengan pengalaman nyata pedagang dan pembeli dalam menggunakan QRIS di pasar tradisional, peran pengelola pasar dan dinas terkait dalam mengedukasi pengguna,

serta evaluasi teknis, kebijakan, dan preferensi institusional dalam mendukung sistem pembayaran digital nasional berbasis QRIS.

2.4 Kerangka Berfikir

Gambar 2.1
Kerangka Berfikir



Kerangka berpikir dalam penelitian ini dibangun berdasarkan pemahaman bahwa keputusan pedagang pasar tradisional dalam menggunakan alat transaksi digital, khususnya QRIS, dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal. Faktor internal mencakup pemahaman pedagang mengenai fungsi, manfaat, serta cara penggunaan QRIS, dan berbagai kendala yang mereka hadapi baik dari sisi teknis maupun non-teknis. Faktor eksternal mencakup pertimbangan pedagang dalam memilih bank penyedia QRIS, peran pengelola pasar dalam mendorong adopsi teknologi ini, serta kecenderungan dan preferensi pelanggan yang bertransaksi di pasar tradisional.

Alur kerangka berpikir ini menunjukkan bahwa pemahaman pedagang, kendala penggunaan, pertimbangan dalam memilih bank penyedia, serta preferensi penggunaan QRIS oleh pelanggan, semuanya secara langsung maupun tidak langsung memengaruhi keputusan akhir pedagang dalam mengadopsi QRIS. Dengan demikian, kerangka ini membantu mengarahkan penelitian untuk mengeksplorasi secara komprehensif bagaimana interaksi antar faktor tersebut membentuk perilaku adopsi teknologi pembayaran digital oleh pedagang pasar tradisional.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan dan Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus untuk memahami secara mendalam fenomena yang diteliti dalam konteks nyata. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi proses, interaksi, serta dinamika yang terjadi dalam implementasi suatu kebijakan atau praktik tertentu, yang tidak dapat dijelaskan secara komprehensif melalui pendekatan kuantitatif semata (Abdussamad, Z. (2021).

Desain penelitian yang digunakan adalah embedded multiple case study design, yaitu desain studi kasus yang memungkinkan peneliti untuk menganalisis beberapa unit kasus sekaligus dengan memperhatikan subunit analisis di dalam masing-masing kasus. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai variasi praktik, konteks implementasi, serta interaksi antaraktor dalam sistem yang diteliti. Menurut Carron, T., Domeisen Benedetti, F., Fringer, A., Fierz, K., & Peytremann-Bridevaux, I. (2023), desain embedded multiple case study sangat sesuai digunakan untuk menganalisis model layanan atau program yang kompleks karena memungkinkan analisis dilakukan secara mendalam pada masing-masing kasus serta perbandingan antar kasus.

Dalam penelitian ini, setiap lokasi atau unit yang diteliti diperlakukan sebagai satu kasus penelitian, sementara aspek-aspek tertentu di dalamnya (misalnya aktor, mekanisme implementasi, atau bentuk koordinasi layanan)

diperlakukan sebagai subunit analisis. Dengan demikian, desain ini memungkinkan peneliti tidak hanya memahami karakteristik masing-masing kasus secara mendalam, tetapi juga mengidentifikasi pola kesamaan dan perbedaan antar kasus.

Sebagaimana dijelaskan oleh Carron, T., Domeisen Benedetti, F., Fringer, A., Fierz, K., & Peytremann-Bridevaux, I. (2023), penggunaan desain embedded multiple case study memungkinkan peneliti mengintegrasikan berbagai sumber data untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai fenomena yang diteliti. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, seperti analisis dokumen, wawancara semi-terstruktur, serta sumber data pendukung lainnya, guna meningkatkan kedalaman analisis dan validitas temuan penelitian.

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui dua tahap utama. Tahap pertama adalah within-case analysis, yaitu analisis mendalam terhadap setiap kasus secara individual untuk memahami karakteristik, proses, serta faktor yang memengaruhi implementasi pada masing-masing kasus. Tahap kedua adalah cross-case analysis, yaitu membandingkan temuan antar kasus untuk mengidentifikasi pola umum, perbedaan konteks, serta faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan atau tantangan dalam implementasi program yang diteliti.

3.1.1 Pendekatan Kualitatif: *Case Study*

- Mempelajari suatu kasus atau konteks tertentu secara mendalam dan menyeluruh.

- Sangat cocok jika meneliti penggunaan QRIS di pasar tradisional tertentu, dengan melibatkan berbagai aktor dalam ekosistem tersebut (pedagang, pengelola, dan pembeli).
- Bisa memilih satu atau beberapa pasar sebagai "kasus", dan mendalami seluruh aspeknya.

3.2 Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini akan mengambil data dari berbagai sumber:

1. Data dari lembaga pemerintah (BI atau OJK) yang bertugas mengawasi transaksi keuangan nasabah.
2. Data dari lembaga keuangan pemilik alat transaksi digital.
3. Data dari wawancara kepada pedagang, pembeli dan pengelola pasar tradisional di pasar tradisional di Tangerang Selatan.

3.2.1 Data Primer

Data primer merupakan informasi utama yang diperoleh langsung oleh peneliti selama proses penelitian. Sumber data ini berasal dari responden atau informan yang relevan dengan variabel yang diteliti. Pengumpulan data primer dapat dilakukan melalui observasi, wawancara, atau survei menggunakan angket. Contoh metode pengumpulan data primer meliputi wawancara dengan subjek penelitian dan observasi langsung di lokasi penelitian (Sulung & Muspawi, 2024). Untuk mendapatkan data primer penulis akan melakukan aktivitas di 4 pasar tradisional di Tangerang Selatan sebagai berikut:

1. Melakukan wawancara 12 pedagang (per pasar 3 orang).

2. Melakukan wawancara dengan 4 pengelola pasar dan 4 pembeli (1 pembeli per pasar)
3. Melakukan observasi beberapa item penting pasar seperti tampilan barcode, petunjuk, konektivitas, program-program marketing QRIS dari bank, dan lain-lain.

3.2.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan informasi penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara. Dengan kata lain, data ini tidak dikumpulkan langsung oleh peneliti, melainkan diambil dari sumber yang telah tersedia sebelumnya, seperti dokumen, literatur, atau data yang dihimpun oleh pihak lain. Contoh sumber data sekunder meliputi buku, jurnal akademik, artikel, laporan keuangan, dan data sensus yang dihimpun oleh pemerintah (Sulung & Muspawi, 2024). Untuk memperoleh data sekunder penulis akan menggunakan data dari:

1. Lembaga pemerintah yang berwenang mengawasi transaksi keuangan di Indonesia seperti BI dan OJK.
2. Data dari lembaga-lembaga keuangan pemilik alat transaksi digital yang digunakan oleh pedagang di pasar tradisional.
3. Data-data dari penelitian sebelumnya.

Data sekunder ini merupakan sumber ide dasar yang melatarbelakangi pentingnya penelitian ini.

3.3 Metode dan Pengumpulan Data

3.3.1 Data Primer

Untuk memperoleh data primer, peneliti melakukan kegiatan penelitian di empat pasar tradisional di wilayah Tangerang Selatan. Proses pengumpulan data dilakukan melalui beberapa aktivitas berikut:

1. Melakukan wawancara 12 pedagang (per pasar 3 orang).
2. Melakukan wawancara dengan 4 pengelola pasar dan 4 pembeli (1 pembeli per pasar)
3. Melakukan observasi beberapa item penting pasar seperti tampilan barcode, petunjuk, konektivitas, program-program marketing QRIS dari bank, dan lain-lain.

Dalam penelitian ini, proses wawancara dilakukan dengan menggunakan **teknik wawancara semi-terstruktur**. Teknik ini dipilih karena memungkinkan informan untuk menyampaikan pengalaman, pandangan, serta pengetahuan mereka secara lebih luas terkait penggunaan QRIS dalam aktivitas transaksi di pasar tradisional. Meskipun peneliti menyiapkan pedoman pertanyaan sebagai acuan, responden tetap diberikan ruang untuk mengembangkan jawabannya sehingga informasi yang diperoleh menjadi lebih mendalam.

Pelaksanaan wawancara dilakukan secara tatap muka langsung dengan para informan di lokasi penelitian. Interaksi secara langsung ini memungkinkan peneliti membangun komunikasi yang lebih baik dengan responden sekaligus memahami konteks sosial di lingkungan pasar. Selama proses wawancara berlangsung, suasana

diskusi dibuat lebih santai dan tidak terlalu formal agar responden merasa nyaman dalam menyampaikan pendapat serta pengalaman mereka.

Proses wawancara umumnya diawali dengan pertanyaan pembuka yang bersifat umum, misalnya terkait pemahaman responden mengenai transaksi digital atau pengalaman menggunakan QRIS. Setelah itu, peneliti mengajukan pertanyaan lanjutan yang lebih spesifik berdasarkan jawaban awal responden. Pendekatan ini bertujuan untuk menggali informasi secara lebih mendalam sehingga jawaban yang diperoleh dapat menggambarkan pengalaman nyata para informan.

Selain itu, dalam pelaksanaan wawancara peneliti juga memperhatikan prinsip etika penelitian. Dalam penelitian kualitatif, aspek etika menjadi hal yang sangat penting karena melibatkan interaksi langsung antara peneliti dan informan. Apabila aspek etika tidak diperhatikan dengan baik, hal tersebut dapat menimbulkan ketidaknyamanan bagi responden dan berpotensi menghambat proses pengumpulan data.

Salah satu prinsip etika yang diterapkan dalam penelitian ini adalah **persetujuan partisipasi**. Sebelum wawancara dilakukan, peneliti terlebih dahulu menjelaskan tujuan penelitian, ruang lingkup pertanyaan, serta peran responden dalam penelitian ini. Setelah mendapatkan penjelasan tersebut, responden diberikan kesempatan untuk menyatakan kesediaannya secara sukarela untuk berpartisipasi. Responden juga memiliki hak untuk menolak atau menghentikan partisipasinya apabila merasa tidak nyaman.

Selain itu, penelitian ini juga menjaga **kerahasiaan identitas informan**. Informasi yang diberikan oleh responden diperlakukan sebagai data yang bersifat

pribadi dan tidak dipublikasikan secara terbuka. Untuk menjaga privasi informan, dalam laporan penelitian ini nama responden tidak dicantumkan secara langsung, melainkan diganti dengan kode atau inisial tertentu, seperti “Responden A”, “Responden B”, dan seterusnya. Langkah ini dilakukan agar responden merasa aman dan terbuka dalam menyampaikan informasi selama proses wawancara berlangsung.

Empat pasar tradisional yang menjadi lokasi penelitian kemudian dikelompokkan ke dalam dua kategori, yaitu:

1. Dua pasar tradisional yang berada di dalam kawasan perumahan atau real estate dan dikelola oleh pihak developer.
2. Dua pasar tradisional yang berada di luar kawasan perumahan dan dikelola oleh dinas pasar.

Pemisahan kategori ini dilakukan karena karakteristik pengunjung pada kedua jenis pasar tersebut cenderung berbeda, terutama dari sisi kemampuan finansial serta tingkat literasi keuangan masyarakat yang berbelanja di pasar tersebut.

3.3.2 Data Sekunder

Data sekunder yang berasal dari lembaga pemerintah seperti OJK dan BI maupun data dari lembaga keuangan pemilik alat-alat transaksi digital seperti ASPI, bisa diperoleh melalui website institusi tersebut dan kunjungan langsung bila diperlukan.

3.4 Teknik Validitas dan Reliabilitas

Untuk menjamin validitas dan reliabilitas dalam penelitian kualitatif ini, digunakan pendekatan sebagai berikut:

1. Triangulasi Sumber

Data diperoleh dari berbagai informan, yaitu pedagang pasar tradisional, pengelola pasar, dan pembeli, guna mendapatkan perspektif yang utuh dan saling melengkapi.

2. Triangulasi Teknik

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan wawancara mendalam untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Wawancara digunakan untuk menggali pengalaman, persepsi, serta pandangan para informan terkait penggunaan QRIS.

3. Triangulasi Waktu

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan pada waktu yang berbeda sehingga memungkinkan peneliti membandingkan informasi dari para informan serta mengamati kondisi pasar pada situasi yang tidak sepenuhnya sama. Dengan demikian, triangulasi waktu membantu memastikan bahwa data yang diperoleh tidak hanya mencerminkan kondisi pada satu waktu tertentu, sehingga meningkatkan tingkat kepercayaan terhadap hasil penelitian.

3.5 Refleksivitas Peneliti

Dalam penelitian kualitatif, peneliti berperan sebagai instrumen utama dalam proses pengumpulan dan analisis data, sehingga tidak terlepas dari potensi bias subjektivitas. Oleh karena itu, peneliti melakukan refleksi diri (reflexivity) untuk mengidentifikasi posisi, asumsi, serta potensi bias yang dapat memengaruhi proses dan hasil penelitian.

Peneliti menyadari bahwa latar belakang akademik dan pemahaman terhadap perkembangan sistem pembayaran digital berpotensi menimbulkan kecenderungan pro-digital, khususnya dalam memandang QRIS sebagai inovasi yang memberikan kemudahan dan efisiensi. Kesadaran ini mendorong peneliti untuk tetap bersikap terbuka terhadap berbagai perspektif informan, termasuk pandangan yang menunjukkan resistensi, keraguan, maupun hambatan dalam penggunaan QRIS di lingkungan pasar tradisional.

Selain itu, dalam proses wawancara, terdapat potensi social desirability bias, di mana informan cenderung memberikan jawaban yang dianggap positif atau sesuai dengan harapan peneliti, terutama terkait penggunaan teknologi digital. Untuk meminimalkan hal tersebut, peneliti berupaya membangun suasana wawancara yang santai dan tidak menghakimi, serta menggunakan pertanyaan terbuka agar informan dapat menyampaikan pengalaman dan pandangannya secara lebih jujur dan natural.

Dalam menjaga kredibilitas data, penelitian ini mengandalkan triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu sebagai strategi utama. Melalui pendekatan tersebut, peneliti dapat membandingkan serta mengonfirmasi informasi

yang diperoleh dari berbagai sumber, metode pengumpulan data, serta waktu yang berbeda. Selain itu, konsistensi interpretasi dijaga melalui proses analisis yang sistematis dengan mengacu pada tahapan analisis tematik yang digunakan, sehingga hasil penelitian memiliki tingkat kepercayaan yang memadai.

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Pendekatan Analisis Tematik

Penelitian ini menerapkan analisis tematik untuk mengidentifikasi pola-pola makna yang terkandung dalam data yang dikumpulkan. Teknik ini dipilih karena mampu mengorganisasi dan mengeksplorasi beragam persepsi dan pengalaman informan terkait penggunaan QRIS di pasar tradisional.

Langkah-langkah analisis tematik berdasarkan Braun & Clarke yang diadopsi dalam penelitian ini (Najimah et al., 2023):

1. Familiarisasi Data

Transkrip hasil wawancara dibaca secara menyeluruh untuk memahami konteks dan isi.

2. Open Coding

Peneliti melakukan koding terbuka pada bagian-bagian data yang mengandung informasi penting. Dalam proses ini digunakan software NVivo, yang memungkinkan pengkodean data secara digital, sistematis, dan efisien.

3. Kategorisasi dan Penyusunan Tema

Kode-kode yang muncul dikelompokkan ke dalam kategori tematik

berdasarkan kesamaan makna. NVivo akan membantu dalam memetakan relasi antar kode dan membangun hierarki tema.

4. Penajaman Tema dan Interpretasi

Peneliti meninjau dan menyempurnakan tema-tema tersebut untuk memastikan keterkaitannya dengan rumusan masalah dan fokus penelitian. Hasil akhir akan berupa narasi tematik yang menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan penggunaan QRIS.

3.6.2 Penggunaan Software NVivo

Software NVivo akan digunakan untuk:

1. Menginput dan menyimpan semua data wawancara.
2. Melakukan proses coding, baik secara otomatis maupun manual.
3. Mengelola tema dan sub-tema dengan visualisasi (tree map, word cloud, dan node matrix).
4. Menyusun matriks perbandingan antar kelompok informan (misalnya pedagang pengguna vs non-pengguna QRIS).

3.7 Skema Kode Awal / Koding Kualitatif

Tabel 3. 1
Skema Koding Awal Penelitian

Kategori Utama	Sub-Kode	Deskripsi
Enabler (Pendorong)	Manfaat	Keuntungan QRIS (cepat, aman, pencatatan rapi, akses pembeli non-tunai).

Kategori Utama	Sub-Kode	Deskripsi
	Kemudahan	Kemudahan registrasi, penggunaan aplikasi, proses transaksi.
	Persepsi Higienis	Pandangan bahwa transaksi non-tunai lebih bersih, tidak perlu memegang uang fisik yang lusuh atau kotor.
	Bank Enggagement Corner	Tempat untuk layanan complain handling, literasi dan loyalty.
	Program Marketing dan Insentif	Promo, cashback, biaya MDR rendah, subsidi perangkat.
	Pengaruh Lingkungan	Adanya dorongan atau pengaruh dari pedagang lain yang mendorong pedagang untuk menggunakan QRIS.
Barrier (Hambatan)	Risiko	Kekhawatiran soal keamanan, fraud, komplain.
	Biaya	Persepsi biaya MDR atau biaya tambahan.
	Kebiasaan Tunai	Preferensi bertahan pada transaksi cash.
	Kurang Percaya	Keraguan pada bank/aplikasi penyedia QRIS.
	Infrastruktur Lemah	Sinyal lemah, perangkat terbatas, masalah teknis.

Kategori Utama	Sub-Kode	Deskripsi
Konteks Pasar	Developer vs Non-Developer	Perbedaan pengelolaan memengaruhi tingkat adopsi.
	Profil Pembeli	Karakteristik daya beli & literasi digital pembeli.
Outcome	Status Adopsi	Aktif, pasif, menolak.
	Rekomendasi	Usulan pedagang untuk perbaikan implementasi QRIS.
	Intervensi	

3.8 Analisis dan Pelaporan

Hasil penelitian akan disajikan dalam bentuk narasi tematik, tabel sederhana, dan kutipan langsung dari pedagang.

1. Analisis Perbandingan

- Membandingkan pasar developer vs non-developer berdasarkan enabler dan barrier dominan.
- Kutipan wawancara dipakai untuk menguatkan hasil.

2. Pelaporan Temuan

- Tema utama: enabler, barrier, konteks pasar, outcome.

3. Rekomendasi Praktis (Quick Wins)

- Booth aktivasi dengan pendampingan 7 hari.
- Paket perangkat murah untuk pedagang.
- Hotline khusus gangguan jaringan.

- Insentif MDR (Merchant Discount Rate) awal.
- Champion merchant sebagai duta QRIS.
- Wajib display QRIS di setiap kios.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di empat pasar tradisional di Kota Tangerang Selatan, Provinsi Banten, yang terdiri dari dua pasar yang dikelola developer (Pasar Modern BSD dan Pasar Modern Bintaro) serta dua pasar yang dikelola pemerintah daerah (Pasar Serpong dan Pasar Ciputat). Pemilihan lokasi ini bertujuan untuk melihat variasi konteks sosial, ekonomi, infrastruktur digital, dukungan dan stimulasi dari pengelola pasar yang memengaruhi tingkat adopsi QRIS oleh pedagang.

Beberapa perbedaan mendasar dari pasar kelolaan developer dengan pasar kelolaan dinas pasar. Pasar kelolaan developer:

1. Memiliki tata kelola yang modern dimana organisasi berjalan baik sesuai struktur organisasinya.
2. Memiliki anggaran yang layak untuk operasionalnya.
3. Secara tampilan fisik terlihat pengaturan zonasi yang tertib dan teratur serta kebersihan yang sangat terjaga.
4. Memiliki aktivitas pertemuan rutin antara pedagang dan pengelola.
5. Ada juga aktivitas sekolah pasar yang kegiatannya berupa sosialisasi pihak ketiga kepada pedagang yang dikoordinir oleh pengelola pasar.
6. Terdapat sarana pendukung yang sangat memadai termasuk kemudahan akses jaringan telekomunikasi sehingga mendukung transaksi digital.

Berbeda dengan pasar yang dikelola oleh developer, pasar yang dikelola oleh dinas pasar memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Tata kelola organisasi relatif belum optimal,
2. Keterbatasan anggaran operasional,
3. Kondisi fisik pasar cenderung kurang tertata, ditandai dengan pengaturan zonasi yang tidak konsisten serta tingkat kebersihan yang bervariasi, yang pada akhirnya mempengaruhi kenyamanan lingkungan pasar.
4. Minimnya forum komunikasi rutin antara pedagang dan pengelola, sehingga penyampaian informasi, sosialisasi kebijakan, maupun edukasi terkait inovasi seperti QRIS belum berjalan secara efektif.
5. Keterbatasan program edukasi dan pelatihan bagi pedagang, termasuk belum adanya program terstruktur seperti “sekolah pasar” yang melibatkan pihak ketiga dalam meningkatkan literasi digital dan keuangan.
6. Sarana dan prasarana pendukung yang belum memadai.

4.1.1 Pasar Modern BSD (Developer)

Pasar Modern BSD adalah pasar swalayan yang terletak di Jl. Letnan Sutopo, Kecamatan Serpong, Kota Tangerang Selatan. Pasar ini menampung pedagang dengan kategori komoditas yang beragam, seperti bahan pangan, daging, kebutuhan rumah tangga, dan kuliner. Lingkungan pasar tertata rapi, bersih, dan dilengkapi dengan infrastruktur yang mendukung digitalisasi.

Selain itu, beberapa bank seperti BRI secara rutin melakukan program aktivasi QRIS di pasar ini, termasuk pemberian cashback pada awal memperkenalkan QRIS dan pendampingan teknis bagi pedagang. Hal ini membuat

Pasar Modern BSD menjadi salah satu contoh pasar tradisional modern yang berhasil menjalankan digitalisasi transaksi.

4.1.2 Pasar Modern Bintaro (Developer)

Pasar Modern Bintaro terletak di Jl. Tegal Rotan Raya No.9, Kecamatan Pondok Aren, Kota Tangerang Selatan. Pasar ini menaungi berbagai pedagang yang menjual berbagai komoditas kebutuhan harian. Pasar ini berada di lingkungan permukiman menengah ke atas sehingga karakter pengunjungnya dominan digital-literate. Hasil observasi awal menunjukkan bahwa QRIS telah digunakan secara luas oleh para pedagang di pasar Modern Bintaro.

Infrastruktur digital di pasar ini cukup baik, dengan area pasar yang mendapatkan sinyal internet yang stabil, sehingga memudahkan pedagang dalam melakukan verifikasi transaksi. Pasar Modern Bintaro menjadi salah satu model keberhasilan integrasi pembayaran digital di pasar tradisional berbasis komunitas perumahan.

4.1.3 Pasar Serpong (Non-Developer)

Pasar Serpong terletak di Jl. Raya Serpong, Kecamatan Serpong, Kota Tangerang Selatan. Mayoritas pedagang di pasar ini menjual bahan makanan pokok, pakaian, dan kebutuhan rumah tangga harian.

Berbeda dengan pasar yang dikelola developer, tingkat adopsi QRIS di Pasar Serpong masih rendah, dan pedagang yang sudah memiliki QRIS sebagian besar mengaku jarang menggunakannya. Hasil observasi menunjukkan banyak kios belum menampilkan QR Code dengan jelas, dan sebagian pedagang bahkan tidak memahami cara memverifikasi transaksi.

Kendala utama di pasar ini adalah keterbatasan literasi digital dan akses jaringan internet yang tidak stabil, terutama di area dalam pasar. Kondisi fisik pasar yang padat, serta fasilitas yang belum terstandarisasi seperti pasar modern, turut mempengaruhi resistensi pedagang dalam mengadopsi teknologi pembayaran digital.

4.1.4 Pasar Ciputat (Non-Developer)

Pasar Ciputat terletak di Jl. Aria Putra, Kecamatan Ciputat, Kota Tangerang Selatan, yang dikenal sebagai salah satu pusat aktivitas ekonomi tertua di Tangerang Selatan. Pasar ini menampung pedagang dengan komoditas utama berupa bahan pangan, pakaian, dan barang harian. Pengelolaan dilakukan oleh UPTD Pasar Ciputat di bawah naungan pemerintah daerah.

Dari hasil observasi dan wawancara awal, tingkat penggunaan QRIS di pasar ini masih tergolong rendah, dengan sebagian besar pedagang belum memahami manfaat sistem transaksi digital. Faktor penghambat utama adalah minimnya edukasi dan sosialisasi, serta rendahnya kepercayaan pedagang terhadap sistem digital perbankan. Banyak pedagang yang khawatir saldo tidak masuk atau terjadi kesalahan teknis dalam transaksi QRIS. Selain itu, jaringan internet di sekitar pasar tidak selalu stabil, terutama pada jam-jam sibuk.

Pasar Ciputat mencerminkan realitas umum pasar tradisional non-developer di Indonesia, di mana tingkat literasi digital masih rendah dan dukungan kelembagaan belum optimal, sehingga potensi implementasi QRIS belum sepenuhnya terealisasi.

4.2 Karakteristik Informan

Karakteristik informan dalam penelitian ini terdiri dari tiga kelompok utama, yaitu pedagang, pembeli, dan pengelola pasar yang tersebar di empat lokasi penelitian, yaitu Pasar BSD dan Pasar Bintaro (pasar developer), serta Pasar Serpong dan Pasar Ciputat (pasar non-developer). Setiap kelompok informan memiliki ciri dan latar belakang yang berbeda terkait pengalaman, kebiasaan, serta tingkat adopsi terhadap penggunaan QRIS sebagai metode transaksi digital. Karakteristik ini menjadi dasar penting dalam memahami konteks adopsi QRIS di pasar tradisional.

4.2.1 Karakteristik Informan Pedagang

Terdapat dua belas pedagang yang diwawancarai dalam penelitian ini, dengan komposisi lokasi sebagai berikut:

- Pasar Developer (Pasar BSD dan Pasar Bintaro): enam pedagang
- Pasar Non-Developer (Pasar Serpong dan Pasar Ciputat): enam pedagang

Secara umum, karakteristik pedagang dapat diuraikan dalam beberapa aspek sebagai berikut:

7. Tahun mulai menggunakan QRIS

- Pedagang di pasar developer mulai menggunakan QRIS pada periode 2020–2021.
- Pedagang di pasar non-developer mulai menggunakan QRIS lebih lambat, yaitu pada 2022–2023, bahkan tiga pedagang belum pernah menggunakan QRIS sama sekali.

8. Persentase transaksi melalui QRIS

- Pedagang di pasar developer lebih banyak memiliki transaksi lebih dari 50%, menunjukkan tingkat adopsi yang tinggi.
- Pedagang di pasar non-developer mayoritas berada pada kategori kurang dari 50%, bahkan beberapa pedagang hanya menjadikannya pelengkap atau tidak menggunakan sama sekali.

4.2.2 Karakteristik Informan Pengelola Pasar

Terdapat empat pengelola pasar yang diwawancarai, masing-masing dari empat lokasi penelitian.

Karakteristik utama pengelola pasar sebagai berikut:

1. Status pengelolaan pasar
 - Pasar Developer (BSD dan Bintaro): dikelola oleh perusahaan swasta.
 - Pasar Non-Developer (Serpong dan Ciputat): dikelola oleh Dinas Pasar pemerintah daerah.
2. Persentase pedagang pengguna QRIS
 - Pengelola pasar developer menyampaikan bahwa lebih dari 50% pedagang telah menggunakan QRIS.
 - Pengelola pasar non-developer menyatakan bahwa kurang dari 50% pedagang menggunakan QRIS.
3. Strategi dalam mendorong penggunaan QRIS

Perbedaan antara dua tipe pasar cukup mencolok:

- Developer market memiliki kegiatan rutin seperti *Market School*, pertemuan pedagang, atau sesi edukasi bersama pihak bank.

- Non-developer market tidak memiliki strategi khusus, edukasi hanya dilakukan jika ada permintaan dari bank atau kebutuhan tertentu.

4.2.3 Karakteristik Informan Pembeli

Penelitian ini melibatkan empat orang pembeli sebagai informan, yang mewakili dua tipe pasar:

- Pasar developer: dua pembeli
- Pasar non-developer: dua pembeli

Karakteristiknya dapat dirangkum sebagai berikut:

1. Kebutuhan berbelanja

Pembeli dari pasar developer umumnya berbelanja untuk keperluan rumah tangga majikan, sedangkan pembeli dari pasar non-developer berbelanja untuk keperluan pribadi.

2. Tingkat penggunaan transaksi non-tunai

- Pembeli di pasar developer cenderung menggunakan lebih dari 50% metode pembayaran non-tunai.
- Pembeli di pasar non-developer menggunakan kurang dari 50% pembayaran non-tunai.

3. Alasan penggunaan

Alasan dominan yang muncul adalah:

- lebih praktis,
- menghindari uang lusuh,
- mengurangi kebutuhan uang kembalian.

Kemunculan kata-kata tersebut menunjukkan bahwa pembahasan utama informan berkaitan dengan penggunaan QRIS dalam aktivitas transaksi di pasar tradisional serta pengalaman mereka dalam menggunakan sistem pembayaran digital.

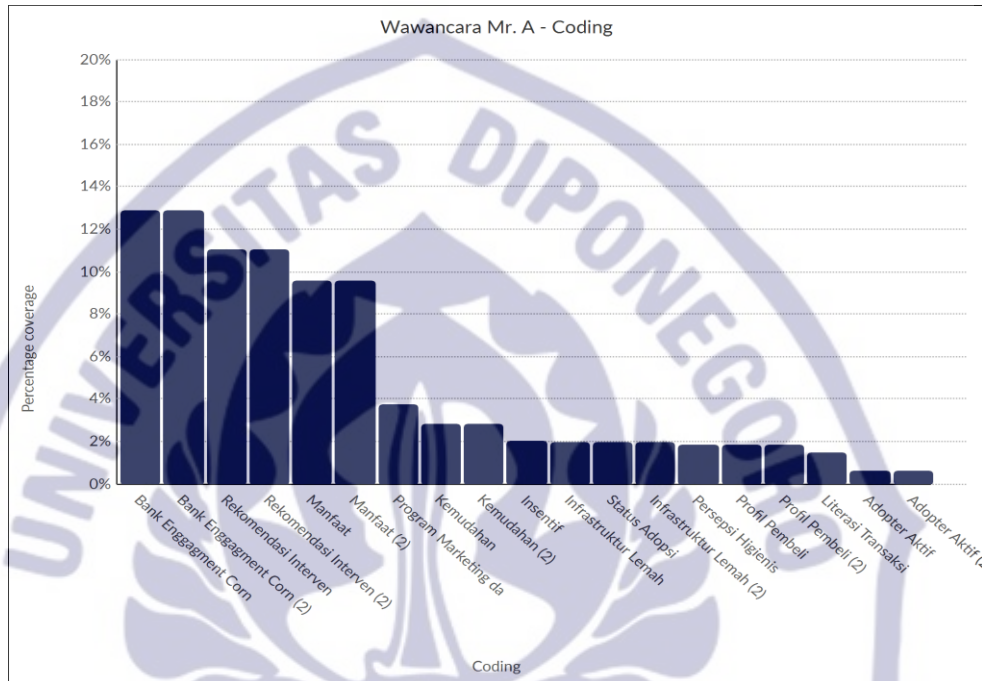
Melalui eksplorasi fitur Word Cloud, peneliti memperoleh gambaran mengenai kata-kata yang paling sering muncul atau mendominasi dalam pernyataan informan kunci maupun informan pendukung setelah proses wawancara dilakukan dan data dianalisis menggunakan bantuan perangkat lunak NVivo 15. Visualisasi word cloud tidak hanya berfungsi untuk menampilkan frekuensi kemunculan kata, tetapi juga membantu peneliti memahami konteks percakapan informan secara lebih awal sebelum melanjutkan ke tahap analisis yang lebih mendalam melalui proses analisis tematik.

Proses selanjutnya adalah melakukan pengodean (coding) terhadap hasil wawancara, sebagaimana ditunjukkan pada grafik berikut.



UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
FEB UNDIP

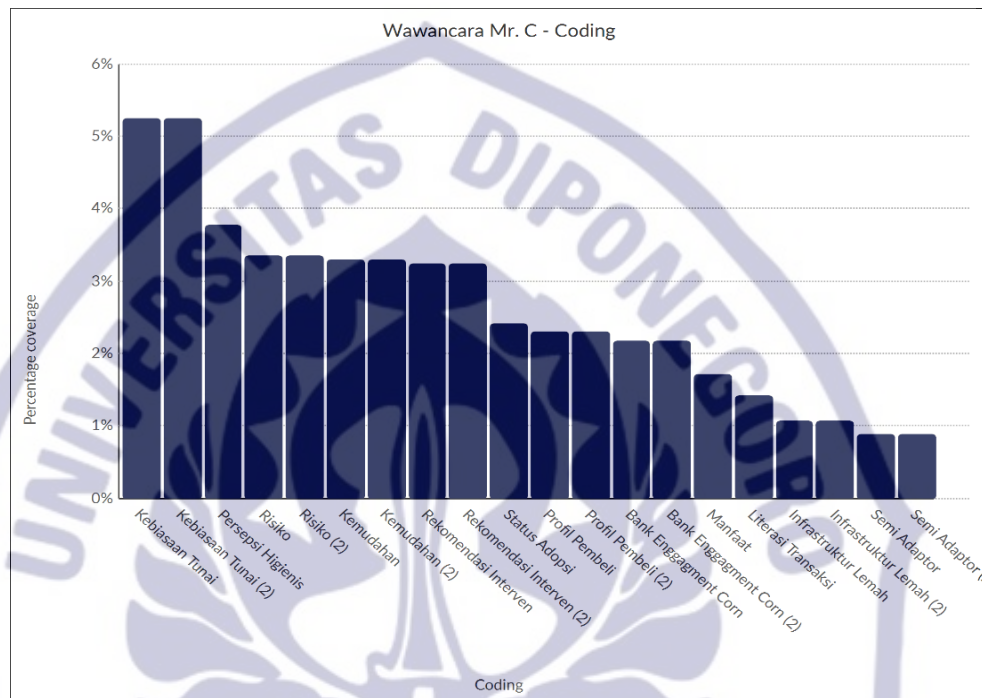
Gambar 4. 2
Koding Informan Wawancara Pedagang Ke Satu



Gambar 4. 3
Koding Informan Wawancara Pedagang Ke Dua



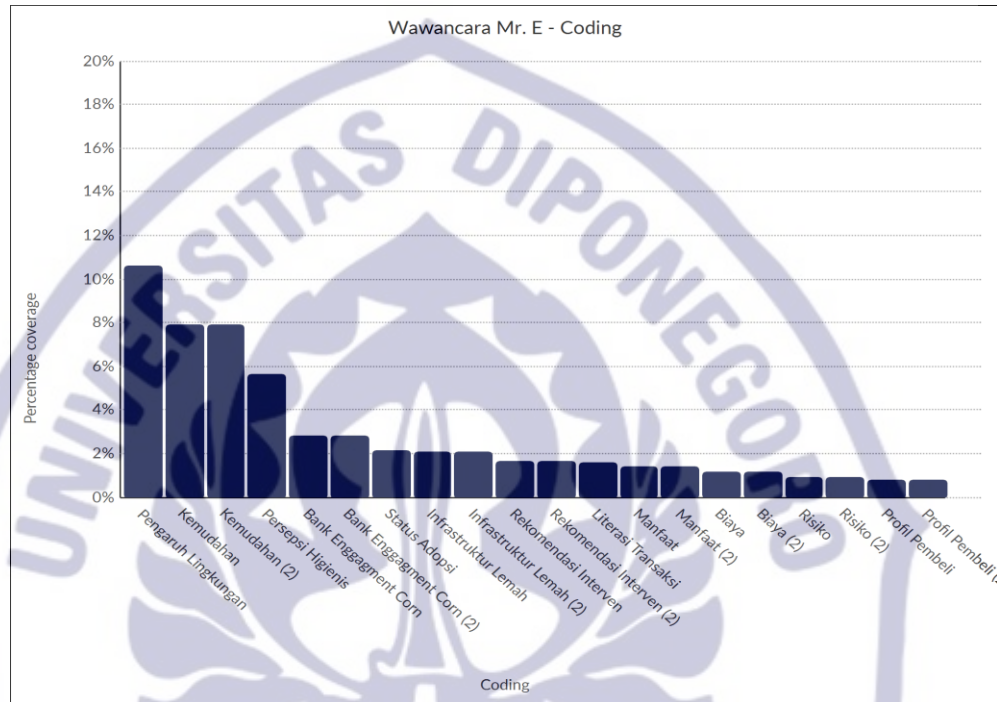
Gambar 4. 4
Koding Informan Wawancara Pedagang Ke Tiga



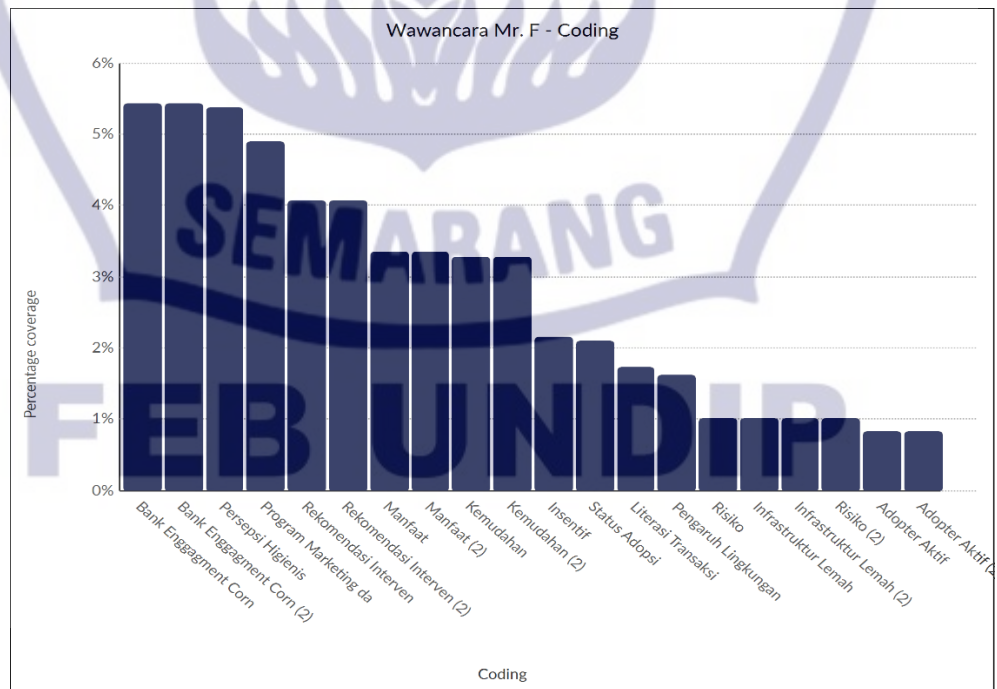
Gambar 4. 5
Koding Informan Wawancara Pedagang Ke Empat



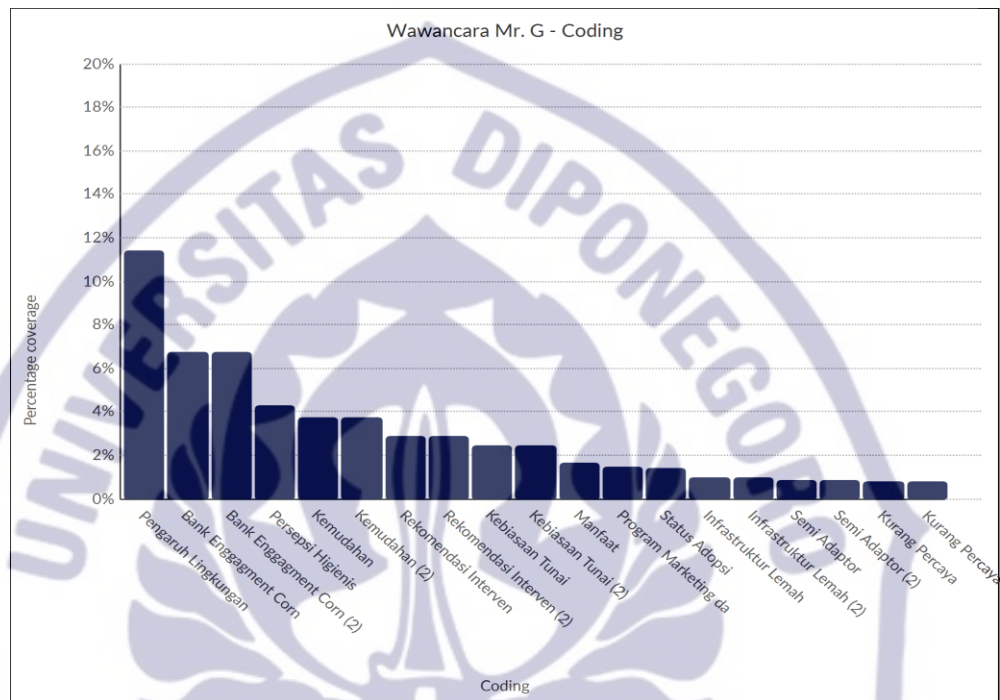
Gambar 4. 6
Koding Informan Wawancara Pedagang Ke Lima



Gambar 4. 7
Koding Informan Wawancara Pedagang Ke Enam



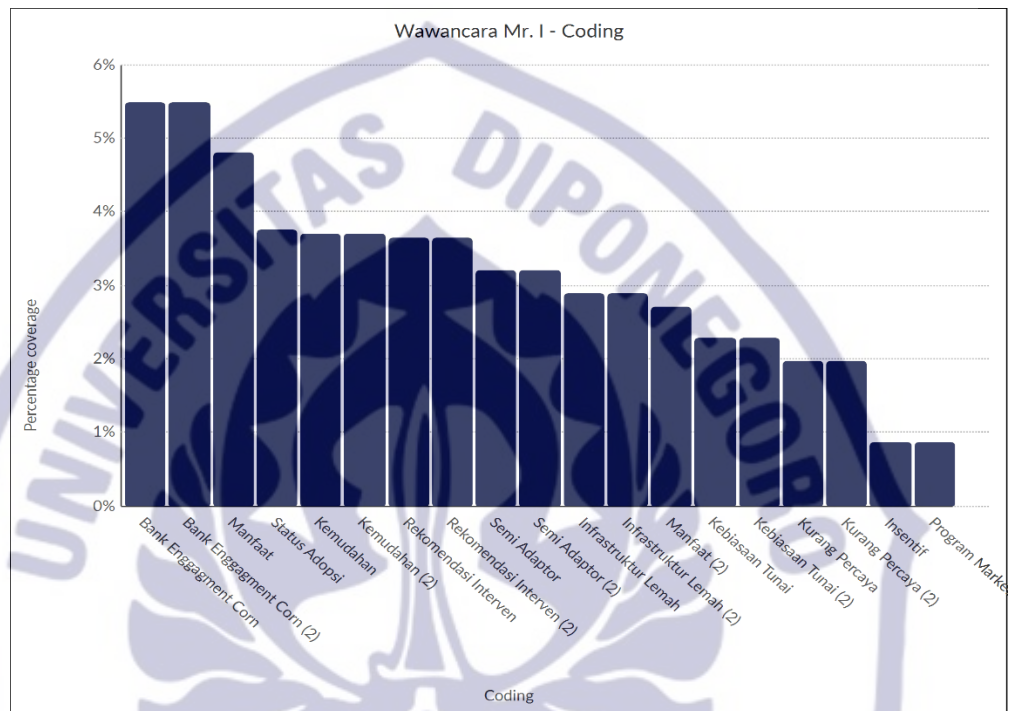
Gambar 4. 8
Koding Informan Wawancara Pedagang Ke Tujuh



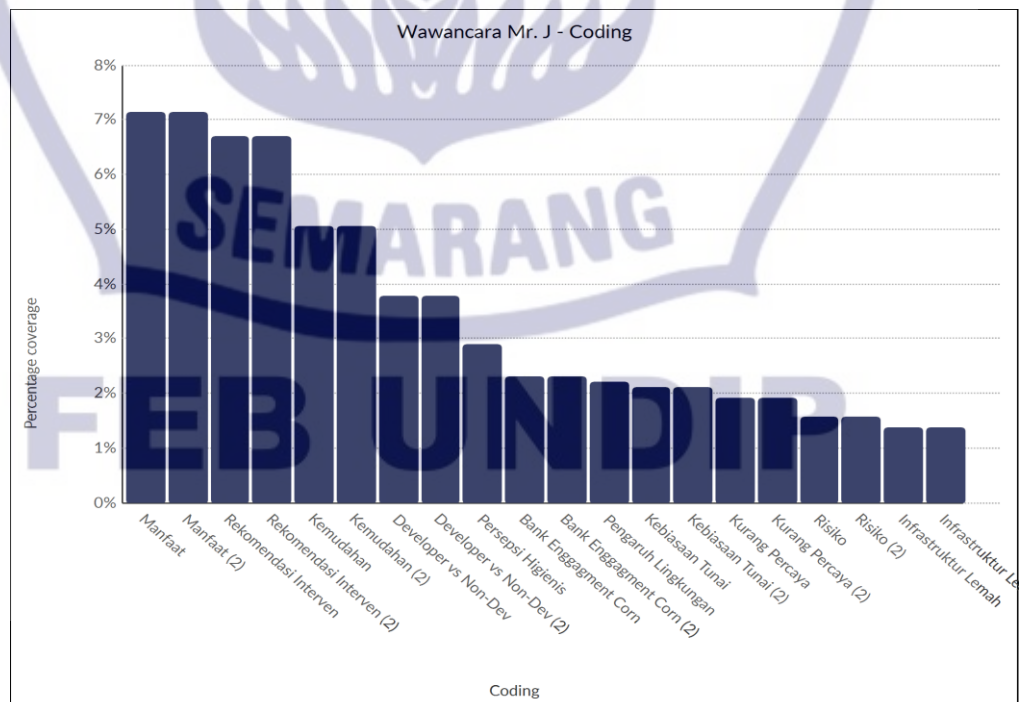
Gambar 4. 9
Koding Informan Wawancara Pedagang Ke Delapan



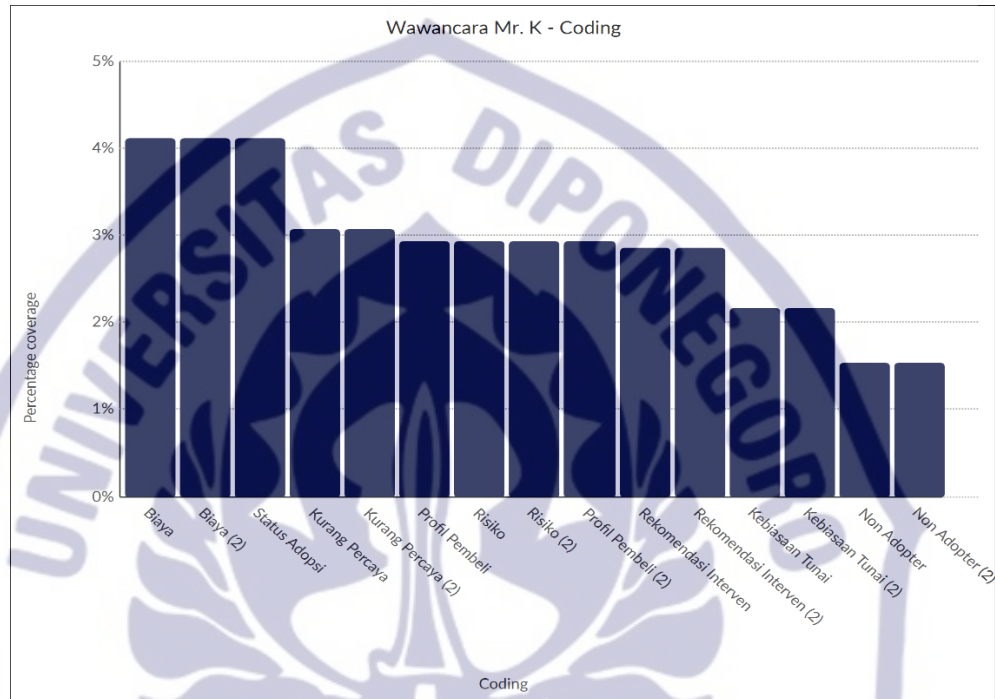
Gambar 4. 10
Koding Informan Wawancara Pedagang Ke Sembilan



Gambar 4. 11
Koding Informan Wawancara Pedagang Ke Sepuluh



Gambar 4. 12
Koding Informan Wawancara Pedagang Ke Sebelas



Gambar 4. 13
Koding Informan Wawancara Pedagang Ke Dua Belas



Sumber: Hasil Koding olah data NVivo 15

Berdasarkan keseluruhan hasil koding terhadap dua belas informan pedagang, terlihat bahwa setiap informan memiliki komposisi tema yang berbeda-beda, namun tetap berada dalam kerangka kategori yang sama sebagaimana telah ditetapkan dalam skema koding awal. Visualisasi koding pada Gambar 4.2 hingga Gambar 4.13 menunjukkan distribusi intensitas kemunculan kode yang mencerminkan pengalaman, persepsi, serta konteks masing-masing pedagang dalam menggunakan QRIS.

Secara umum, hasil koding menunjukkan bahwa tema enabler (pendorong) dan barrier (hambatan) muncul secara bersamaan dalam hampir seluruh informan, meskipun dengan proporsi yang berbeda. Hal ini mengindikasikan bahwa keputusan pedagang dalam menggunakan QRIS bukan merupakan keputusan yang bersifat tunggal, melainkan hasil dari proses pertimbangan antara manfaat yang dirasakan dan hambatan yang dihadapi.

Pada kelompok pedagang yang telah menggunakan QRIS secara aktif (adopter aktif), terlihat bahwa kode seperti manfaat, kemudahan, serta bank engagement cenderung memiliki persentase yang lebih tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman langsung dalam menggunakan QRIS memperkuat persepsi positif terhadap sistem pembayaran digital. Pedagang dalam kelompok ini umumnya telah merasakan efisiensi transaksi, kemudahan pencatatan, serta peningkatan kenyamanan dalam melayani pelanggan. Kondisi ini sejalan dengan temuan sebelumnya bahwa persepsi kemudahan dan manfaat menjadi faktor dominan dalam mendorong adopsi teknologi.

Sebaliknya, pada pedagang yang tergolong semi adopter maupun non adopter, distribusi koding lebih banyak didominasi oleh tema barrier, seperti risiko, kebiasaan tunai, kurang percaya, serta infrastruktur lemah. Temuan ini menunjukkan bahwa hambatan yang dirasakan tidak hanya berkaitan dengan aspek teknis, tetapi juga aspek psikologis dan kebiasaan. Kekhawatiran terhadap kegagalan transaksi, ketidakpastian dana masuk, serta preferensi terhadap uang tunai menjadi faktor yang memperlambat proses adopsi.

Menariknya, terdapat pola yang konsisten terkait pengaruh lingkungan yang muncul pada beberapa informan, baik pada kelompok adopter maupun non-adopter. Pedagang cenderung mulai mempertimbangkan penggunaan QRIS setelah melihat pedagang lain di sekitarnya menggunakannya. Fenomena ini menunjukkan adanya mekanisme social influence atau pembelajaran sosial dalam ekosistem pasar tradisional, di mana keputusan adopsi tidak hanya dipengaruhi oleh faktor individu, tetapi juga oleh dinamika sosial di lingkungan sekitar.

Selain itu, kode program marketing dan insentif juga muncul sebagai faktor pemicu awal (trigger) dalam proses adopsi, meskipun tidak selalu menjadi faktor utama dalam penggunaan jangka panjang. Beberapa informan menyebutkan adanya insentif dari pihak bank, seperti program reward per transaksi, yang mendorong mereka untuk mencoba menggunakan QRIS. Namun demikian, keberlanjutan penggunaan lebih ditentukan oleh pengalaman nyata pedagang dalam merasakan manfaat operasional dari sistem tersebut.

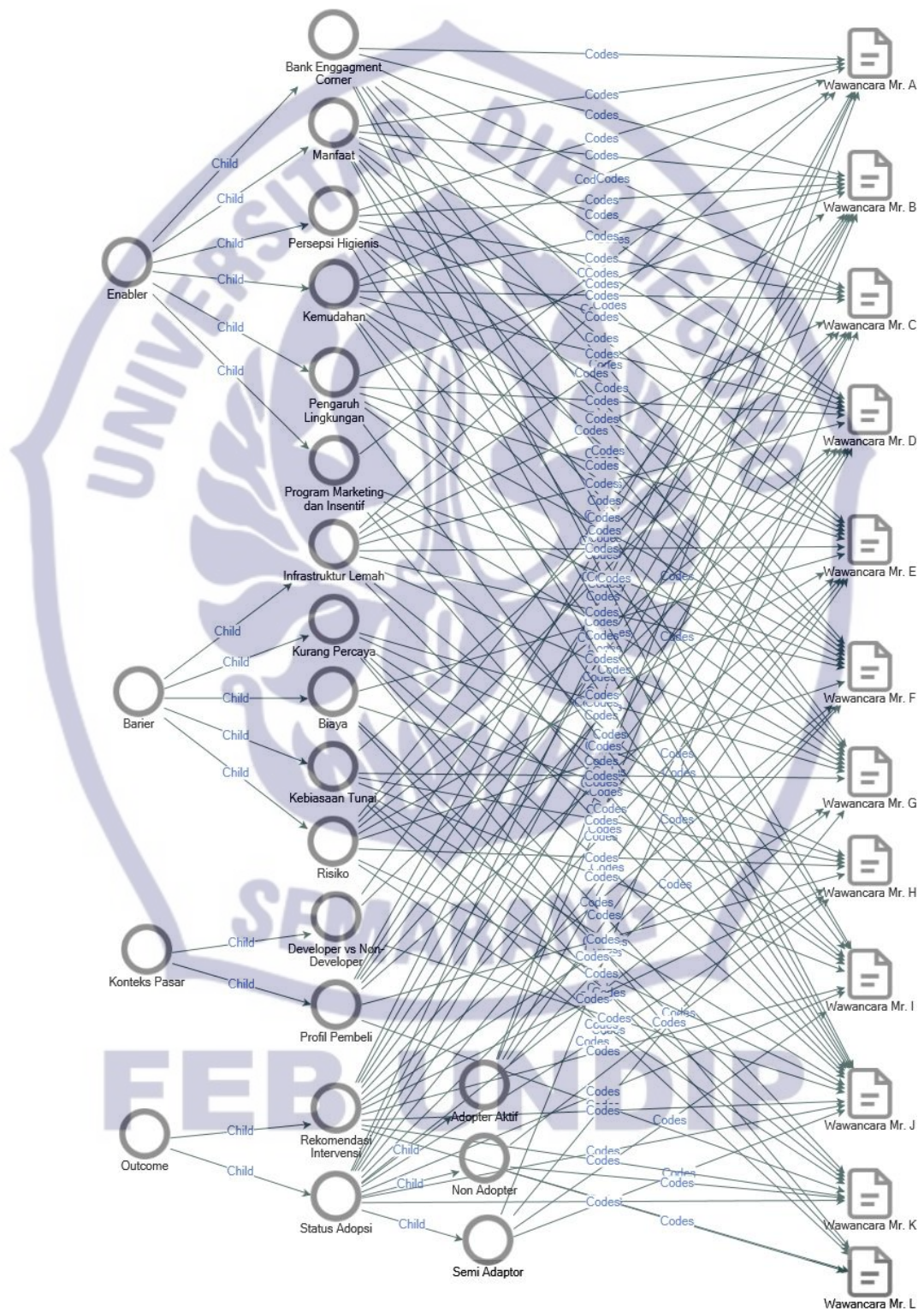
Dari sisi konteks pasar, hasil koding juga memperlihatkan perbedaan karakteristik antara pedagang di pasar developer dan non-developer. Pedagang di

pasar developer cenderung memiliki intensitas kode enabler yang lebih tinggi, yang mengindikasikan adanya dukungan lingkungan yang lebih kuat, seperti edukasi dari pihak bank dan infrastruktur yang lebih memadai. Sebaliknya, pedagang di pasar non-developer lebih banyak menampilkan kode barrier, yang mencerminkan keterbatasan dukungan serta kondisi lingkungan yang belum sepenuhnya mendukung digitalisasi.

Secara keseluruhan, hasil koding dari dua belas informan menunjukkan bahwa adopsi QRIS di pasar tradisional merupakan proses yang bertahap dan kontekstual, di mana setiap pedagang berada pada spektrum adopsi yang berbeda, mulai dari non-adopter, semi adopter, hingga adopter aktif. Proses ini dipengaruhi oleh interaksi antara faktor pendorong, hambatan, serta konteks lingkungan pasar yang melingkupi aktivitas usaha mereka. Dengan demikian, hasil analisis ini memperkuat bahwa keputusan penggunaan QRIS tidak hanya ditentukan oleh faktor teknologi semata, tetapi juga oleh faktor sosial, struktural, dan pengalaman individu pedagang dalam ekosistem pasar tradisional.

Setelah dilakukan proses koding terhadap seluruh informan, peneliti menyusun project map sebagai bentuk visualisasi hubungan antara kode, kategori, dan tema yang dihasilkan dari analisis menggunakan NVivo. Project map ini menggambarkan keterkaitan antar elemen utama, yaitu enabler, barrier, konteks pasar, serta outcome, yang terhubung langsung dengan data hasil wawancara dari masing-masing informan.

Gambar 4. 14
Project Map



Sumber: Hasil *Project Map* olah data NVivo 15

Melalui visualisasi tersebut, terlihat bahwa setiap tema tidak berdiri sendiri, melainkan saling terhubung dan membentuk suatu pola yang menjelaskan proses adopsi QRIS pada pedagang pasar tradisional. Tema enabler seperti manfaat, kemudahan, dan pengaruh lingkungan menunjukkan keterkaitan yang kuat dengan informan yang telah menjadi adopter aktif. Sebaliknya, tema barrier seperti kebiasaan tunai, risiko, dan kurangnya kepercayaan lebih dominan pada informan yang berada pada kategori non-adopter dan semi adopter. Dengan demikian, *project map* ini memperkuat hasil analisis tematik dengan menunjukkan bahwa keputusan adopsi merupakan hasil interaksi antara faktor pendorong, hambatan, serta konteks lingkungan pasar.

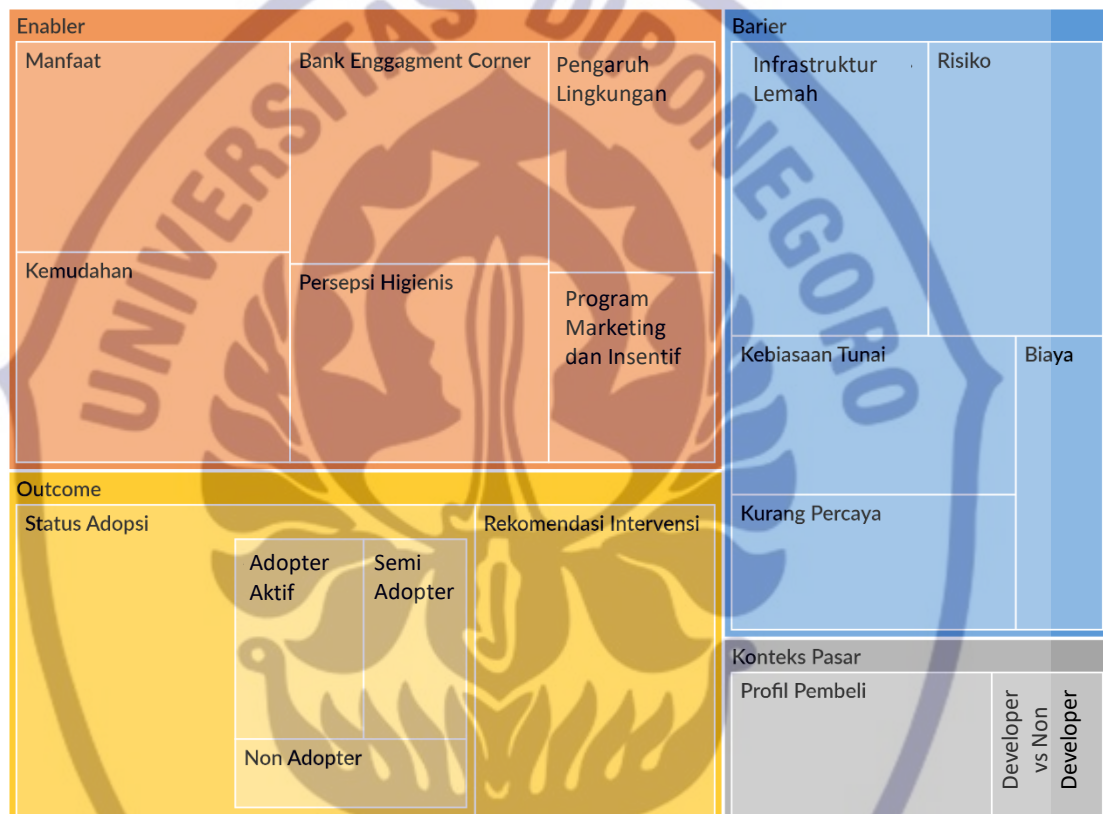
Berdasarkan *project map* yang telah disajikan sebelumnya, terlihat bahwa hubungan antar kode, kategori, dan tema membentuk suatu pola yang saling terintegrasi dalam menjelaskan fenomena adopsi QRIS pada pedagang pasar tradisional. Visualisasi tersebut tidak hanya menunjukkan keterkaitan antar elemen, tetapi juga memberikan gambaran awal mengenai dominasi tema tertentu dalam keseluruhan data hasil wawancara.

Untuk memperdalam analisis tersebut, peneliti selanjutnya menyajikan Hierarchy Chart yang ditampilkan pada Gambar 4.15. Berbeda dengan *project map* yang menekankan pada hubungan antar tema, *hierarchy chart* memberikan gambaran mengenai proporsi dan tingkat dominasi masing-masing kode dan tema berdasarkan intensitas kemunculannya dalam data.

Gambar 4.15 merupakan *hierarchy chart* yang dihasilkan dari hasil proses coding transkrip wawancara menggunakan perangkat lunak NVivo 15. Chart ini

memberikan gambaran dalam implementasi penerapan penggunaan QRIS di pasar tradisional berdasarkan wawancara dengan dua belas pedagang pasar tradisional.

Gambar 4. 15
Hierarchy Chart



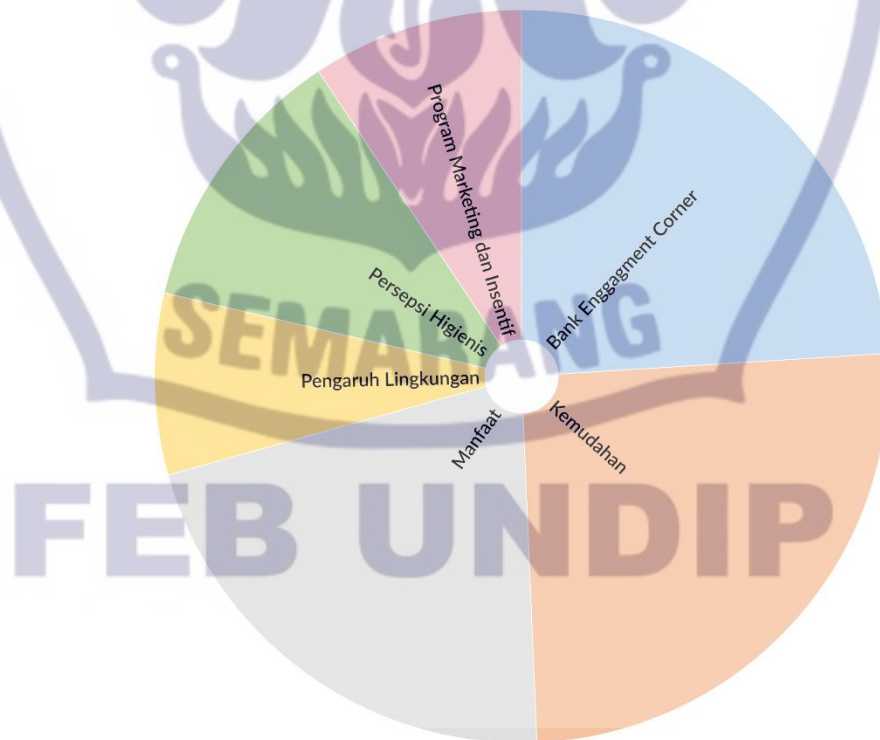
Sumber: Hasil *Hierarchy Chart (Tree Map)* olah data NVivo 15

Berdasarkan hasil pengolahan data wawancara, diperoleh empat tema utama yang merepresentasikan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pedagang dalam menggunakan alat transaksi digital, yaitu **Enabler**, **Barrier**, **Konteks Pasar**, dan **Outcome**. Keempat tema ini saling berkaitan dan membentuk suatu alur pemahaman yang utuh mengenai dinamika adopsi transaksi digital di lingkungan pasar tradisional.

4.3.1 Enabler (Pendorong Adopsi)

Tema *Enabler* merepresentasikan berbagai faktor yang mendorong pedagang pasar tradisional untuk mengadopsi dan menggunakan QRIS dalam aktivitas transaksi usaha mereka. Berdasarkan hasil analisis tematik menggunakan NVivo 15 dan mengacu pada skema koding awal yang telah diperbarui, faktor pendorong adopsi terbagi ke dalam beberapa sub-kategori, yaitu manfaat, kemudahan, persepsi higienis, keterlibatan pihak bank (bank engagement corner), program marketing dan insentif, serta pengaruh lingkungan. Keenam faktor ini tidak berdiri sendiri, melainkan saling berinteraksi membentuk keputusan penggunaan QRIS pada masing-masing pedagang.

Gambar 4. 16
Hierarchy Chart Faktor Pendorong Adopsi



Sumber: Hasil *Hierarchy Chart (Sunburst)* olah data NVivo 15

Salah satu faktor pendorong utama adalah persepsi kemudahan penggunaan. Para pedagang yang telah menggunakan QRIS menyampaikan bahwa transaksi menjadi lebih cepat dan praktis, terutama pada saat kondisi pasar ramai. Penggunaan QRIS membantu meminimalisir transaksi uang palsu, mengurangi kesalahan dalam pengembalian uang serta mempermudah pencatatan transaksi karena adanya riwayat pembayaran secara digital. Selain itu, beberapa pedagang memandang bahwa menyediakan QRIS dapat meningkatkan citra usaha menjadi lebih modern dan mengikuti perkembangan zaman.

Kemudahan penggunaan juga menjadi faktor pendorong yang signifikan. Pedagang yang merasa bahwa proses registrasi dan penggunaan QRIS tidak rumit menunjukkan kecenderungan lebih besar untuk mencoba dan mempertahankan penggunaan sistem tersebut. Persepsi kemudahan ini diperkuat oleh adanya pendampingan dari pihak bank yang secara rutin berkunjung ke area pasar. Keberadaan petugas bank yang siap membantu apabila terjadi kendala teknis memberikan rasa aman bagi pedagang dan menurunkan kekhawatiran terhadap potensi kesalahan transaksi.

Faktor persepsi higienis turut muncul sebagai pendorong tambahan, di mana transaksi non-tunai lebih bersih dan tidak perlu memegang uang tunai yang lusuh atau kotor. Persepsi ini secara tidak langsung mendorong pedagang untuk menyediakan QRIS sebagai bentuk penyesuaian terhadap preferensi pelanggan.

Keterlibatan aktif pihak bank melalui kegiatan sosialisasi, edukasi, serta layanan penanganan keluhan juga berperan sebagai enabler penting. Pada pasar developer, interaksi antara pedagang dan pihak bank berlangsung secara lebih

terstruktur, baik melalui forum pertemuan rutin maupun kunjungan langsung ke kios-kios pedagang. Kondisi ini meningkatkan kepercayaan pedagang terhadap sistem QRIS karena terdapat akses yang jelas untuk memperoleh bantuan apabila terjadi kendala, seperti transaksi yang belum masuk ke rekening.

Program marketing dan insentif, seperti promo atau biaya MDR yang relatif rendah, juga menjadi faktor yang membantu mempercepat keputusan awal penggunaan QRIS. Meskipun tidak selalu disebut sebagai alasan utama dalam wawancara, keberadaan program tersebut memberikan tambahan motivasi bagi pedagang untuk mencoba, terutama pada tahap awal implementasi. Insentif ini berfungsi sebagai pemicu awal sebelum pedagang benar-benar merasakan manfaat operasional dari penggunaan QRIS.

Program marketing dan insentif dari pihak bank juga menjadi faktor yang membantu mempercepat keputusan awal penggunaan QRIS oleh pedagang. Dalam wawancara, terungkap bahwa salah satu bank penyedia layanan QRIS, yaitu BRI, pernah memberikan program reward sebesar Rp1.000,- untuk setiap transaksi yang berhasil dilakukan menggunakan QRIS. Insentif tersebut memberikan tambahan motivasi bagi pedagang untuk lebih aktif mendorong pelanggan melakukan pembayaran secara non-tunai. Skema ini dipersepsikan sebagai bentuk apresiasi dan dukungan nyata dari pihak bank terhadap pedagang. Program semacam ini berfungsi sebagai stimulus awal yang mendorong pedagang untuk mencoba dan membiasakan diri menggunakan QRIS dalam transaksi harian.

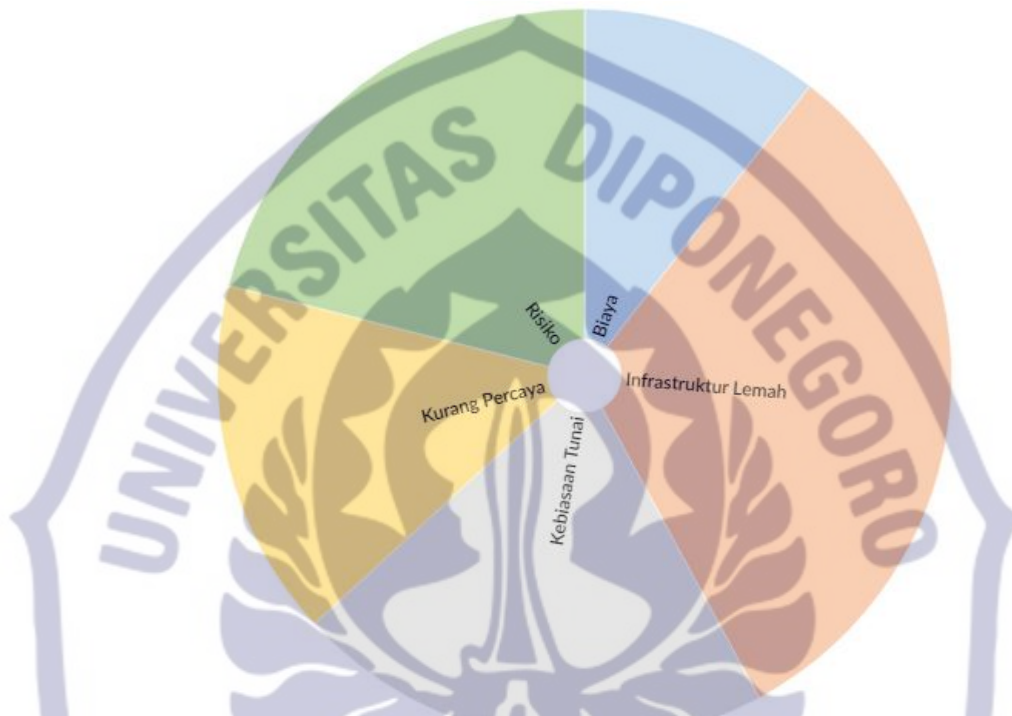
Pedagang mengungkapkan bahwa keputusan untuk menggunakan QRIS muncul setelah melihat pedagang lain di sekitarnya mulai ramai menggunakan

metode pembayaran tersebut. Proses ini menunjukkan adanya mekanisme pembelajaran sosial dan efek imitasi di dalam lingkungan pasar. Ketika QRIS mulai dianggap sebagai praktik yang umum, tingkat keraguan pedagang cenderung menurun.

4.3.2 Barrier (Hambatan Adopsi)

Tema *Barrier* merepresentasikan berbagai faktor yang menghambat atau memperlambat keputusan pedagang dalam mengadopsi dan menggunakan QRIS sebagai alat transaksi. Berdasarkan hasil analisis tematik menggunakan NVivo 15 dan mengacu pada skema koding awal, hambatan adopsi dikategorikan ke dalam beberapa sub-kode utama, yaitu risiko, biaya, kebiasaan tunai, kurang percaya, serta infrastruktur lemah. Temuan menunjukkan bahwa hambatan tersebut tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga psikologis dan structural.

Gambar 4. 17
Hierarchy Chart Faktor Hambatan Adopsi



Sumber: Hasil *Hierarchy Chart (Sunburst)* olah data NVivo 15

Risiko menjadi salah satu hambatan yang cukup dominan, khususnya pada pedagang yang belum menggunakan QRIS atau hanya menggunakannya secara terbatas. Kekhawatiran utama yang muncul adalah potensi kegagalan transaksi dan dana yang tidak langsung masuk ke rekening. Beberapa pedagang menyampaikan rasa takut kehilangan hasil penjualan apabila terjadi kesalahan sistem. Kebutuhan akan perputaran modal harian yang cepat membuat sebagian pedagang lebih memilih transaksi tunai karena dianggap lebih pasti dan langsung diterima. Persepsi risiko ini cenderung lebih kuat pada pasar non-developer, terutama pada pedagang yang belum pernah mendapatkan pendampingan teknis secara memadai.

Faktor biaya juga muncul sebagai hambatan, meskipun tidak selalu menjadi alasan utama penolakan. Persepsi mengenai adanya potongan biaya Merchant Discount Rate (MDR) membuat sebagian pedagang merasa bahwa transaksi non-tunai mengurangi margin keuntungan, terutama untuk penjualan dengan nominal kecil. Meskipun beberapa pedagang memahami bahwa biaya tersebut relatif kecil, sensitivitas terhadap potensi pengurangan pendapatan tetap memengaruhi keputusan penggunaan QRIS, terutama pada usaha dengan margin tipis dan volume transaksi tinggi.

Kebiasaan transaksi tunai merupakan hambatan yang bersifat kultural dan telah mengakar dalam praktik jual beli di pasar tradisional. Sebagian pedagang menyatakan telah terbiasa menerima uang tunai dan merasa lebih nyaman dengan sistem tersebut karena tidak memerlukan perangkat tambahan atau koneksi internet. Selain itu, beberapa pedagang menilai bahwa mayoritas pelanggan mereka masih menggunakan uang tunai, sehingga tidak terdapat tekanan yang cukup kuat untuk beralih ke metode non-tunai. Pada pasar non-developer, kebiasaan ini lebih dominan dibandingkan pada pasar developer, di mana karakteristik pembeli relatif lebih terbiasa menggunakan pembayaran digital.

Selain itu, rendahnya literasi digital juga menjadi barrier yang signifikan. Beberapa pedagang merasa khawatir melakukan kesalahan saat menggunakan QRIS, takut saldo tidak masuk, atau tidak memahami alur penyelesaian transaksi. Kekhawatiran ini diperkuat oleh minimnya pendampingan lanjutan setelah tahap sosialisasi awal.

Hambatan lain yang bersifat teknis adalah keterbatasan infrastruktur, seperti kualitas sinyal yang tidak stabil dan keterbatasan perangkat pendukung. Gangguan jaringan pada waktu tertentu menyebabkan transaksi menjadi tertunda atau gagal.

Secara keseluruhan, hasil analisis menunjukkan bahwa hambatan adopsi QRIS tidak hanya berkaitan dengan aspek teknologi, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor psikologis, kebiasaan sosial, serta kesiapan ekosistem pasar. Pada pasar developer, barrier cenderung bersifat operasional dan dapat dikelola melalui dukungan institusional yang memadai. Sebaliknya, pada pasar non-developer, hambatan lebih bersifat struktural dan kultural, sehingga memerlukan pendekatan yang lebih komprehensif untuk mendorong perubahan perilaku transaksi.

4.3.3 Konteks Pasar

Tema Konteks Pasar menggambarkan kondisi lingkungan pasar yang mempengaruhi tingkat adopsi alat transaksi digital oleh pedagang. Hasil analisis menunjukkan bahwa karakteristik pasar memiliki peran penting dalam membentuk sikap dan perilaku pedagang terhadap QRIS.

Pasar dengan pengelolaan yang lebih terstruktur cenderung memiliki tingkat adopsi transaksi digital yang lebih baik. Kejelasan aturan, adanya koordinasi dari pengelola pasar, serta dukungan fasilitas seperti spanduk sosialisasi atau bantuan teknis turut menciptakan lingkungan yang kondusif bagi penggunaan QRIS.

Sebaliknya, pada pasar yang aktivitasnya relatif tidak terlalu padat atau didominasi oleh pelanggan lokal dengan preferensi tunai, penggunaan transaksi digital cenderung lebih terbatas. Dalam konteks ini, pedagang menyesuaikan

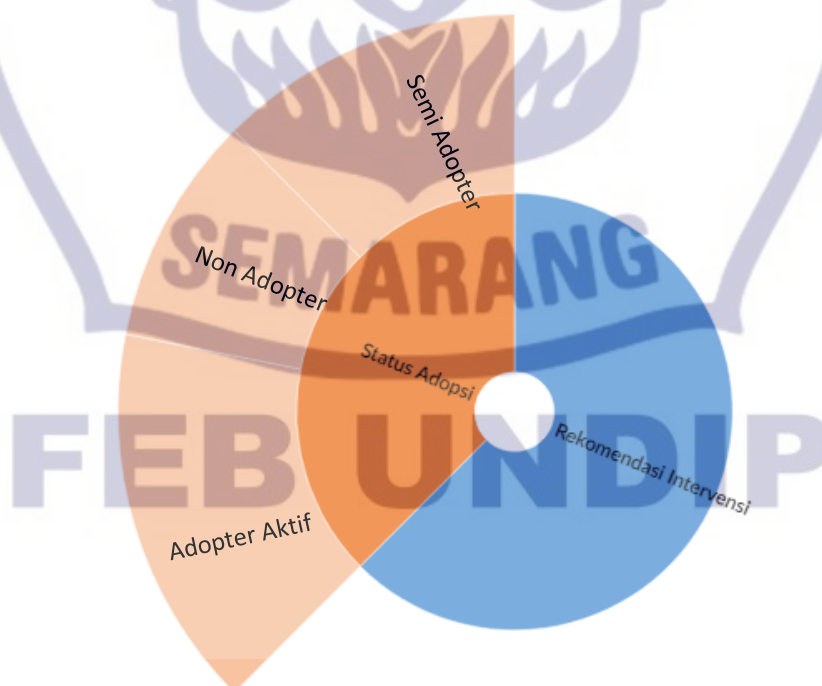
metode pembayaran dengan karakteristik pelanggan, sehingga QRIS lebih berfungsi sebagai opsi tambahan, bukan sebagai metode transaksi utama.

Konteks sosial di pasar, seperti interaksi antar pedagang dan adanya contoh dari pedagang lain yang sudah lebih dahulu menggunakan QRIS, juga berperan dalam membentuk keputusan adopsi. Proses belajar informal antar pedagang menjadi salah satu mekanisme penting dalam penyebaran penggunaan transaksi digital.

4.3.4 Outcome (Hasil Adopsi)

Tema Outcome merepresentasikan dampak yang dirasakan pedagang setelah menggunakan alat transaksi digital. Dampak ini tidak hanya berkaitan dengan aspek finansial, tetapi juga operasional dan psikologis.

Gambar 4. 18
Hierarchy Chart Outcome



Sumber: Hasil *Hierarchy Chart (Sunburst)* olah data NVivo 15

Sebagian pedagang menyatakan bahwa penggunaan QRIS memberikan efisiensi dalam proses transaksi, terutama pada saat pelanggan ramai. Transaksi menjadi lebih cepat dan mengurangi potensi kesalahan dalam pengembalian uang. Selain itu, pedagang juga merasakan peningkatan citra usaha karena dianggap lebih modern dan mengikuti perkembangan zaman.

Namun demikian, outcome yang dirasakan bersifat bertahap dan kontekstual. Pada beberapa pedagang, proporsi transaksi digital masih relatif kecil dibandingkan transaksi tunai, sehingga dampak finansial belum dirasakan secara signifikan. Meski demikian, keberadaan QRIS tetap dipandang sebagai investasi jangka panjang untuk menyesuaikan diri dengan perubahan perilaku konsumen.

Secara keseluruhan, hasil analisis tematik menunjukkan bahwa keputusan pedagang dalam menggunakan alat transaksi digital merupakan hasil interaksi antara faktor pendorong, hambatan, serta konteks pasar yang melingkupinya, dengan outcome yang berkembang secara bertahap.

4.4 Analisis Perbandingan

Analisis perbandingan ini bertujuan untuk mengidentifikasi perbedaan pola adopsi penggunaan QRIS antara pasar yang dikelola oleh developer dan pasar yang dikelola oleh pemerintah daerah (non-developer), dengan mempertimbangkan perspektif pedagang, pembeli, dan pengelola pasar. Perbandingan dilakukan berdasarkan tema-tema utama hasil analisis tematik, yaitu *enabler*, *barrier*, konteks pasar, dan outcome adopsi.

Pendekatan ini digunakan untuk menilai sejauh mana perbedaan tata kelola pasar dan karakteristik lingkungan pasar berpengaruh terhadap keputusan penggunaan alat transaksi digital oleh pedagang pasar tradisional.

4.4.1 Perbandingan Faktor Enabler Pasar Developer dan Non-Developer

Hasil analisis menunjukkan bahwa faktor enabler pada pasar yang dikelola oleh developer bersifat lebih kuat dan terstruktur dibandingkan dengan pasar non-developer. Pada pasar developer, dorongan penggunaan QRIS tidak hanya berasal dari persepsi kemudahan dan manfaat yang dirasakan oleh pedagang, tetapi juga diperkuat oleh dukungan institusional yang konsisten dari pengelola pasar dan pihak perbankan.

Pengelola pasar developer secara aktif memfasilitasi kegiatan sosialisasi dan edukasi melalui forum rutin seperti Market School atau pertemuan pedagang, yang menjadi sarana bagi bank penyedia QRIS untuk memberikan pendampingan teknis dan memperkenalkan program-program transaksi digital. Dukungan ini meningkatkan literasi pedagang serta menurunkan hambatan awal dalam penggunaan QRIS.

Selain itu, karakteristik pembeli di pasar developer yang cenderung menggunakan transaksi non-tunai lebih dari 50% turut menjadi enabler eksternal bagi pedagang. Permintaan pembeli terhadap metode pembayaran digital menciptakan dorongan pasar (market-driven adoption) yang mempercepat adopsi QRIS oleh pedagang.

Sebaliknya, pada pasar non-developer, faktor enabler relatif terbatas dan tidak terlembagakan. Meskipun sebagian pedagang dan pembeli telah memahami

manfaat QRIS, tidak terdapat mekanisme pendukung yang berkelanjutan dari pengelola pasar. Dorongan penggunaan QRIS pada pasar ini lebih bersifat individual dan sporadis, bergantung pada inisiatif pedagang atau program temporer dari pihak bank.

4.4.2 Perbandingan Faktor Barrier Pasar Developer dan Non-Developer

Perbedaan yang cukup signifikan juga terlihat pada karakter barrier yang dihadapi pedagang di kedua tipe pasar. Pada pasar developer, hambatan penggunaan QRIS umumnya bersifat individual dan operasional, seperti kendala jaringan pada waktu tertentu, kekhawatiran terhadap biaya, atau preferensi sebagian pelanggan yang masih menggunakan uang tunai. Namun, hambatan ini relatif dapat dikelola karena adanya akses terhadap bantuan teknis dan komunikasi yang lebih baik dengan pihak pengelola dan bank.

Sebaliknya, pada pasar non-developer, barrier yang muncul bersifat lebih struktural dan institusional. Hambatan utama meliputi rendahnya literasi digital pedagang, keterbatasan infrastruktur pendukung, serta tidak adanya strategi pengelolaan pasar yang secara aktif mendorong adopsi transaksi digital. Selain itu, kebiasaan transaksi tunai yang sudah mengakar kuat di lingkungan pasar semakin memperlambat proses adopsi.

Temuan dari wawancara pembeli menunjukkan bahwa rendahnya penggunaan transaksi non-tunai di pasar non-developer bukan disebabkan oleh penolakan pembeli terhadap QRIS, melainkan oleh keterbatasan jumlah pedagang yang menyediakan QRIS sebagai metode pembayaran. Hal ini menegaskan bahwa

hambatan utama terletak pada sisi ekosistem pasar, bukan pada preferensi konsumen.

4.4.3 Perbandingan Konteks Pasar dan Pengaruhnya terhadap Adopsi

Konteks pasar terbukti menjadi faktor pembeda yang krusial dalam proses adopsi QRIS. Pasar yang dikelola oleh developer memiliki tata kelola yang lebih terstruktur, komunikasi yang lebih intensif antara pengelola dan pedagang, serta lingkungan fisik dan sosial yang lebih kondusif bagi penerapan inovasi. Dalam konteks ini, penggunaan QRIS menjadi bagian dari upaya modernisasi pasar dan peningkatan kualitas layanan.

Sebaliknya, pasar non-developer beroperasi dalam konteks yang lebih tradisional, dengan keterbatasan sumber daya pengelolaan dan minimnya program literasi digital yang terencana. Aktivitas pasar yang relatif tidak terlalu padat serta dominasi pembeli lokal membuat tekanan untuk beralih ke transaksi digital menjadi lebih rendah. Akibatnya, keputusan pedagang untuk menggunakan QRIS lebih bersifat reaktif, yaitu hanya merespons permintaan tertentu dari pembeli.

Dengan demikian, konteks pasar tidak hanya berfungsi sebagai latar belakang, tetapi menjadi faktor aktif yang membentuk interaksi antara enabler dan barrier dalam proses adopsi transaksi digital.

4.4.4 Perbandingan Outcome Adopsi QRIS

Perbedaan pada faktor enabler, barrier, dan konteks pasar tercermin secara langsung pada outcome adopsi QRIS di masing-masing tipe pasar. Pada pasar developer, sebagian besar pedagang berada pada kategori adopter aktif, dengan tingkat penggunaan QRIS yang relatif tinggi dan terintegrasi dalam aktivitas

transaksi harian. QRIS dipandang sebagai kebutuhan operasional yang mendukung efisiensi dan kenyamanan transaksi.

Sebaliknya, pada pasar non-developer, outcome adopsi didominasi oleh kategori semi-adopter dan non-adopter. Beberapa pedagang telah memiliki QRIS namun jarang digunakan, sementara sebagian lainnya belum mengadopsi sama sekali. Pada konteks ini, QRIS lebih sering diposisikan sebagai metode pembayaran alternatif, bukan sebagai sarana utama transaksi.

4.4.5 Sintesis Hasil Analisis Perbandingan

Secara keseluruhan, analisis perbandingan menunjukkan bahwa perbedaan tingkat adopsi QRIS antara pasar developer dan non-developer tidak semata-mata dipengaruhi oleh faktor teknologi atau sikap individu pedagang. Faktor penentu utama terletak pada perbedaan konteks pengelolaan pasar, dukungan institusional, serta kesiapan ekosistem transaksi digital secara keseluruhan.

Pasar developer menunjukkan pola adopsi yang lebih matang dan berkelanjutan, sementara pasar non-developer masih berada pada tahap adopsi awal yang memerlukan intervensi strategis dan terkoordinasi. Temuan ini menjadi dasar penting untuk pembahasan teoritis serta perumusan implikasi praktis dan rekomendasi kebijakan pada bagian selanjutnya.

FEB UNDIP

4.4.6 Komparasi Perspektif Aktor dalam Ekosistem Adopsi QRIS

Tabel 4. 1
Komparatif Pedagang vs Pembeli vs Pengelola

Dimensi Analisis	Pedagang	Pembeli	Pengelola Pasar
Persepsi Manfaat (Perceived Benefits)	<ul style="list-style-type: none"> • Mempermudah transaksi ketika pembeli tidak membawa uang tunai. • Mengurangi kebutuhan uang kembalian. • Transaksi tercatat secara otomatis sehingga memudahkan pencatatan penjualan. 	<ul style="list-style-type: none"> • Transaksi lebih praktis dan cepat tanpa membawa uang tunai. • Memungkinkan pembayaran menggunakan berbagai aplikasi e-wallet atau mobile banking. • Lebih higienis karena tidak perlu memegang uang fisik. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mendukung modernisasi sistem transaksi di pasar. • Meningkatkan citra pasar menjadi lebih modern dan adaptif terhadap digitalisasi. • Berpotensi meningkatkan transparansi dan efisiensi transaksi.
Persepsi Kemudahan (Ease of Use)	<ul style="list-style-type: none"> • Sebagian pedagang menilai penggunaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Pembeli yang sudah terbiasa dengan e-wallet menganggap 	<ul style="list-style-type: none"> • Pengelola menilai implementasi QRIS relatif

Dimensi Analisis	Pedagang	Pembeli	Pengelola Pasar
	<p>QRIS cukup mudah setelah mendapatkan pendampingan dari pihak bank.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proses transaksi sederhana (scan–bayar–konfirmasi). 	<p>QRIS sangat mudah digunakan.</p>	<p>mudah jika didukung oleh bank dan program sosialisasi.</p>
<p>Hambatan (Barrier)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Literasi digital yang terbatas. • Kekhawatiran terhadap keamanan transaksi digital. • Ketergantungan pada koneksi internet. • Kebiasaan lama menggunakan transaksi tunai. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak semua kios menyediakan QRIS. • Sebagian pembeli masih lebih nyaman menggunakan uang tunai untuk transaksi kecil. 	<ul style="list-style-type: none"> • Keterbatasan program edukasi dan sosialisasi. • Keterbatasan koordinasi dengan pihak bank atau penyedia QRIS. • Infrastruktur pasar yang belum sepenuhnya mendukung

Dimensi Analisis	Pedagang	Pembeli	Pengelola Pasar
			digitalisasi.
Pengaruh Lingkungan (Social Influence)	<ul style="list-style-type: none"> • Adanya pedagang lain yang sudah menggunakan QRIS mendorong pedagang lain untuk ikut mencoba. 	<ul style="list-style-type: none"> • Jika banyak pedagang menyediakan QRIS, pembeli lebih terdorong menggunakan pembayaran digital. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pengelola dapat mempengaruhi tingkat adopsi melalui kebijakan atau program sosialisasi pasar.
Harapan terhadap Sistem QRIS	<ul style="list-style-type: none"> • Adanya pelatihan penggunaan QRIS yang lebih sederhana. • Bantuan teknis jika terjadi gangguan transaksi. • Insentif atau promo dari bank penyedia 	<ul style="list-style-type: none"> • Semakin banyak pedagang menyediakan QRIS. • Transaksi lebih cepat dan jarang mengalami gangguan jaringan. 	<ul style="list-style-type: none"> • Adanya program kolaborasi dengan bank untuk aktivasi QRIS di pasar. • Dukungan infrastruktur digital yang lebih baik di area pasar.

Dimensi Analisis	Pedagang	Pembeli	Pengelola Pasar
	layanan.		
Peran dalam Ekosistem Adopsi	Aktor utama yang menentukan apakah QRIS digunakan dalam transaksi sehari-hari.	Faktor pendorong permintaan penggunaan QRIS dalam transaksi.	Fasilitator yang dapat mendorong proses digitalisasi pasar.

Tabel komparatif tersebut menunjukkan bahwa adopsi QRIS di pasar tradisional tidak hanya dipengaruhi oleh faktor individu pedagang, tetapi juga merupakan hasil interaksi antara tiga aktor utama dalam ekosistem pasar, yaitu pedagang, pembeli, dan pengelola pasar. Pedagang berperan sebagai aktor utama dalam implementasi transaksi digital, sementara pembeli berfungsi sebagai faktor pendorong permintaan terhadap metode pembayaran non-tunai. Di sisi lain, pengelola pasar memiliki peran sebagai fasilitator yang dapat mempercepat adopsi melalui sosialisasi, penyediaan infrastruktur, serta kerja sama dengan lembaga keuangan. Dengan demikian, keberhasilan implementasi QRIS di pasar tradisional sangat dipengaruhi oleh sinergi antara ketiga aktor tersebut.

4.5 Pembahasan

Bagian pembahasan ini bertujuan untuk menginterpretasikan temuan penelitian berdasarkan hasil analisis tematik serta mengaitkannya dengan literatur terkait adopsi teknologi dan sistem pembayaran digital. Pembahasan difokuskan

pada pemaknaan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pedagang pasar tradisional dalam menggunakan QRIS, dengan mempertimbangkan interaksi antara persepsi individu, dukungan lingkungan, dan konteks pengelolaan pasar.

4.5.1 Persepsi Manfaat dan Keputusan Penggunaan QRIS

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi pedagang terhadap manfaat penggunaan QRIS merupakan faktor penting dalam keputusan adopsi alat transaksi digital. Pedagang yang merasakan manfaat langsung, seperti kemudahan transaksi, efisiensi waktu, dan kenyamanan bagi pembeli, cenderung lebih aktif menggunakan QRIS dalam kegiatan transaksi sehari-hari.

Pada pasar yang dikelola oleh developer, persepsi manfaat ini diperkuat oleh tingginya permintaan pembeli terhadap transaksi non-tunai serta dukungan pengelola pasar yang secara aktif mendorong penggunaan QRIS. Dalam konteks ini, QRIS dipandang sebagai sarana yang mendukung operasional usaha dan peningkatan kualitas layanan kepada pelanggan.

Sebaliknya, pada pasar non-developer, meskipun sebagian pedagang telah memahami manfaat QRIS, persepsi tersebut belum sepenuhnya terinternalisasi dalam praktik transaksi harian. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat tidak berdiri sendiri, melainkan dipengaruhi oleh kondisi lingkungan pasar dan intensitas penggunaan teknologi tersebut.

4.5.2 Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Literasi Digital

Selain manfaat, persepsi kemudahan penggunaan juga berperan signifikan dalam menentukan tingkat adopsi QRIS. Pedagang yang merasa bahwa QRIS

mudah dipahami dan digunakan tanpa menambah beban kerja cenderung lebih terbuka terhadap penggunaan transaksi digital.

Pada pasar developer, kemudahan penggunaan QRIS diperkuat melalui adanya pendampingan teknis, sosialisasi rutin, dan komunikasi yang relatif baik antara pengelola pasar, pedagang, dan pihak perbankan. Dukungan ini membantu pedagang mengatasi hambatan awal serta meningkatkan kepercayaan diri dalam menggunakan QRIS.

Sebaliknya, pada pasar non-developer, keterbatasan literasi digital dan minimnya pendampingan menjadi hambatan utama yang menurunkan persepsi kemudahan penggunaan. Kekhawatiran terhadap kesalahan transaksi serta ketidakpastian dalam menghadapi kendala teknis membuat pedagang cenderung enggan menggunakan QRIS secara konsisten, meskipun telah memiliki fasilitas tersebut.

4.5.3 Peran Lingkungan Pasar dan Tata Kelola dalam Adopsi Transaksi Digital

Temuan penelitian menunjukkan bahwa lingkungan pasar dan tata kelola pengelolaan memiliki peran penting dalam membentuk keputusan penggunaan QRIS. Pasar yang dikelola oleh developer menunjukkan sistem pengelolaan yang lebih terstruktur, dengan adanya inisiatif yang secara aktif mendorong modernisasi sistem pembayaran.

Kondisi tersebut menciptakan lingkungan yang lebih kondusif bagi adopsi transaksi digital, di mana penggunaan QRIS tidak hanya menjadi pilihan individu pedagang, tetapi juga bagian dari arah pengembangan pasar secara keseluruhan.

Sebaliknya, pada pasar non-developer, lemahnya peran pengelola pasar menyebabkan adopsi QRIS sangat bergantung pada inisiatif masing-masing pedagang.

Perbedaan ini menunjukkan bahwa keberhasilan adopsi transaksi digital di pasar tradisional sangat dipengaruhi oleh kesiapan lingkungan dan dukungan kelembagaan, bukan semata-mata oleh kesiapan individu pengguna.

4.5.4 Pembeli sebagai Faktor Pendorong dalam Ekosistem Transaksi Digital

Hasil wawancara dengan pembeli menunjukkan bahwa preferensi terhadap transaksi non-tunai relatif tinggi, baik di pasar developer maupun non-developer. Namun, pada pasar non-developer, preferensi tersebut tidak sepenuhnya terakomodasi karena keterbatasan jumlah pedagang yang menyediakan QRIS.

Temuan ini menunjukkan bahwa rendahnya tingkat penggunaan QRIS di pasar non-developer bukan disebabkan oleh resistensi pembeli, melainkan oleh keterbatasan ekosistem transaksi digital di tingkat pasar. Dengan demikian, pembeli berperan sebagai faktor pendorong potensial yang belum dimanfaatkan secara optimal dalam mendorong adopsi transaksi digital oleh pedagang.

4.5.5 Sintesis Pembahasan

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keputusan penggunaan QRIS oleh pedagang pasar tradisional dipengaruhi oleh kombinasi antara persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, serta dukungan lingkungan pasar. Perbedaan tingkat adopsi antara pasar developer dan non-developer menegaskan pentingnya peran tata kelola pasar dan dukungan institusional dalam menciptakan ekosistem transaksi digital yang berkelanjutan.

Pembahasan ini memperkuat temuan bahwa peningkatan adopsi transaksi digital di pasar tradisional memerlukan pendekatan yang kontekstual, dengan mempertimbangkan karakteristik pasar, peran pengelola, serta interaksi antara pedagang dan pembeli. Temuan ini menjadi dasar penting bagi perumusan kesimpulan dan rekomendasi pada bab selanjutnya.

4.5.6 Integrasi Temuan dengan *Technology Acceptance Model* (TAM)

Berdasarkan hasil analisis tematik, temuan penelitian ini dapat dijelaskan secara lebih sistematis melalui kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM), yang menekankan bahwa keputusan adopsi teknologi dipengaruhi oleh dua konstruk utama, yaitu *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*, serta dapat diperluas dengan faktor eksternal seperti *social influence* dan *trust*.

Dalam konteks penelitian ini, faktor yang paling dominan dalam mendorong adopsi QRIS oleh pedagang pasar tradisional adalah ***perceived usefulness*** (**persepsi manfaat**). Pedagang yang telah merasakan manfaat langsung cenderung memiliki tingkat penggunaan yang lebih tinggi, terutama dalam hal efisiensi transaksi dan fleksibilitas pembayaran.

Hal ini tercermin dari pernyataan informan sebagai berikut:

“Kalau nggak punya QRIS, kadang bisa kehilangan pembeli.” (Pedagang kesatu, Pasar BSD)

“Kalau pakai QRIS transaksi jadi lebih cepat, sehingga dapat mengurangi antrian.” (Pedagang keempat, Pasar Bintaro)

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa manfaat praktis yang dirasakan secara langsung menjadi determinan utama dalam keputusan adopsi, sejalan dengan konsep *perceived usefulness* dalam TAM.

Selain itu, **social influence (pengaruh sosial)** juga muncul sebagai faktor penting dalam mendorong adopsi, terutama dalam konteks pasar tradisional yang memiliki karakter komunitas yang kuat.

“Pembeli sering nanya bisa QRIS atau nggak.” (Pedagang kesatu, Pasar BSD)

“Banyak kios sebelah sudah pakai QRIS, jadi kita ikut-ikutan juga.”
(Pedagang kelima, Pasar Bintaro)

Temuan ini menunjukkan bahwa keputusan adopsi tidak sepenuhnya bersifat individual, melainkan dipengaruhi oleh tekanan sosial dari lingkungan sekitar, baik dari sesama pedagang maupun pembeli.

Sementara itu, **trust (kepercayaan)** menjadi faktor pembeda yang signifikan antara kelompok adopter dan non-adopter. Rendahnya tingkat kepercayaan terhadap sistem pembayaran digital menjadi hambatan utama dalam proses adopsi.

“Saya belum terlalu percaya sama sistemnya.” (Pedagang kedelapan, Pasar Serpong)

“Takutnya uangnya nggak langsung masuk atau nyangkut.” (Pedagang kesepuluh, Pasar Ciputat)

Hal ini menunjukkan bahwa *trust* berperan sebagai prasyarat penting sebelum pedagang bersedia menggunakan teknologi, sehingga dalam konteks ini

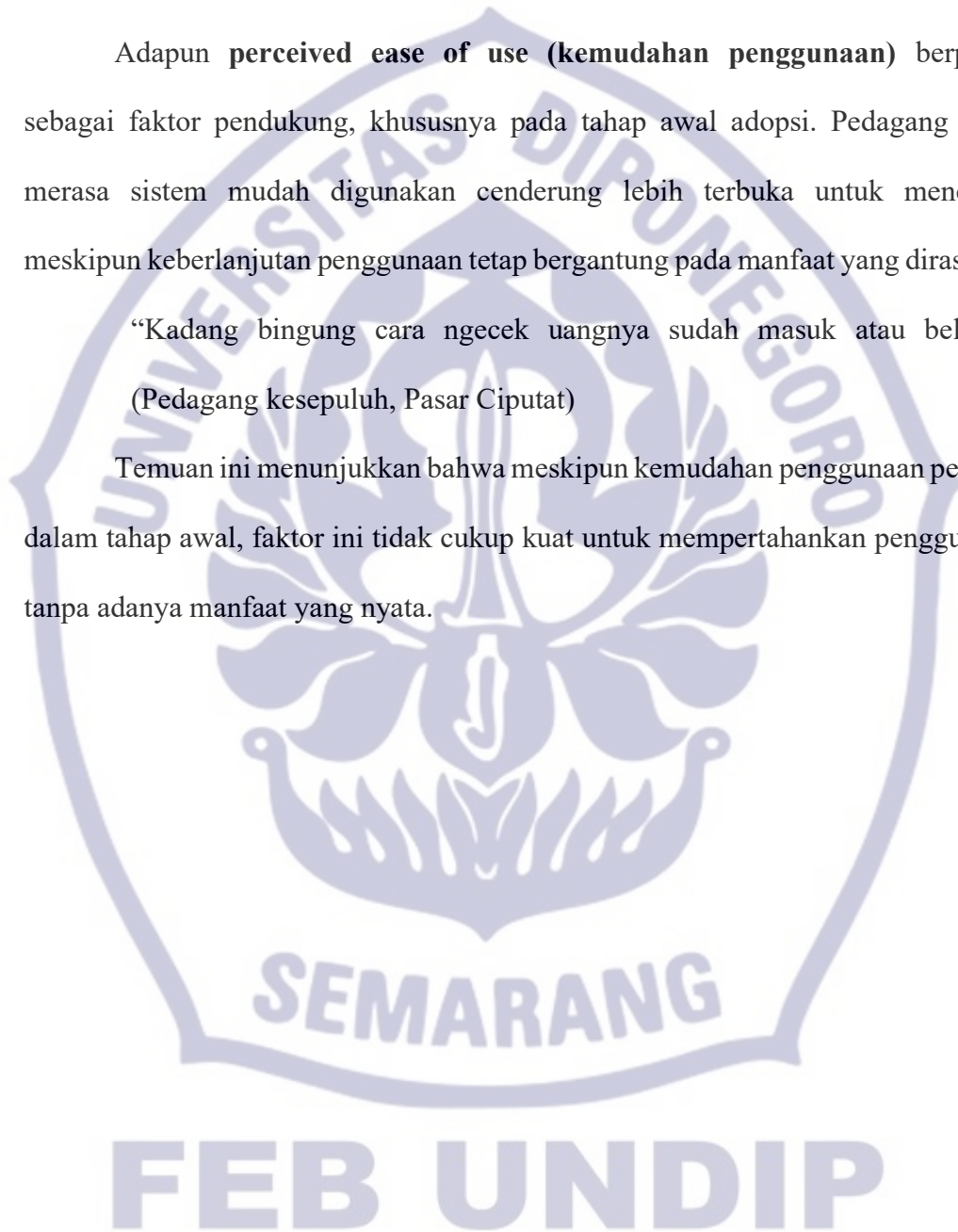
trust tidak hanya memengaruhi niat penggunaan, tetapi juga menjadi faktor penghambat utama.

Adapun **perceived ease of use (kemudahan penggunaan)** berperan sebagai faktor pendukung, khususnya pada tahap awal adopsi. Pedagang yang merasa sistem mudah digunakan cenderung lebih terbuka untuk mencoba, meskipun keberlanjutan penggunaan tetap bergantung pada manfaat yang dirasakan.

“Kadang bingung cara ngecek uangnya sudah masuk atau belum.”

(Pedagang kesepuluh, Pasar Ciputat)

Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun kemudahan penggunaan penting dalam tahap awal, faktor ini tidak cukup kuat untuk mempertahankan penggunaan tanpa adanya manfaat yang nyata.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi adopsi *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) oleh pedagang pasar tradisional di wilayah Tangerang Selatan dengan menggunakan pendekatan kualitatif studi kasus multipasar. Berdasarkan hasil analisis tematik terhadap data wawancara pedagang, pengelola pasar, dan pembeli, serta pembahasan yang telah diuraikan pada Bab IV, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan utama sebagai berikut.

Pertama, Penelitian ini menemukan adanya perbedaan karakteristik yang mendasar antara pasar yang dikelola oleh developer dan pasar yang dikelola oleh pemerintah daerah, yang secara signifikan mempengaruhi tingkat adopsi QRIS oleh pedagang. Pasar kelolaan developer cenderung memiliki tata kelola yang lebih modern dan terstruktur, didukung oleh ketersediaan anggaran yang memadai, kondisi fisik pasar yang tertata dan bersih, serta adanya interaksi yang intens antara pengelola dan pedagang melalui berbagai program komunikasi dan edukasi. Selain itu, ketersediaan infrastruktur pendukung, khususnya jaringan telekomunikasi yang stabil, menciptakan lingkungan yang kondusif bagi implementasi transaksi digital. Sebaliknya, pasar kelolaan pemerintah daerah menunjukkan berbagai keterbatasan, baik dari sisi tata kelola, anggaran, maupun infrastruktur pendukung. Kondisi pasar yang kurang tertata, minimnya program edukasi dan sosialisasi, serta keterbatasan akses jaringan telekomunikasi menjadi faktor penghambat dalam penerapan QRIS.

Rendahnya literasi digital dan tingkat kepercayaan pedagang terhadap sistem pembayaran digital turut memperkuat dominasi transaksi tunai di pasar ini.

Kedua, keputusan pedagang pasar tradisional dalam mengadopsi QRIS dipengaruhi oleh kombinasi faktor pendorong (enabler) yang bersifat individual maupun eksternal. Secara individual, pedagang terdorong oleh persepsi manfaat praktis QRIS, seperti kemudahan dan kecepatan transaksi, pengurangan risiko uang palsu, pencatatan yang lebih rapi, serta peningkatan citra usaha sebagai pedagang yang mengikuti perkembangan zaman. Namun demikian, temuan penelitian menunjukkan bahwa faktor eksternal memiliki peran yang lebih signifikan, terutama pada pasar yang dikelola oleh developer. Dukungan institusional melalui sosialisasi rutin, pendampingan teknis, program marketing dan insentif dari pihak perbankan, serta adanya forum komunikasi antara pengelola dan pedagang memperkuat literasi dan kepercayaan terhadap QRIS. Selain itu, pengaruh lingkungan berupa dorongan dari pedagang lain yang telah lebih dahulu menggunakan QRIS serta tingginya permintaan pembeli terhadap pembayaran non-tunai menciptakan efek demonstrasi (peer influence) dan dorongan pasar (market-driven adoption) yang mempercepat proses adopsi. Dengan demikian, enabler dalam konteks pasar tradisional tidak hanya berbasis persepsi manfaat, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh ekosistem dan tata kelola pasar.

Ketiga, faktor penghambat (barrier) adopsi QRIS tidak hanya bersifat teknis dan individual, tetapi dalam konteks tertentu juga bersifat struktural dan institusional. Pada pasar yang dikelola developer, hambatan cenderung bersifat operasional dan relatif dapat dikelola, seperti kendala jaringan pada waktu tertentu,

kekhawatiran terhadap biaya, atau preferensi sebagian pelanggan yang masih menggunakan transaksi tunai. Hambatan ini umumnya dapat diminimalkan melalui dukungan teknis, komunikasi aktif, dan pendampingan dari pengelola pasar maupun pihak perbankan. Sebaliknya, pada pasar non-developer, hambatan yang muncul lebih kompleks karena berkaitan dengan rendahnya literasi digital pedagang, keterbatasan infrastruktur pendukung, serta tidak adanya strategi pengelolaan yang secara sistematis mendorong digitalisasi. Faktor psikologis berupa rasa kehilangan kendali atas uang hasil penjualan juga menjadi alasan penting mengapa sebagian pedagang masih memilih transaksi tunai.

Keempat, konteks pasar terbukti memiliki peran signifikan dalam memengaruhi tingkat adopsi QRIS. Pasar tradisional yang dikelola oleh developer perumahan umumnya menunjukkan tingkat adopsi QRIS yang lebih tinggi dibandingkan pasar non-developer yang dikelola oleh dinas pasar pemerintah daerah. Perbedaan ini dipengaruhi oleh kualitas infrastruktur pendukung, stabilitas jaringan internet, tata kelola pasar yang lebih tertib, serta adanya dukungan aktif dari pengelola pasar dalam bentuk sosialisasi, fasilitasi pendaftaran QRIS, dan pendampingan teknis. Sebaliknya, di pasar non-developer, keterbatasan dukungan institusional dan kurangnya program edukasi yang berkelanjutan menyebabkan adopsi QRIS berjalan lebih lambat.

Kelima, hasil adopsi QRIS (outcome) yang dirasakan pedagang bersifat beragam. Bagi pedagang yang telah menjadi adopter aktif, QRIS dipersepsikan memberikan nilai tambah berupa kemudahan pencatatan transaksi, peningkatan citra usaha yang lebih modern, serta potensi menarik segmen pembeli yang lebih

luas. Namun, bagi pedagang semi-adopter atau non-adopter, manfaat tersebut belum dirasakan secara optimal karena rendahnya frekuensi transaksi QRIS dan masih dominannya pembayaran tunai dalam aktivitas jual beli sehari-hari.

Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa rendah atau tingginya adopsi QRIS di pasar tradisional tidak dapat dijelaskan oleh satu faktor tunggal, melainkan merupakan hasil interaksi antara faktor individu pedagang, kondisi sosial dan kebiasaan pasar, serta dukungan lingkungan dan kelembagaan. Oleh karena itu, upaya peningkatan adopsi QRIS perlu dilakukan secara holistik dan kontekstual, dengan mempertimbangkan karakteristik pasar tradisional sebagai ruang ekonomi sekaligus ruang sosial.

5.2 Implikasi

Berdasarkan temuan dan kesimpulan penelitian, implikasi penelitian ini dapat dirumuskan ke dalam beberapa aspek, yaitu implikasi teoretis, implikasi praktis, dan implikasi kebijakan.

5.2.1 Implikasi Teoretis

Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur terkait adopsi teknologi pembayaran digital, khususnya dalam konteks sektor informal seperti pasar tradisional. Temuan penelitian menunjukkan bahwa kerangka Technology Acceptance Model (TAM) tetap relevan dalam menjelaskan perilaku adopsi teknologi, terutama melalui peran *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*.

Namun demikian, hasil penelitian ini menegaskan bahwa penggunaan TAM dalam konteks pasar tradisional perlu dikembangkan lebih lanjut dengan mengintegrasikan faktor eksternal yang bersifat kontekstual. Faktor seperti kepercayaan (trust), pengaruh sosial (social influence), serta kondisi struktural pasar terbukti memiliki peran yang signifikan dalam membentuk keputusan adopsi. Oleh karena itu, penelitian ini mendukung pendekatan extended TAM yang lebih komprehensif dalam menjelaskan perilaku adopsi teknologi pada kelompok masyarakat dengan karakteristik literasi digital yang beragam.

Lebih lanjut, penelitian ini tidak menggunakan Technology Acceptance Model (TAM) sebagai model kuantitatif yang diuji secara empiris, melainkan sebagai lensa analitis untuk memahami fenomena adopsi teknologi secara kontekstual dalam pendekatan kualitatif. Dengan demikian, TAM dalam penelitian ini berfungsi sebagai kerangka interpretatif untuk menjelaskan bagaimana persepsi manfaat, kemudahan, serta faktor eksternal seperti kepercayaan dan pengaruh sosial terbentuk melalui pengalaman dan interaksi aktor di pasar tradisional.

Selain itu, penelitian ini juga memperkaya kajian kualitatif dalam bidang sistem pembayaran digital dengan menghadirkan perspektif multi-aktor, yaitu pedagang, pembeli, dan pengelola pasar. Pendekatan ini memberikan pemahaman yang lebih holistik mengenai dinamika adopsi teknologi dalam suatu ekosistem ekonomi lokal.

5.2.2 Implikasi Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan pemahaman bagi perbankan, penyedia layanan QRIS, dan pengelola pasar mengenai pentingnya pendekatan

yang lebih adaptif dan berkelanjutan dalam mendorong adopsi QRIS. Bagi perbankan dan penyedia layanan QRIS, disarankan untuk merancang strategi akuisisi dan pemeliharaan merchant yang lebih kontekstual terhadap karakteristik pedagang pasar tradisional. Strategi tersebut tidak hanya berfokus pada pendaftaran QRIS, tetapi juga pada pendampingan pasca-aktivasi, penyederhanaan proses settlement, serta penyampaian manfaat QRIS dengan bahasa yang mudah dipahami dan relevan dengan kebutuhan sehari-hari pedagang. Adapun secara konkrit dapat dilakukan Langkah-langkah sebagai berikut:

1. Lakukan pendekatan pada nasabah bank yang ada di pasar tersebut. Jumlahnya jangan terlalu banyak (maksimal 30 nasabah) agar kualitas layanan dan literasi bisa maksimal.
2. Pasang QRIS pada nasabah-nasabah tersebut. Berikan beberapa insentif dan layanan ekstra.
3. Buka layanan tetap (*bank corner*) di sekitar mereka yang memungkinkan para new merchant merasa aman dan trust bila sewaktu-waktu terjadi *system trouble*.
4. Lakukan program-program engagement dan literasi secara terus menerus selama minimal 1 bulan sampai tercipta persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan.
5. Gunakan 30 merchant ini sebagai ambassador melalui program *member get member*.

Bagi pengelola pasar, baik developer maupun non-developer, diperlukan peran yang lebih aktif dalam mendorong ekosistem pembayaran digital. Pengelola

pasar dapat berfungsi sebagai fasilitator edukasi dan literasi digital melalui program sosialisasi rutin, penyediaan titik bantuan (*help desk*), serta koordinasi dengan bank atau lembaga keuangan untuk mengatasi kendala teknis di lapangan. Peningkatan kualitas infrastruktur dasar, khususnya akses internet yang stabil, juga menjadi prasyarat penting. Untuk pengelola pasar langkah konkrit yang dapat dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Pastikan organisasi pengelola pasar lengkap sesuai standar.
2. Agendakan wadah pertemuan bulanan dengan pedagang.
3. Lakukan pendekatan dan tawaran ke beberapa perbankan untuk melakukan digitalisasi sistem pembayaran di pasar dimana seluruh anggaran sosialisasi dan sarana pendukung ditanggung oleh pihak perbankan.
4. Berikan kemudahan bagi pihak perbankan untuk membuka *bank corner* di pasar sebagai tempat melakukan pendampingan dan *complain handling*.

5.2.3 Implikasi Kebijakan

Dari sisi kebijakan, penelitian ini memberikan masukan bagi pemerintah daerah dan regulator dalam merumuskan program inklusi keuangan dan digitalisasi pasar tradisional. Kebijakan yang bersifat top-down dan seragam berpotensi kurang efektif apabila tidak mempertimbangkan kondisi lokal masing-masing pasar. Oleh karena itu, diperlukan kebijakan yang lebih fleksibel dan berbasis konteks, dengan melibatkan pengelola pasar sebagai aktor kunci. Dukungan kebijakan juga dapat diarahkan pada penguatan literasi digital pedagang, peningkatan kualitas infrastruktur jaringan, serta kolaborasi antara pemerintah, perbankan, dan pengelola pasar dalam mendorong penggunaan QRIS secara berkelanjutan.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah diupayakan untuk dilaksanakan secara sistematis dan sesuai dengan kaidah metodologi ilmiah. Namun demikian, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan dalam menafsirkan hasil penelitian.

Pertama, penelitian ini tidak mengukur secara kuantitatif tingkat pengaruh masing-masing faktor yang memengaruhi adopsi QRIS. Fokus penelitian lebih diarahkan pada pemahaman mendalam mengenai proses, konteks, serta dinamika adopsi QRIS di pasar tradisional, sehingga belum dapat menunjukkan hubungan sebab-akibat secara statistik.

Kedua, keterbatasan waktu dan akses lapangan menyebabkan penelitian ini belum sepenuhnya menangkap dinamika perubahan perilaku pedagang dalam jangka panjang. Adopsi QRIS bersifat dinamis dan dapat berubah seiring dengan perkembangan kebijakan, teknologi, serta tingkat literasi digital pedagang.

Dengan memahami keterbatasan tersebut, diharapkan pembaca dapat menempatkan hasil penelitian ini secara proporsional dan menjadikannya sebagai dasar untuk pengembangan penelitian selanjutnya.

5.4 Saran Penelitian

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan pendekatan kuantitatif atau mixed methods guna mengukur kekuatan pengaruh masing-masing faktor secara lebih terukur. Penelitian lanjutan juga dapat memperluas objek kajian ke wilayah lain atau membandingkan adopsi QRIS di pasar tradisional dengan sektor informal lainnya, sehingga diperoleh gambaran

yang lebih komprehensif mengenai dinamika adopsi pembayaran digital di Indonesia.

Dengan demikian, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi akademik sekaligus manfaat praktis bagi berbagai pihak dalam mendorong adopsi QRIS secara berkelanjutan di pasar tradisional.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif* (P. Rapanna, Ed.). CV. Syakir Media Press.
- Akroush, M. N., Abu-ElSamen, A. A., & Jaradat, N. A. (2011). The influence of mall shopping environment and motives on shoppers' response: A conceptual model and empirical evidence. *International Journal of Services and Operations Management*, 10(2), 168–198. <https://doi.org/10.1504/IJSOM.2011.042516>
- ASPI. (n.d.). *Statistik QRIS*. Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia. Retrieved March 22, 2025, from <https://aspi-indonesia.or.id/statistik-QRIS/>
- Carron, T., Domeisen Benedetti, F., Fringer, A., Fierz, K., & Peytremann-Bridevaux, I. (2023). Integrated care models in Swiss primary care: An embedded multiple case study. *Journal of Evaluation in Clinical Practice*, 29(6), 1025–1038. <https://doi.org/10.1111/jep.13891>
- Chandra, Y. U., Ernawaty, & Suryanto. (2018). *Bank vs Telecommunication E-Wallet : System Analysis, Purchase, and Payment Method of GO-Mobile CIMB Niaga and T-Cash Telkomsel*. IEEE.
- Daud, I., Nurjannah, D., Mohyi, A., Ambarwati, T., Cahyono, Y., Haryoko, A. D. E., Handoko, A. L., Putra, R. S., Wijoyo, H., Ari-Yanto, A., & Jihadi, M. (2022). The effect of digital marketing, digital finance and digital payment on finance performance of Indonesian SMEs. *International Journal of Data and Network Science*, 6(1), 37–44. <https://doi.org/10.5267/J.IJDNS.2021.10.006>
- Eren, B. A. (2024). QR code m-payment from a customer experience perspective. *Journal of Financial Services Marketing*, 29(1), 106–121. <https://doi.org/10.1057/s41264-022-00186-5>
- Farisi, S. Al, Fasa, M. I., & Suharto. (2022). Peran Umkm (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 9, 73–84.
- Fatimah, E. S., & Afrizal, S. (2023). *Strategi Pedagang Sembako Menghadapi Perkembangan Minimarket di Pasar Tradisional Batubantar Kabupaten Pandeglang*. 7, 11551–11561.
- Gunawan, A., Fatikasari, A. F., & Putri, S. A. (2023). The Effect of Using Cashless (QRIS) on Daily Payment Transactions Using the Technology Acceptance Model. *Procedia Computer Science*, 227, 548–556. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2023.10.557>
- Kala'lembang, A., Sudarmiatin, Soetjipto, B. E., & Winarno, A. (2024). Understanding the Adoption of Digital Payment in Indonesian SMEs Using Modified Technology

- Acceptance Model. *Journal of Social Economics Research*, 11, 213–227. <https://doi.org/10.18488/35.v11i2.3672>
- Mohdari, Fahmi, M., Novi, A. S., & Syafril. (2024). Market Analysis and Consumer Behavior of Indomaret Minimarkets in Banjarmasin City. *International Journal of Business and Applied Economics (IJBAE)*, 3(2), 299–310. <https://journal.formosapublisher.org/index.php/ijbae>
- Musyaffi, A. M., Baxtishodovich, B. S., Johari, R. J., Wolor, C. W., Afriadi, B., & Muna, A. (2024). Can Financial Advantages and Digital Payments Adoption Provide Effective Solutions to Improve SMEs' Performance? *Montenegrin Journal of Economics*, 20(2), 75–89. <https://doi.org/10.14254/1800-5845/2024.20-2.7>
- Musyaffi, A. M., Gurendrawati, E., Afriadi, B., Oli, M. C., Widawati, Y., & Oktavia, R. (2022). Resistance of Traditional SMEs in Using Digital Payments: Development of Innovation Resistance Theory. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2022. <https://doi.org/10.1155/2022/7538042>
- Najimah, Adelliani, N., Sucirahayu, C. A., & Zanjabila, A. R. (2023). *Analisis Tematik Pada Penelitian Kualitatif*. Salemba Medika. <http://www.penerbitsalemba.com>
- Nengsih, T. A., Kurniawan, F., & Prasaja, A. S. (2021). Analisis Perbandingan Keputusan Membeli di Pasar Tradisional dan Modern. *IJIEB: Indonesian Journal of Islamic Economics and Business*, 6(1), 17–31. <http://e-journal.lp2m.uinjambi.ac.id/ojp/index.php/ijoieb>
- Nubatonis, J. P. S., Ballo, F. W., & Kiak, N. T. (2024). Implementasi Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Untuk Pelaku Usaha Di Pasar Tradisional. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan Indonesia*, 2(2), 01–08. <https://doi.org/10.61132/jepi.v2i2.455>
- Puspa, R., Permana, A., & Karunia, E. (2020). *Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Bauran Pemasaran Pada Supermarket K-Store Krakatau Junction*. 13(02). <https://doi.org/10.46306/jbbe.v13i2>
- Rafiani, K. M., Yunanda, R. A., & Rusmanto, T. (2024). Determinants of QRIS Usage as a Digital Payment Tool for MSMEs. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 15(3). www.jatit.org
- Ravikumar, T., & Prakash, N. (2022). Determinants of adoption of digital payment services among small fixed retail stores in Bangalore, India. In *Int. J. Business Innovation and Research* (Vol. 28, Issue 3).
- Respatiningsih, H., & Arini, A. (2023). Systemic literature review digital transformation of SMEs using e-payment. *AIP Conference Proceedings*, 2706. <https://doi.org/10.1063/5.0120486>

- Riofita, H. (2024). AUGMENTING ISLAMIC DIGITAL PAYMENT EFFECT ON MUSLIM CUSTOMER PURCHASE DECISION ON MICRO, SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES' (MSMEs) PRODUCTS. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 10(4), 735–758. <https://doi.org/10.21098/jimf.v10i4.1991>
- Sanjaya, R., Hastuti, T. D., & Freddy Koeswoyo, G. (2021). Accounting-based Digital Payment Systems for SMEs. *Proceedings - International Conference on Computer and Information Sciences: Sustaining Tomorrow with Digital Innovation, ICCOINS 2021*, 226–229. <https://doi.org/10.1109/ICCOINS49721.2021.9497201>
- Seethamraju, R., & Diatha, K. S. (2018). *Adoption of Digital Payments by Small Retail Stores*. <https://doi.org/10.5130/acis2018.as>
- Sulung, U., & Muspawi, M. (2024). Memahami Sumber Data Penelitian: Primer, Sekunder, Dan Tersier. *Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies*, 5(3).
- Tanjung, K. T. P. (2022). Penguasaan dan Posisi Tawar dalam Perjanjian Kemitraan: Sebuah Diskursus tentang Penyalahgunaan Posisi Tawar dalam Perjanjian Kemitraan antara UMKM dan Usaha Besar. *Jurnal Persaingan Usaha*, 2, 91–99.
- Wati, B. M., Abidin, Z., Yatima, K., Musthofa, M. A., Dewi, H., Munip, A., & Mun'amah, A. N. (2025). The Impact of Minimarket Existence on Grocery Store Revenue. *Zabags International Journal of Economy*, 3(1), 63–75. <https://doi.org/10.61233/zijec.v3i1.94>

LAMPIRAN

Lampiran 1. Pertanyaan Wawancara untuk Pedagang, Pembeli, dan Pengelola Pasar

I. Pertanyaan untuk Pedagang

1. Mohon sebutkan data diri Anda.
2. Sejak kapan Anda mulai menggunakan QRIS dalam aktivitas transaksi usaha?
3. Berapa persentase transaksi penjualan Anda yang dilakukan melalui QRIS?
 - a. Lebih dari 50%
 - b. Kurang dari 50%
4. Apa saja manfaat yang Anda rasakan dalam penggunaan QRIS sebagai alat transaksi?
5. Kendala atau hambatan apa saja yang pernah Anda alami dalam menggunakan QRIS?
6. Apakah Anda mengetahui frekuensi settlement transaksi QRIS dalam kurun waktu 24 jam?
7. Bagaimana cara Anda memastikan bahwa transaksi menggunakan QRIS telah berhasil?
8. Apa tindakan yang Anda lakukan apabila terdapat transaksi QRIS yang tidak masuk ke rekening Anda?
9. Bank apa saja yang pernah Anda gunakan dalam penggunaan QRIS?
10. Qris Bank mana yang paling sering anda gunakan dan apa alasannya?
11. Adakah alasan lainnya selain yang anda sebutkan di nomor 10?
12. Apa harapan Anda terhadap pihak bank sebagai pemilik dan penyedia layanan QRIS?

II. Pertanyaan untuk Pembeli

1. Mohon sebutkan data diri Anda.
2. Untuk keperluan apa Anda berbelanja di pasar tradisional?
 - a. Keperluan pribadi/rumah tangga sendiri
 - b. Keperluan rumah tangga orang lain/majikan
3. Seberapa sering Anda menggunakan metode transaksi non-tunai dalam aktivitas belanja harian?
 - a. Lebih dari 50%
 - b. Kurang dari 50%
4. Mohon jelaskan alasan di balik persentase tersebut.
5. Apakah layanan transaksi QRIS sudah sesuai dengan harapan Anda? Jika belum, saran atau masukan apa yang dapat Anda berikan?

III. Pertanyaan untuk Pengelola Pasar

1. Mohon sebutkan data diri Anda.
2. Apa nama perusahaan atau instansi yang mengelola pasar tersebut?
3. Berapa jumlah pedagang di pasar yang telah menggunakan QRIS?
 - a. Lebih dari 50%
 - b. Kurang dari 50%
4. Apa saja upaya atau strategi yang telah dilakukan oleh pihak pengelola dalam mendorong penggunaan QRIS di lingkungan pasar yang Anda kelola?
5. Apa harapan Anda sebagai pengelola pasar terhadap bank atau pemilik sistem transaksi digital seperti QRIS?

FEB UNDIP

Lampiran 2. Transkrip Wawancara Pedagang

Wawancara Pedagang Ke-1

Narasumber : Mr. A

Tanggal : 01/11/2025

Lokasi Pasar : Pasar Developer - Pasar BSD

Waktu : 08.22

2. Sejak kapan Anda mulai menggunakan QRIS dalam aktivitas transaksi usaha?

Jawaban: Sejak tahun 2020

3. Berapa persentase transaksi penjualan Anda yang dilakukan melalui QRIS?

Jawaban: Lebih dari 50%

4. Apa saja manfaat yang Anda rasakan dalam penggunaan QRIS sebagai alat transaksi?

Jawaban: Praktis, customer sudah dominan belanja pakai QRIS, tidak lagi menyimpan uang lusuh atau kotor, memudahkan saat mengajukan pembiayaan ke bank karena riwayat transaksi tercatat, dan sekarang ini kalau tidak pakai QRIS bisa kehilangan penjualan sekitar 10% sampai di 15%

5. Kendala atau hambatan apa saja yang pernah Anda alami dalam menggunakan QRIS?

Jawaban: Kalau gangguan saya pakai QRIS provider lain, terdapat error atau bermasalah pada aplikasi.

6. Apakah Anda mengetahui frekuensi settlement transaksi QRIS dalam kurun waktu 24 jam?

Jawaban: Mengerti, 4 kali sehari per 6 jam

7. Bagaimana cara Anda memastikan bahwa transaksi menggunakan QRIS telah berhasil?

Jawaban: Melalui notifikasi dan cek transaksi di aplikasi merchant

8. Apa tindakan yang Anda lakukan apabila terdapat transaksi QRIS yang tidak masuk ke rekening Anda?

Jawaban: Menghubungi petugas bank yang biasa berkunjung, melaporkan ke outlet bank terdekat, atau lapor lewat aplikasi merchant bank.

9. Bank apa saja yang pernah Anda gunakan dalam penggunaan QRIS?

Jawaban: Saya punya hampir semua QRIS: BRI, Mandiri, BCA, Gopay, Dana, dan OVO

10. Qris Bank mana yang paling sering anda gunakan dan apa alasannya?

Jawaban: QRIS bank BRI, dikarenakan ada petugas bank yang rutin berkeliling di area pasar dan terdapat outlet bank tersebut di area pasar sehingga mudah di hubungi kalau ada masalah.

11. Adakah alasan lainnya selain yang anda sebutkan di nomor 10?

Jawaban: Karena sering ada program reward bagi merchant, seperti diberikan reward pertransaksi Rp1000,-.

12. Apa harapan Anda terhadap pihak bank sebagai pemilik dan penyedia layanan QRIS?

Jawaban:

- Bank dapat memfasilitasi penggunaan QRIS sound box
- Memberikan hadiah langsung berdasarkan keaktifan bertransaksi

- Melakukan program undian berhadiah
- Laporan transaksi di aplikasi merchant agar disajikan secara harian sehingga mempermudah pencatatan usaha



Wawancara Pedagang Ke-2

Narasumber : Mr. B

Tanggal : 01/11/2025

Lokasi Pasar : Pasar Developer - Pasar BSD

Waktu : 08.43

2. Sejak kapan Anda mulai menggunakan QRIS dalam aktivitas transaksi usaha?

Jawaban: Sejak tahun 2020

3. Berapa persentase transaksi penjualan Anda yang dilakukan melalui QRIS?

Jawaban: Lebih dari 50%

4. Apa saja manfaat yang Anda rasakan dalam penggunaan QRIS sebagai alat transaksi?

Jawaban: Praktis, customer sudah dominan belanja pakai QRIS, tidak perlu repot dengan uang receh atau uang lusuh dan kotor, penjualan meningkat 10–15% sejak ada opsi QRIS.

5. Kendala atau hambatan apa saja yang pernah Anda alami dalam menggunakan QRIS?

Jawaban: Sesekali notifikasi masuk terlambat ketika jaringan padat dan kadang butuh pengecekan manual ketika sistem lambat.

6. Apakah Anda mengetahui frekuensi settlement transaksi QRIS dalam kurun waktu 24 jam?

Jawaban: Mengerti, 4 kali sehari per 6 jam

7. Bagaimana cara Anda memastikan bahwa transaksi menggunakan QRIS telah berhasil?

Jawaban: Melalui notifikasi dan cek transaksi di aplikasi merchant

8. Apa tindakan yang Anda lakukan apabila terdapat transaksi QRIS yang tidak masuk ke rekening Anda?

Jawaban: Menghubungi petugas bank yang biasa berkunjung atau melaporkan ke outlet bank terdekat.

9. Bank apa saja yang pernah Anda gunakan dalam penggunaan QRIS?

Jawaban: Pernah menggunakan QRIS: BRI, BCA, Gopay, dan OVO

10. Qris Bank mana yang paling sering anda gunakan dan apa alasannya?

Jawaban: QRIS bank BRI, karena petugasnya rutin hadir di pasar dan ada kantor cabang dekat pasar sehingga cepat dibantu jika ada masalah.

11. Adakah alasan lainnya selain yang anda sebutkan di nomor 10?

Jawaban: Rasa tidak ingin tertinggal karena melihat pedagang lain sukses menggunakan QRIS. Dan dari sisi kebersihan juga lebih baik, karena tidak perlu memegang uang yang sudah kotor.

12. Apa harapan Anda terhadap pihak bank sebagai pemilik dan penyedia layanan QRIS?

Jawaban:

- Bank dapat memfasilitasi penggunaan QRIS sound box seperti GoPay
- Potongan biaya transaksi bisa lebih rendah
- Menjaga komunikasi dengan nasabah
- Notifikasi lebih real-time

Wawancara Pedagang Ke-3

Narasumber : Mr. C (Semi Adaptor)

Tanggal : 01/11/2025

Lokasi Pasar : Pasar Developer - Pasar BSD

Waktu : 09.10

2. Sejak kapan Anda mulai menggunakan QRIS dalam aktivitas transaksi usaha?

Jawaban: Sejak tahun 2021

3. Berapa persentase transaksi penjualan Anda yang dilakukan melalui QRIS?

Jawaban: Kurang dari 50% (Karena sebagian pelanggan masih menggunakan tunai)

4. Apa saja manfaat yang Anda rasakan dalam penggunaan QRIS sebagai alat transaksi?

Jawaban: Praktis, customer sudah mulai belanja pakai QRIS, mengurangi resiko uang palsu.

5. Kendala atau hambatan apa saja yang pernah Anda alami dalam menggunakan QRIS?

Jawaban: Kalau gangguan saya pakai QRIS provider lain terdapat kendala di jaringan dan juga di hari weekend notifikasi dan transaksi sering terlambat. Sehingga terkadang saya masih melakukan transaksi menggunakan uang cash.

6. Apakah Anda mengetahui frekuensi settlement transaksi QRIS dalam kurun waktu 24 jam?

Jawaban: Memahami settlement QRIS

7. Bagaimana cara Anda memastikan bahwa transaksi menggunakan QRIS telah berhasil?

Jawaban: Melalui soundbox

8. Apa tindakan yang Anda lakukan apabila terdapat transaksi QRIS yang tidak masuk ke rekening Anda?

Jawaban: Melaporkan melalui aplikasi pengaduan.

9. Bank apa saja yang pernah Anda gunakan dalam penggunaan QRIS?

Jawaban: Pernah menggunakan BRI, BNI, Gopay

10. Qris Bank mana yang paling sering anda gunakan dan apa alasannya?

Jawaban: QRIS Gopay dan kalau pakai QRIS lebih bersih dan tidak perlu pegang uang kotor.

11. Adakah alasan lainnya selain yang anda sebutkan di nomor 10?

Jawaban: Karena sudah menggunakan Soundbox

12. Apa harapan Anda terhadap pihak bank sebagai pemilik dan penyedia layanan QRIS?

Jawaban: Agar memberikan hadiah atau undian seperti yang dilakukan Bank.

FEB UNDIP

Wawancara Pedagang Ke-4

Narasumber : Mr. D

Tanggal : 01/11/2025

Lokasi Pasar : Pasar Developer - Pasar Bintaro

Waktu : 13.00

2. Sejak kapan Anda mulai menggunakan QRIS dalam aktivitas transaksi usaha?

Jawaban: Sejak tahun 2020

3. Berapa persentase transaksi penjualan Anda yang dilakukan melalui QRIS?

Jawaban: Lebih dari 50%

4. Apa saja manfaat yang Anda rasakan dalam penggunaan QRIS sebagai alat transaksi?

Jawaban:

- Transaksi jauh lebih cepat sehingga dapat mengurangi antrean
- Meminimalkan penggunaan uang tunai yang rawan kotor dan rentan kehilangan
- Pelanggan lebih nyaman, terutama generasi muda
- Semua transaksi tercatat sehingga mempermudah evaluasi usaha
- Lebih bersih karena tidak perlu bertransaksi menggunakan uang lusuh atau kotor

5. Kendala atau hambatan apa saja yang pernah Anda alami dalam menggunakan QRIS?

Jawaban:

- Notifikasi kadang ada delay.
 - Beberapa aplikasi QRIS masih sering error
 - Ketergantungan pada jaringan membuat transaksi bisa tersendat.
6. Apakah Anda mengetahui frekuensi settlement transaksi QRIS dalam kurun waktu 24 jam?

Jawaban: Tahu bahwa settlement 4 kali sehari.

7. Bagaimana cara Anda memastikan bahwa transaksi menggunakan QRIS telah berhasil?

Jawaban: Melihat notifikasi masuk dan mengecek riwayat transaksi.

8. Apa tindakan yang Anda lakukan apabila terdapat transaksi QRIS yang tidak masuk ke rekening Anda?

Jawaban: Menghubungi petugas bank, datang ke bank terdekat, atau lapor ke CS aplikasi.

9. Bank apa saja yang pernah Anda gunakan dalam penggunaan QRIS?

Jawaban: BRI, Mandiri, BCA, OVO

10. Qris Bank mana yang paling sering anda gunakan dan apa alasannya?

Jawaban: BRI karena pendampingan rutin, penyelesaian masalah cepat, dan program reward merchant cukup sering, seperti pernah diberikan reward Rp1000,- pertransaksi.

11. Adakah alasan lainnya selain yang anda sebutkan di nomor 10?

Jawaban: Awalnya saya ragu, tapi setelah lihat pedagang sebelah sudah pakai QRIS dan pembelinya jadi lebih banyak, saya jadi tertarik ikut daftar juga.

12. Apa harapan Anda terhadap pihak bank sebagai pemilik dan penyedia layanan QRIS?

Jawaban: Tambahan fasilitas seperti QRIS soundbox dan peningkatan kecepatan notifikasi.



Wawancara Pedagang Ke-5

Narasumber : Mr. E (Semi Adopter)

Tanggal : 01/11/2025

Lokasi Pasar : Pasar Developer - Pasar Bintaro

Waktu : 13.30

2. Sejak kapan Anda mulai menggunakan QRIS dalam aktivitas transaksi usaha?

Jawaban: Sejak tahun 2020

3. Berapa persentase transaksi penjualan Anda yang dilakukan melalui QRIS?

Jawaban: Lebih dari 50%

4. Apa saja manfaat yang Anda rasakan dalam penggunaan QRIS sebagai alat transaksi?

Jawaban: Praktis, omzet naik, pencatatan mudah, mengurangi resiko uang palsu, lebih higienis karena tidak bertransaksi menggunakan uang lusuh atau kotor, dan pelanggan suka.

5. Kendala atau hambatan apa saja yang pernah Anda alami dalam menggunakan QRIS?

Jawaban: Gangguan jaringan, notifikasi lambat, dan aplikasi kadang macet

6. Apakah Anda mengetahui frekuensi settlement transaksi QRIS dalam kurun waktu 24 jam?

Jawaban: Settlement dipahami 4x sehari.

7. Bagaimana cara Anda memastikan bahwa transaksi menggunakan QRIS telah berhasil?

Jawaban: Cek keberhasilan transaksi lewat notifikasi + aplikasi.

8. Apa tindakan yang Anda lakukan apabila terdapat transaksi QRIS yang tidak masuk ke rekening Anda?

Jawaban: Jika ada transaksi belum masuk, langsung hubungi CS.

9. Bank apa saja yang pernah Anda gunakan dalam penggunaan QRIS?

Jawaban: Pernah pakai BRI, Mandiri, BCA, Dana

10. Qris Bank mana yang paling sering anda gunakan dan apa alasannya?

Jawaban: Gopay, diakrenakan dapat mendengarkan langung notifikasi transaksi melalui SoundBox

11. Adakah alasan lainnya selain yang anda sebutkan di nomor 10?

Jawaban: Saya ikut daftar QRIS karena hampir semua pedagang di blok ini sudah pakai. Kalau tidak ikut rasanya seperti tertinggal. Apalagi pembeli sekarang banyak yang langsung tanya bisa scan atau tidak.

12. Apa harapan Anda terhadap pihak bank sebagai pemilik dan penyedia layanan QRIS?

Jawaban: Biaya MDR lebih kecil dan laporan transaksi lebih detail.

Wawancara Pedagang Ke-6

Narasumber : Mr. F

Tanggal : 01/11/2025

Lokasi Pasar : Pasar Developer - Pasar Bintaro

Waktu : 14.00

2. Sejak kapan Anda mulai menggunakan QRIS dalam aktivitas transaksi usaha?

Jawaban: Sejak tahun 2021

3. Berapa persentase transaksi penjualan Anda yang dilakukan melalui QRIS?

Jawaban: Lebih dari 50%

4. Apa saja manfaat yang Anda rasakan dalam penggunaan QRIS sebagai alat transaksi?

Jawaban: Praktis, aman, mengurangi risiko uang palsu, meningkatkan pendapatan, dan mengurangi kontak fisik sehingga tidak perlu bertransaksi menggunakan uang lusuh atau kotor.

5. Kendala atau hambatan apa saja yang pernah Anda alami dalam menggunakan QRIS?

Jawaban: Gangguan jaringan dan notifikasi lambat.

6. Apakah Anda mengetahui frekuensi settlement transaksi QRIS dalam kurun waktu 24 jam?

Jawaban: Settlement dipahami 4x sehari.

7. Bagaimana cara Anda memastikan bahwa transaksi menggunakan QRIS telah berhasil?

Jawaban: Cek transaksi via notifikasi + aplikasi merchant.

8. Apa tindakan yang Anda lakukan apabila terdapat transaksi QRIS yang tidak masuk ke rekening Anda?

Jawaban: Jika transaksi gagal masuk: kontak bank/petugas/outlet.

9. Bank apa saja yang pernah Anda gunakan dalam penggunaan QRIS?

Jawaban: Gunakan BRI, Mandiri, Gopay

10. Qris Bank mana yang paling sering anda gunakan dan apa alasannya?

Jawaban: Lebih nyaman dengan BRI karena layanan cepat dan ada tim lapangan.

11. Adakah alasan lainnya selain yang anda sebutkan di nomor 10?

Jawaban: Program reward merchant cukup sering, pernah diberikan reward pertransaksi Rp1000,- dan ajakan dari sesama pedagang.

12. Apa harapan Anda terhadap pihak bank sebagai pemilik dan penyedia layanan QRIS?

Jawaban: Peningkatan kualitas aplikasi, reward lebih besar, biaya transaksi turun.

FEB UNDIP

Wawancara Pedagang Ke-7

Narasumber : Mr. G

Tanggal : 02/11/2025

Lokasi Pasar : Pasar Non-Developer - Pasar Serpong

Waktu : 08:30

2. Sejak kapan Anda mulai menggunakan QRIS dalam aktivitas transaksi usaha?

Jawaban: Sejak tahun 2023

3. Berapa persentase transaksi penjualan Anda yang dilakukan melalui QRIS?

Jawaban: Kurang dari 50%

4. Apa saja manfaat yang Anda rasakan dalam penggunaan QRIS sebagai alat transaksi?

Jawaban: Praktis, lebih higienis karena tidak bertransaksi menggunakan uang lusuh atau kotor dan mengurangi resiko uang palsu.

5. Kendala atau hambatan apa saja yang pernah Anda alami dalam menggunakan QRIS?

Jawaban: Gangguan jaringan dan masih banyak pembeli menggunakan uang cash.

6. Apakah Anda mengetahui frekuensi settlement transaksi QRIS dalam kurun waktu 24 jam?

Jawaban: Tidak mengerti

7. Bagaimana cara Anda memastikan bahwa transaksi menggunakan QRIS telah berhasil?

Jawaban: Melalui notifikasi dan cek transaksi di aplikasi merchant

8. Apa tindakan yang Anda lakukan apabila terdapat transaksi QRIS yang tidak masuk ke rekening Anda?

Jawaban: Menghubungi petugas bank yang biasa berkunjung.

9. Bank apa saja yang pernah Anda gunakan dalam penggunaan QRIS?

Jawaban: QRIS BRI

10. Qris Bank mana yang paling sering anda gunakan dan apa alasannya?

Jawaban: QRIS bank BRI, dikarenakan ada petugas bank yang rutin berkeliling di area pasar.

11. Adakah alasan lainnya selain yang anda sebutkan di nomor 10?

Jawaban: Awalnya saya ragu, tapi setelah melihat beberapa pedagang lain mulai ramai menggunakan QRIS, saya ikut mencoba. Sekarang meskipun belum banyak, saya tetap menyediakan QRIS sebagai opsi pembayaran.

12. Apa harapan Anda terhadap pihak bank sebagai pemilik dan penyedia layanan QRIS?

Jawaban: Bank dapat memfasilitasi penggunaan QRIS sound box

FEB UNDIP

Wawancara Pedagang Ke-8

Narasumber : Mr. H

Tanggal : 02/11/2025

Lokasi Pasar : Pasar Non-Developer - Pasar Serpong

Waktu : 09.00

2. Sejak kapan Anda mulai menggunakan QRIS dalam aktivitas transaksi usaha?

Jawaban: - Tidak menggunakan QRIS, dikarenakan sudah terbiasa dengan transaksi cash, takut transaksinya gagal dan kehilangan hasil penjualan, butuh dana segera untuk belanja barang dagangan, kurang literasi terhadap teknologi, dan pembeli masih banyak menggunakan cash.

3. Berapa persentase transaksi penjualan Anda yang dilakukan melalui QRIS?

Jawaban: -

4. Apa saja manfaat yang Anda rasakan dalam penggunaan QRIS sebagai alat transaksi?

Jawaban: -

5. Kendala atau hambatan apa saja yang pernah Anda alami dalam menggunakan QRIS?

Jawaban: -

6. Apakah Anda mengetahui frekuensi settlement transaksi QRIS dalam kurun waktu 24 jam?

Jawaban: -

7. Bagaimana cara Anda memastikan bahwa transaksi menggunakan QRIS telah berhasil?

Jawaban: -

8. Apa tindakan yang Anda lakukan apabila terdapat transaksi QRIS yang tidak masuk ke rekening Anda?

Jawaban: -

9. Bank apa saja yang pernah Anda gunakan dalam penggunaan QRIS?

Jawaban: -

10. Qris Bank mana yang paling sering anda gunakan dan apa alasannya?

Jawaban: -

11. Adakah alasan lainnya selain yang anda sebutkan di nomor 10?

Jawaban: -

12. Apa harapan Anda terhadap pihak bank sebagai pemilik dan penyedia layanan QRIS?

Jawaban: Jika ada pendampingan yang intens atau pelatihan langsung dari bank, mungkin mempertimbangkan untuk mulai mencoba QRIS di masa depan.

FEB UNDIP

Wawancara Pedagang Ke-9

Narasumber : Mr. I

Tanggal : 02/11/2025

Lokasi Pasar : Pasar Non-Developer - Pasar Serpong

Waktu : 09.30

2. Sejak kapan Anda mulai menggunakan QRIS dalam aktivitas transaksi usaha?

Jawaban: Mulai menggunakan QRIS sejak 2022, namun hanya sebagai pelengkap.

3. Berapa persentase transaksi penjualan Anda yang dilakukan melalui QRIS?

Jawaban: Kurang dari 50%, bahkan sering hanya 10–20% per hari

4. Apa saja manfaat yang Anda rasakan dalam penggunaan QRIS sebagai alat transaksi?

Jawaban: praktis, tidak perlu uang kembalian, transaksi tercatat, dan dapat mengurangi resiko uang palsu.

5. Kendala atau hambatan apa saja yang pernah Anda alami dalam menggunakan QRIS?

Jawaban: Jaringan sering bermasalah, aplikasi kadang lemot, dan masih banyak yang menggunakan uang cash.

6. Apakah Anda mengetahui frekuensi settlement transaksi QRIS dalam kurun waktu 24 jam?

Jawaban: Tidak memahami jadwal settlement.

7. Bagaimana cara Anda memastikan bahwa transaksi menggunakan QRIS telah berhasil?

Jawaban: Cek transaksi melalui notifikasi dan riwayat aplikasi.

8. Apa tindakan yang Anda lakukan apabila terdapat transaksi QRIS yang tidak masuk ke rekening Anda?

Jawaban: Jika dana belum masuk, biasanya menunggu atau menanyakan ke petugas bank saat mereka berkunjung.

9. Bank apa saja yang pernah Anda gunakan dalam penggunaan QRIS?

Jawaban: BRI

10. Qris Bank mana yang paling sering anda gunakan dan apa alasannya?

Jawaban: BRI

11. Adakah alasan lainnya selain yang anda sebutkan di nomor 10?

Jawaban: Kunjungan petugas dan program reward

12. Apa harapan Anda terhadap pihak bank sebagai pemilik dan penyedia layanan QRIS?

Jawaban: Edukasi lebih sering, soundbox, dan peningkatan stabilitas aplikasi.

FEB UNDIP

Wawancara Pedagang Ke-10

Narasumber : Mr. J

Tanggal : 02/11/2025

Lokasi Pasar : Pasar Non-Developer - Pasar Ciputat

Waktu : 12.00

2. Sejak kapan Anda mulai menggunakan QRIS dalam aktivitas transaksi usaha?

Jawaban: Sejak 2022 setelah adanya imbauan dari pemerintah daerah dan sosialisasi bank

3. Berapa persentase transaksi penjualan Anda yang dilakukan melalui QRIS?

Jawaban: Kurang dari 50%.

4. Apa saja manfaat yang Anda rasakan dalam penggunaan QRIS sebagai alat transaksi?

Jawaban:

- Praktis dan mempercepat proses pembayaran.
- Tidak perlu menyediakan uang kembalian.
- Mengurangi risiko menerima uang palsu.
- Lebih bersih karena tidak bertransaksi menggunakan uang kotor.
- Membantu pedagang memahami pencatatan keuangan karena transaksi terekam.

5. Kendala atau hambatan apa saja yang pernah Anda alami dalam menggunakan QRIS?

Jawaban:

- Jaringan sering tidak stabil.
- Notifikasi masuk tidak real-time.
- Pembeli kebanyakan masih menggunakan tunai.
- Kadang pedagang lupa cek aplikasi sehingga ragu transaksi berhasil atau tidak.

6. Apakah Anda mengetahui frekuensi settlement transaksi QRIS dalam kurun waktu 24 jam?

Jawaban: Tidak tahu, hanya mengikuti saldo masuk.

7. Bagaimana cara Anda memastikan bahwa transaksi menggunakan QRIS telah berhasil?

Jawaban: Melihat notifikasi dan mengecek mutasi pada aplikasi merchant.

8. Apa tindakan yang Anda lakukan apabila terdapat transaksi QRIS yang tidak masuk ke rekening Anda?

Jawaban: Menanyakan kepada petugas bank ketika mereka datang atau menunggu sampai dana masuk sendiri.

9. Bank apa saja yang pernah Anda gunakan dalam penggunaan QRIS?

Jawaban: BRI

10. Qris Bank mana yang paling sering anda gunakan dan apa alasannya?

Jawaban: BRI, dikarenakan rekomendasi dari sesama teman pedagang saya.

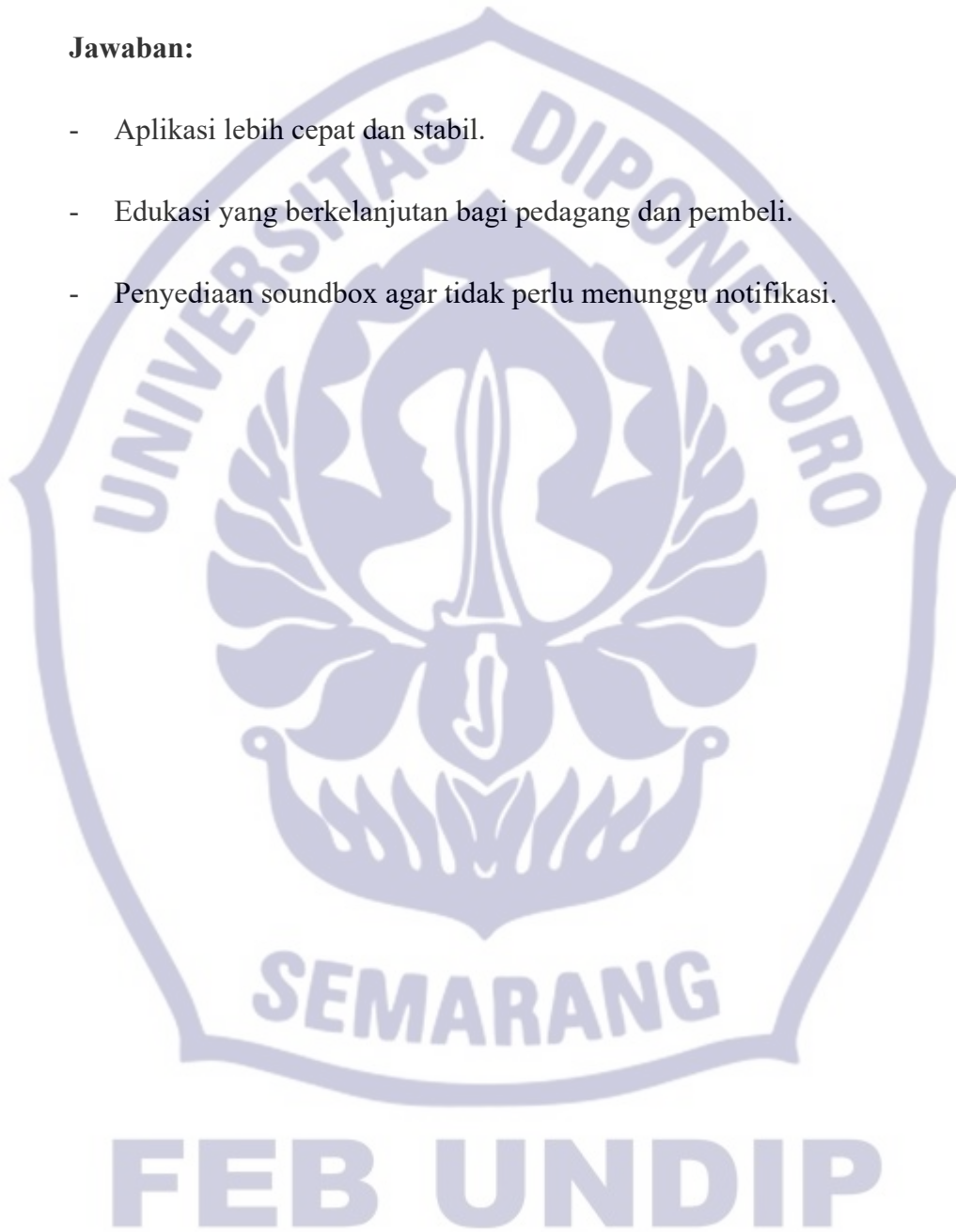
11. Adakah alasan lainnya selain yang anda sebutkan di nomor 10?

Jawaban: Kunjungan petugas dan program reward

12. Apa harapan Anda terhadap pihak bank sebagai pemilik dan penyedia layanan QRIS?

Jawaban:

- Aplikasi lebih cepat dan stabil.
- Edukasi yang berkelanjutan bagi pedagang dan pembeli.
- Penyediaan soundbox agar tidak perlu menunggu notifikasi.



Wawancara Pedagang Ke-11

Narasumber : Mr. K

Tanggal : 02/11/2025

Lokasi Pasar : Pasar Non-Developer - Pasar Ciputat

Waktu : 12.30

2. Sejak kapan Anda mulai menggunakan QRIS dalam aktivitas transaksi usaha?

Jawaban: - Tidak menggunakan QRIS, dikarenakan lebih nyaman memakai uang tunai, takut transaksi gagal dan dana tidak masuk, tergantung pada uang yang langsung bisa dipakai untuk belanja, merasa ribet mengoperasikan aplikasi digital, dan pembeli sekitar lebih banyak memakai tunai.

3. Berapa persentase transaksi penjualan Anda yang dilakukan melalui QRIS?

Jawaban: -

4. Apa saja manfaat yang Anda rasakan dalam penggunaan QRIS sebagai alat transaksi?

Jawaban: -

5. Kendala atau hambatan apa saja yang pernah Anda alami dalam menggunakan QRIS?

Jawaban: -

6. Apakah Anda mengetahui frekuensi settlement transaksi QRIS dalam kurun waktu 24 jam?

Jawaban: -

7. Bagaimana cara Anda memastikan bahwa transaksi menggunakan QRIS telah berhasil?

Jawaban: -

8. Apa tindakan yang Anda lakukan apabila terdapat transaksi QRIS yang tidak masuk ke rekening Anda?

Jawaban: -

9. Bank apa saja yang pernah Anda gunakan dalam penggunaan QRIS?

Jawaban: -

10. Qris Bank mana yang paling sering anda gunakan dan apa alasannya?

Jawaban: -

11. Adakah alasan lainnya selain yang anda sebutkan di nomor 10?

Jawaban: -

12. Apa harapan Anda terhadap pihak bank sebagai pemilik dan penyedia layanan QRIS?

Jawaban: Ada pelatihan dan pendampingan dari bank agar pedagang lebih percaya dan lebih siap menggunakan QRIS.

FEB UNDIP

Wawancara Pedagang Ke-12

Narasumber : Mr. L

Tanggal : 02/11/2025

Lokasi Pasar : Pasar Non-Developer - Pasar Ciputat

Waktu : 13.00

2. Sejak kapan Anda mulai menggunakan QRIS dalam aktivitas transaksi usaha?

Jawaban: Belum menggunakan QRIS karena literasi teknologi rendah dan pelanggan masih dominan tunai dan khawatir saldo tidak langsung tersedia.

3. Berapa persentase transaksi penjualan Anda yang dilakukan melalui QRIS?

Jawaban: -

4. Apa saja manfaat yang Anda rasakan dalam penggunaan QRIS sebagai alat transaksi?

Jawaban: -

5. Kendala atau hambatan apa saja yang pernah Anda alami dalam menggunakan QRIS?

Jawaban: -

6. Apakah Anda mengetahui frekuensi settlement transaksi QRIS dalam kurun waktu 24 jam?

Jawaban: -

7. Bagaimana cara Anda memastikan bahwa transaksi menggunakan QRIS telah berhasil?

Jawaban: -

8. Apa tindakan yang Anda lakukan apabila terdapat transaksi QRIS yang tidak masuk ke rekening Anda?

Jawaban: -

9. Bank apa saja yang pernah Anda gunakan dalam penggunaan QRIS?

Jawaban: -

10. Qris Bank mana yang paling sering anda gunakan dan apa alasannya?

Jawaban: -

11. Adakah alasan lainnya selain yang anda sebutkan di nomor 10?

Jawaban: -

12. Apa harapan Anda terhadap pihak bank sebagai pemilik dan penyedia layanan QRIS?

Jawaban: Berniat menggunakan jika ada pendampingan intensif dari bank dan bukti bahwa QRIS aman serta cepat.



FEB UNDIP

Lampiran 3. Transkrip Wawancara Pembeli

Wawancara Pembeli Ke-1

Narasumber : Ms. M

Tanggal : 01/11/2025

Lokasi Pasar : Pasar Developer - Pasar BSD

Waktu : 09.35

2. Untuk keperluan apa Anda berbelanja di pasar tradisional?

Jawab: Keperluan majikan

3. Seberapa sering Anda menggunakan metode transaksi non-tunai dalam aktivitas belanja harian?

Jawab: Lebih dari 50%

4. Mohon jelaskan alasan di balik persentase tersebut.

Jawab: Transaksi lebih praktis dan tidak memegang uang lusuh yang kotor

5. Apakah layanan transaksi QRIS sudah sesuai dengan harapan Anda? Jika belum, saran atau masukan apa yang dapat Anda berikan?

Jawab: Sudah sesuai

FEB UNDIP

Wawancara Pembeli Ke-2

Narasumber : Ms. N

Tanggal : 01/11/2025

Lokasi Pasar : Pasar Developer - Pasar Bintaro

Waktu : 14.30

2. Untuk keperluan apa Anda berbelanja di pasar tradisional?

Jawab: Keperluan rumah tangga majikan

3. Seberapa sering Anda menggunakan metode transaksi non-tunai dalam aktivitas belanja harian?

Jawab: Lebih dari 50%

4. Mohon jelaskan alasan di balik persentase tersebut.

Jawab: Merasa nyaman menggunakan QRIS karena proses pembayaran relatif cepat dan mudah, sehingga tidak menghambat aktivitas belanja.

5. Apakah layanan transaksi QRIS sudah sesuai dengan harapan Anda? Jika belum, saran atau masukan apa yang dapat Anda berikan?

Jawab: Sudah sesuai

FEB UNDIP

Wawancara Pembeli Ke-3

Narasumber : Mr. O

Tanggal : 02/11/2025

Lokasi Pasar : Pasar Non-Developer - Pasar Serpong

Waktu : 10.00

2. Untuk keperluan apa Anda berbelanja di pasar tradisional?

Jawab: Keperluan pribadi

3. Seberapa sering Anda menggunakan metode transaksi non-tunai dalam aktivitas belanja harian?

Jawab: Kurang dari 50%

4. Mohon jelaskan alasan di balik persentase tersebut.

Jawab: Dikarenakan saat ini penggunaan QRIS oleh pedagang masih terbatas.

5. Apakah layanan transaksi QRIS sudah sesuai dengan harapan Anda? Jika belum, saran atau masukan apa yang dapat Anda berikan?

Jawab: Seharusnya lebih banyak pedagang yang menyediakan QRIS sebagai alat pembayaran.

FEB UNDIP

Wawancara Pembeli Ke-4

Narasumber : Ms. P

Tanggal : 02/11/2025

Lokasi Pasar : Pasar Non-Developer - Pasar Ciputat

Waktu : 13.30

2. Untuk keperluan apa Anda berbelanja di pasar tradisional?

Jawab: Keperluan pribadi

3. Seberapa sering Anda menggunakan metode transaksi non-tunai dalam aktivitas belanja harian?

Jawab: Kurang dari 50%

4. Mohon jelaskan alasan di balik persentase tersebut.

Jawab: Belum semua pedagang di Pasar Ciputat menyediakan QRIS sebagai metode pembayaran.

5. Apakah layanan transaksi QRIS sudah sesuai dengan harapan Anda? Jika belum, saran atau masukan apa yang dapat Anda berikan?

Jawab: Berharap ke depan semakin banyak pedagang yang menggunakan QRIS.

FEB UNDIP

Lampiran 4. Transkrip Wawancara Pengelola Pasar

Form Wawancara Pengelola Pasar Ke-1

Narasumber : Ms. Q

Tanggal : 01/11/2025

Lokasi Pasar : Pasar Developer - Pasar BSD

Waktu : 10.00

2. Apa nama perusahaan atau instansi yang mengelola pasar tersebut?

Jawab: Pasar Modern BSD

3. Berapa jumlah pedagang di pasar yang telah menggunakan QRIS?

Jawab: Lebih dari 50%

4. Apa saja upaya atau strategi yang telah dilakukan oleh pihak pengelola dalam mendorong penggunaan QRIS di lingkungan pasar yang Anda kelola?

Jawab: Setiap bulan kami menyelenggarakan Market School dimana di kegiatan tersebut selain membicarakan masalah internal pasar juga diisi oleh sosialisasi oleh pihak eksternal seperti bank dan lain-lain. Pihak bank menggunakan kesempatan di Market School untuk sosialisasi product dan program-program QRIS nya.

5. Apa harapan Anda sebagai pengelola pasar terhadap bank atau pemilik sistem transaksi digital seperti QRIS?

Jawab: Agar selalu berkoordinasi menggunakan sarana market school untuk sosialisasi dan pemasaran produknya. Dan selalu mengupdate ke kami perkembangan penggunaan QRIS di pasar yang kami kelola.

Wawancara Pengelola Pasar Ke-2

Narasumber : Mr. R

Tanggal : 01/11/2025

Lokasi Pasar : Pasar Developer - Pasar Bintaro

Waktu : 15.00

2. Apa nama perusahaan atau instansi yang mengelola pasar tersebut?

Jawab: Pasar Modern Bintaro

3. Berapa jumlah pedagang di pasar yang telah menggunakan QRIS?

Jawab: Lebih dari 50%

4. Apa saja upaya atau strategi yang telah dilakukan oleh pihak pengelola dalam mendorong penggunaan QRIS di lingkungan pasar yang Anda kelola?

Jawab: Terdapat wadah untuk mengumpulkan para pedagang pada saat akan jatuh tempo sewa toko atau lapak, sekaligus memanggil para bank penyedia layanan QRIS untuk mensosialisasi atau mengedukasi penggunaan QRIS kepada para pedagan.

5. Apa harapan Anda sebagai pengelola pasar terhadap bank atau pemilik sistem transaksi digital seperti QRIS?

Jawab: Diharapkan para pedagang teredukasi terkait pembayaran digital saat ini di bandingkan pembayaran tradisional, memperbaiki kendala terhadap keterlambatan masuknya transaksi jual beli, dan selalu mengupdate ke kami perkembangan penggunaan QRIS di pasar yang kami kelola.

Wawancara Pengelola Pasar Ke-3

Narasumber : Mr. S

Tanggal : 02/11/2025

Lokasi Pasar : Pasar Non-Developer - Pasar Serpong

Waktu : 10.30

2. Apa nama perusahaan atau instansi yang mengelola pasar tersebut?

Jawab: Dinas Pasar kabupaten Tanggerang Selatan

3. Berapa jumlah pedagang di pasar yang telah menggunakan QRIS?

Jawab: Kurang dari 50%

4. Apa saja upaya atau strategi yang telah dilakukan oleh pihak pengelola dalam mendorong penggunaan QRIS di lingkungan pasar yang Anda kelola?

Jawab: Tidak ada strategi apapun, hanya melakukan support terhadap pihak BRI untuk sosialisasi QRIS.

5. Apa harapan Anda sebagai pengelola pasar terhadap bank atau pemilik sistem transaksi digital seperti QRIS?

Jawab: Pihak Bank agar selalu berkoordinasi dengan kami selaku pengelola pasar bila melaksanakan program atau kegiatan marketing di pasar.

FEB UNDIP

Wawancara Pengelola Pasar Ke-4

Narasumber : Mr. T

Tanggal : 02/11/2025

Lokasi Pasar : Pasar Non-Developer - Pasar Ciputat

Waktu : 14.00

1. Apa nama perusahaan atau instansi yang mengelola pasar tersebut?

Jawab: Dinas Pasar kabupaten Tanggerang Selatan

2. Berapa jumlah pedagang di pasar yang telah menggunakan QRIS?

Jawab: Kurang dari 50%

3. Apa saja upaya atau strategi yang telah dilakukan oleh pihak pengelola dalam mendorong penggunaan QRIS di lingkungan pasar yang Anda kelola?

Jawab: Tidak ada strategi apapun, tidak ada kegiatan rutin, dan pertemuan dilakukan sesuai keperluan saja.

4. Apa harapan Anda sebagai pengelola pasar terhadap bank atau pemilik sistem transaksi digital seperti QRIS?

Jawab: Agar dapat mengedukasi penggunaan digital keuangan (QRIS) kepada para pedagang dan pihak Bank agar selalu berkoordinasi dengan kami selaku pengelola pasar bila melaksanakan program atau kegiatan marketing di pasar

BIODATA

NAMA LENGKAP : NAZARUDDIN
TEMPAT TANGGAL LAHIR : Sigli, 28 Juli 1968
AGAMA : Islam
NIM : 12010124413115
NIK : 5102052807680005
NAMA AYAH : Zakaria
NAMA IBU : Azmi
ALAMAT : Komplek Cemara Residence Jl. Margasatwa
Raya Kav 21C, Pondok Labu, Cilandak,
Jakarta Selatan
NO. HP / TELP : +62 811-7303-623

Semarang , Mei 2026

Nazaruddin

FEB UNDIP