

PENGUNAAN QRIS TERHADAP PERILAKU KONSUMEN DAN PELAKU USAHA DI ERA EKONOMI DIGITAL

Witha Nella Pinem ^{*1}
Zahra Khanifah Pakpahan ²
Yosef Kurniawan Siagian ³

^{1,2,3} Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Medan, Indonesia

*e-mail: withanellapinem@gmail.com ¹, zahra-khanifa23@gmail.com ², yosefsiagian5@gmail.com ³

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan QRIS terhadap perilaku konsumen dan pelaku usaha di era ekonomi digital. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif melalui teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi terhadap konsumen serta pelaku usaha yang telah menggunakan QRIS dalam aktivitas transaksi sehari-hari. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan QRIS mendapatkan respons positif dari konsumen karena dinilai praktis, cepat, dan aman, serta mendorong perubahan perilaku transaksi dari pembayaran berbasis tunai ke non tunai. Di sisi pelaku usaha, QRIS tidak hanya dimanfaatkan sebagai alat pembayaran, tetapi juga sebagai bentuk strategi adaptasi dalam menghadapi persaingan usaha di era digital. Penggunaan QRIS terbukti meningkatkan efisiensi transaksi, meningkatkan kepercayaan konsumen, serta membantu keteraturan dalam pencatatan keuangan usaha, meskipun masih ditemukan kendala berupa keterbatasan jaringan dan literasi digital.

Kata kunci: Ekonomi Digital, Perilaku Konsumen, Pelaku Usaha, Ekonomi Digital, Pembayaran Digital.

Abstract

This study aims to analyze the use of QRIS on consumer and business owner behavior in the digital economy era. This research employs a qualitative approach with a descriptive method. Data were collected through observation, in-depth interviews, and documentation involving consumers and business owners who utilize QRIS for daily transactions. The results indicate that QRIS usage received a positive response from consumers as it is perceived to be practical, fast, and secure, encouraging a shift in transaction behavior from cash-based to cashless payments. For business owners, QRIS is utilized not only as a payment tool but also as an adaptation strategy to face business competition in the digital era. The use of QRIS is proven to enhance transaction efficiency, increase consumer trust, and assist in organized financial record-keeping, despite existing challenges such as network limitations and digital literacy issues.

Keywords: Consumer Behavior, Digital Economy, Digital Payment, Merchants (Business Owners), QRIS.

PENDAHULUAN

Transformasi sistem pembayaran di Indonesia mengalami percepatan seiring dengan menguatnya arus digitalisasi di berbagai sektor ekonomi. Perubahan ini tidak hanya menggeser pola transaksi masyarakat dari tunai ke non tunai, tetapi juga membentuk ulang cara pelaku usaha menjalankan aktivitas bisnisnya. Hadirnya Quick Response Code Indonesian Standard atau QRIS menjadi salah satu instrumen penting dalam mendorong inklusi keuangan dan efisiensi transaksi. QRIS memungkinkan konsumen melakukan pembayaran secara cepat, praktis, dan terintegrasi lintas penyedia jasa pembayaran. Di sisi pelaku usaha, terutama UMKM, QRIS membuka peluang untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan ketertiban pencatatan transaksi, serta meminimalkan risiko pengelolaan uang tunai (Setiawan & Mahyuni, 2020; Sihalo et al., 2020).

Perubahan sistem pembayaran berbasis digital melalui QRIS secara langsung memengaruhi perilaku konsumen dalam bertransaksi. Konsumen semakin terbiasa dengan kemudahan pembayaran non tunai, kecepatan proses, serta rasa aman yang ditawarkan oleh sistem digital. Kepercayaan terhadap teknologi keuangan menjadi faktor penting yang mendorong niat perilaku konsumen untuk menggunakan QRIS secara berkelanjutan dalam aktivitas ekonomi sehari-hari (Afianto, 2025; Sherlyani, 2023). Kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan rasa aman berkontribusi dalam membentuk keputusan konsumen untuk beralih dari transaksi konvensional ke transaksi digital berbasis QR Code.

Di sisi pelaku usaha, adopsi QRIS juga membawa perubahan signifikan dalam pola pengelolaan usaha. Pelaku UMKM tidak lagi hanya berfokus pada penjualan secara langsung, tetapi mulai menyesuaikan diri dengan ekosistem ekonomi digital. Pemanfaatan QRIS mendorong peningkatan efisiensi transaksi, mempercepat perputaran uang, serta memudahkan proses pencatatan keuangan UMKM secara lebih transparan (Kusnandar, 2024; Alifia, 2024). Kondisi ini berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan usaha serta penguatan daya saing UMKM di tengah dinamika pasar yang semakin kompetitif.

Penerapan QRIS pada berbagai wilayah menunjukkan adanya perbedaan dinamika berdasarkan karakteristik sosial, tingkat literasi digital, serta kesiapan infrastruktur. Implementasi QRIS di tingkat desa memperlihatkan bagaimana adaptasi pelaku usaha terhadap sistem pembayaran digital berlangsung secara bertahap, dipengaruhi oleh pendampingan, kebiasaan masyarakat, serta kepercayaan terhadap teknologi (Annisa et al., 2024). Dalam konteks wilayah pariwisata dan kawasan usaha berkembang, adopsi QRIS tidak hanya menjadi alat transaksi, tetapi juga menjadi bagian dari strategi modernisasi pelayanan usaha dan penguatan citra bisnis di mata konsumen (Ekaputra, 2024; Utami, 2025).

Perkembangan ekosistem digital juga tidak dapat dipisahkan dari peran komunikasi pemasaran berbasis media digital dalam membentuk perilaku transaksi masyarakat. Aktivitas promosi melalui platform digital seperti media sosial dan fitur siaran langsung turut membangun kepercayaan, minat beli, serta intensitas transaksi berbasis non tunai (Mawaddah et al., 2025). Sinergi antara sistem pembayaran QRIS dan komunikasi pemasaran digital membentuk pola interaksi ekonomi baru yang bersifat cepat, terbuka, dan berbasis teknologi.

Perubahan perilaku transaksi yang didorong oleh QRIS juga berkaitan erat dengan terbentuknya kepercayaan konsumen terhadap sistem pembayaran digital. Kepercayaan ini tidak hanya bersumber dari aspek keamanan teknologi, tetapi juga dari konsistensi pengalaman pengguna dalam melakukan transaksi sehari-hari. Konsumen cenderung membangun kebiasaan baru ketika mereka merasakan kenyamanan, kecepatan, dan minimnya hambatan dalam proses pembayaran. Hal tersebut menciptakan pola konsumsi yang semakin bergantung pada teknologi digital, baik dalam skala pembelian kecil maupun transaksi bernilai besar (Afianto, 2025). Kepercayaan dan kemudahan ini pada akhirnya berpengaruh terhadap meningkatnya intensitas penggunaan QRIS di berbagai sektor usaha.

Bagi pelaku UMKM, integrasi QRIS ke dalam sistem operasional usaha menghadirkan perubahan pada cara mereka mengelola transaksi dan hubungan dengan pelanggan. Sistem pembayaran digital memungkinkan pencatatan transaksi berlangsung lebih tertib, sehingga memudahkan pelaku usaha dalam memantau arus kas harian, mingguan, maupun bulanan. Kondisi ini berdampak pada meningkatnya efisiensi pengelolaan keuangan dan transparansi usaha yang sebelumnya sulit dicapai melalui transaksi tunai (Kusnandar, 2024). Peningkatan kualitas pengelolaan keuangan tersebut turut berkontribusi pada pertumbuhan pendapatan UMKM serta memperkuat keberlanjutan usaha dalam jangka panjang (Alifia, 2024).

Dalam konteks sosial ekonomi masyarakat, penerapan QRIS juga membentuk interaksi baru antara konsumen dan pelaku usaha. Proses transaksi yang sebelumnya bersifat konvensional kini bergeser menjadi lebih fleksibel dan berbasis teknologi. Masyarakat tidak lagi dibatasi oleh ketersediaan uang tunai, sementara pelaku usaha tidak lagi bergantung sepenuhnya pada transaksi fisik. Fenomena ini terlihat jelas pada implementasi QRIS di tingkat komunitas lokal, termasuk di wilayah pedesaan, di mana perubahan pola transaksi berlangsung secara bertahap seiring meningkatnya literasi digital masyarakat (Annisa et al., 2024).

Di wilayah yang memiliki aktivitas ekonomi berbasis pariwisata dan sektor jasa, adopsi QRIS menunjukkan dinamika yang relatif lebih cepat. Pelaku usaha terdorong untuk mengikuti preferensi konsumen yang menginginkan kemudahan pembayaran tanpa uang tunai. QRIS tidak hanya berfungsi sebagai alat bayar, tetapi juga menjadi bagian dari strategi peningkatan kualitas layanan usaha dan daya tarik bisnis di hadapan konsumen modern (Ekaputra, 2024). Dalam perkembangan tersebut, transaksi non tunai semakin dipandang sebagai simbol profesionalitas dan kredibilitas usaha.

Ekosistem ekonomi digital juga turut dipengaruhi oleh praktik komunikasi pemasaran yang semakin intensif melalui platform digital. Media sosial, konten promosi, serta aktivitas pemasaran berbasis siaran langsung memainkan peran penting dalam membentuk minat beli konsumen dan mempercepat keputusan transaksi. Interaksi digital yang terbangun antara pelaku usaha dan konsumen menciptakan ruang baru bagi pembentukan kepercayaan, loyalitas, serta persepsi kemudahan bertransaksi (Mawaddah et al., 2025). Dalam situasi ini, QRIS berfungsi sebagai instrumen pendukung utama yang menghubungkan proses promosi dengan realisasi transaksi secara langsung.

Perkembangan sistem pembayaran digital juga tidak terlepas dari isu etika dalam praktik keuangan berbasis teknologi. Kepercayaan publik terhadap sistem keuangan digital sangat dipengaruhi oleh transparansi, keamanan data, serta perlindungan terhadap konsumen. Praktik fintech yang etis menjadi fondasi penting dalam menjaga keberlanjutan ekosistem ekonomi digital, termasuk dalam penggunaan instrumen pembayaran seperti QRIS yang terkoneksi dengan berbagai layanan keuangan lainnya (Wulandari & Ibrahim, 2023). Kepercayaan yang terjaga akan memperkuat penerimaan masyarakat terhadap sistem pembayaran digital sebagai bagian dari kehidupan ekonomi sehari-hari.

Perubahan orientasi transaksi dari tunai ke non tunai juga membawa implikasi terhadap pola pengambilan keputusan konsumen. Konsumen tidak lagi hanya mempertimbangkan harga dan kualitas produk, tetapi juga mempertimbangkan kemudahan sistem pembayaran yang tersedia. QRIS menjadi salah satu faktor yang membentuk persepsi kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi, terutama bagi generasi muda yang sangat akrab dengan teknologi digital. Pengalaman transaksi yang cepat dan minim hambatan memperkuat kebiasaan penggunaan pembayaran digital dalam aktivitas konsumsi sehari-hari (Afianto, 2025; Sherlyani, 2023). Pola ini menunjukkan bahwa sistem pembayaran tidak lagi bersifat netral, tetapi memiliki peran dalam membentuk perilaku ekonomi masyarakat.

Di sisi lain, adopsi QRIS oleh pelaku UMKM tidak hanya didorong oleh tuntutan konsumen, tetapi juga oleh kebutuhan internal usaha untuk meningkatkan efisiensi dan profesionalisme. Penerapan QRIS membantu pelaku usaha dalam mengelola transaksi secara lebih tertib, mengurangi risiko kesalahan pencatatan, serta mempermudah proses pelaporan keuangan. Praktik ini memberi dampak terhadap peningkatan kinerja usaha, termasuk pertumbuhan pendapatan dan perluasan akses pasar (Alifia, 2024; Utami, 2025). Dalam jangka panjang, penggunaan QRIS juga mendorong pelaku UMKM untuk beradaptasi dengan ekosistem ekonomi digital yang semakin terhubung.

Implementasi QRIS di berbagai daerah memperlihatkan bahwa adopsi teknologi pembayaran tidak berlangsung secara seragam. Faktor tingkat pendidikan, literasi digital, kepercayaan terhadap teknologi, serta dukungan lingkungan sosial turut memengaruhi keberhasilan penerapan QRIS. Di beberapa wilayah, pelaku usaha masih menghadapi kendala berupa keterbatasan pemahaman teknologi dan kekhawatiran terhadap keamanan transaksi digital. Namun, seiring berjalannya waktu, pengalaman penggunaan yang positif mendorong meningkatnya penerimaan terhadap QRIS sebagai bagian dari aktivitas bisnis sehari-hari (Annisa et al., 2024; Setiawan & Mahyuni, 2020).

Dalam konteks ekonomi digital yang semakin terintegrasi dengan platform media sosial dan perdagangan elektronik, kehadiran QRIS menjadi penghubung penting antara aktivitas promosi dan realisasi transaksi. Strategi pemasaran digital yang semakin intensif turut memperkuat eksistensi pembayaran non tunai sebagai bagian dari gaya hidup masyarakat modern. Interaksi yang terbangun melalui konten digital, promosi langsung, dan komunikasi pemasaran berbasis media sosial membentuk kepercayaan serta mendorong konsumen untuk melakukan transaksi secara praktis melalui QRIS (Mawaddah et al., 2025). Dinamika ini menunjukkan bahwa QRIS tidak hanya berfungsi sebagai alat pembayaran, tetapi juga sebagai elemen yang terintegrasi dalam ekosistem digital secara menyeluruh.

Perkembangan teknologi pembayaran juga menuntut perhatian terhadap aspek etika dan perlindungan konsumen. Keamanan data, transparansi transaksi, serta tanggung jawab penyedia layanan menjadi faktor penting dalam menjaga kepercayaan masyarakat terhadap sistem

keuangan digital. Praktik keuangan berbasis teknologi yang beretika memperkuat fondasi penerimaan publik terhadap berbagai instrumen pembayaran digital, termasuk QRIS yang semakin luas digunakan dalam berbagai aktivitas ekonomi (Wulandari & Ibrahim, 2023). Ketika rasa aman dan kepercayaan konsumen terbangun dengan baik, penggunaan QRIS akan semakin menguat sebagai bagian dari sistem transaksi nasional.

Berdasarkan dinamika tersebut, kajian ini diarahkan untuk memahami bagaimana penggunaan QRIS berhubungan dengan perubahan perilaku konsumen dan pelaku usaha dalam konteks ekonomi digital yang terus berkembang. Fokus pembahasan diarahkan pada pengalaman, persepsi, serta adaptasi para pengguna QRIS baik dari sisi konsumen maupun pelaku usaha. Dengan demikian, artikel ini disusun dengan judul Penggunaan QRIS terhadap Perilaku Konsumen dan Pelaku Usaha di Era Ekonomi Digital sebagai upaya menggambarkan fenomena sosial ekonomi yang sedang berlangsung di tengah transformasi digital.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena penggunaan QRIS dalam aktivitas transaksi ekonomi serta bagaimana penggunaannya membentuk perilaku konsumen dan pelaku usaha di era ekonomi digital. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk menggali pengalaman, pandangan, serta makna yang dibangun oleh subjek penelitian berdasarkan realitas yang mereka alami secara langsung dalam kehidupan sehari-hari.

Subjek penelitian terdiri atas konsumen dan pelaku usaha yang telah menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran dalam aktivitas transaksi. Pemilihan informan dilakukan secara purposive, yakni berdasarkan pertimbangan bahwa informan dianggap memiliki pengetahuan, pengalaman, dan keterlibatan langsung dalam penggunaan QRIS. Konsumen dipilih dari berbagai latar belakang usia dan jenis pekerjaan, sementara pelaku usaha difokuskan pada sektor usaha kecil dan menengah yang aktif menggunakan pembayaran digital dalam kegiatan operasionalnya.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi lapangan, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan secara langsung kepada informan dengan menggunakan pedoman wawancara terbuka agar informan dapat menyampaikan pengalaman serta pandangannya secara bebas dan mendalam. Observasi dilakukan untuk melihat secara langsung bagaimana proses transaksi menggunakan QRIS berlangsung di tempat usaha, termasuk interaksi antara pelaku usaha dan konsumen. Dokumentasi digunakan sebagai data pendukung berupa foto kegiatan, catatan transaksi, serta dokumen lain yang relevan dengan penggunaan QRIS.

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui tahapan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi kemudian dipilah dan dikategorikan berdasarkan tema-tema yang berkaitan dengan perilaku konsumen, adaptasi pelaku usaha, kemudahan penggunaan, kepercayaan, serta dampak penggunaan QRIS terhadap aktivitas ekonomi. Data yang telah tersusun kemudian dianalisis secara mendalam untuk menemukan pola, makna, dan keterkaitan antar fenomena yang muncul di lapangan.

Keabsahan data dijaga melalui teknik triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari konsumen dan pelaku usaha, sedangkan triangulasi teknik dilakukan dengan membandingkan data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dengan cara ini, data yang diperoleh diharapkan memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi dan mampu menggambarkan kondisi nyata penggunaan QRIS dalam praktik ekonomi digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

1 Persepsi Konsumen terhadap Penggunaan QRIS

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara umum konsumen memiliki persepsi yang positif terhadap penggunaan QRIS sebagai alat pembayaran dalam aktivitas transaksi sehari-hari.

Sebagian besar konsumen memandang QRIS sebagai inovasi pembayaran yang menghadirkan kemudahan, kecepatan, dan kepraktisan. Konsumen tidak lagi harus membawa uang tunai dalam jumlah besar dan tidak perlu menunggu kembalian ketika melakukan transaksi, sehingga proses pembayaran dirasakan lebih efisien. Kemudahan ini dirasakan sangat membantu terutama pada situasi transaksi bernilai kecil maupun pada kondisi tertentu yang menuntut kecepatan layanan, seperti ketika berbelanja di warung, kantin, kafe, dan gerai makanan.

Persepsi kemudahan menjadi faktor utama yang membentuk pandangan konsumen terhadap QRIS. Konsumen menilai bahwa penggunaan QRIS sangat sederhana karena hanya memerlukan pemindaian kode menggunakan ponsel yang hampir selalu mereka bawa. Proses transaksi dianggap tidak rumit, bahkan bagi konsumen yang baru pertama kali menggunakannya. Beberapa konsumen menyampaikan bahwa setelah satu atau dua kali mencoba, mereka langsung terbiasa dan merasa lebih nyaman menggunakan QRIS dibandingkan dengan pembayaran tunai. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat penerimaan konsumen terhadap teknologi pembayaran digital cenderung tinggi ketika sistem yang digunakan mudah dipahami dan dioperasikan.

Selain aspek kemudahan, konsumen juga memandang QRIS sebagai sistem pembayaran yang aman. Rasa aman muncul karena transaksi dilakukan melalui aplikasi resmi perbankan atau dompet digital yang telah mereka percayai. Konsumen merasa lebih tenang karena tidak berhadapan langsung dengan uang tunai, tidak khawatir kehilangan uang fisik, serta dapat melihat riwayat transaksi secara langsung di aplikasi. Riwayat transaksi ini dianggap bermanfaat sebagai pengingat pengeluaran harian, sehingga konsumen merasa lebih terkontrol dalam mengatur keuangan pribadi.

Persepsi positif terhadap QRIS juga berkaitan dengan aspek kenyamanan. Konsumen merasa bahwa pembayaran non tunai memberikan pengalaman transaksi yang lebih modern dan praktis. Bagi sebagian konsumen, penggunaan QRIS menjadi bagian dari gaya hidup digital yang mencerminkan kemajuan teknologi. Mereka merasa lebih nyaman melakukan pembayaran secara digital karena tidak perlu repot menyiapkan uang pas, tidak perlu menghitung uang kembalian, dan tidak perlu bersentuhan langsung dengan uang yang berpindah tangan. Kenyamanan ini semakin dirasakan pada situasi ramai, seperti di tempat makan, pasar, atau pusat perbelanjaan kecil.

Meskipun mayoritas konsumen memiliki persepsi yang baik, masih ditemukan sebagian kecil konsumen yang bersikap ragu atau belum sepenuhnya nyaman menggunakan QRIS. Keraguan ini umumnya disebabkan oleh keterbatasan pemahaman teknologi, kekhawatiran terhadap kesalahan transaksi, serta ketergantungan pada jaringan internet. Beberapa konsumen mengungkapkan bahwa mereka pernah mengalami kendala berupa sinyal yang tidak stabil atau aplikasi yang lambat merespons, sehingga transaksi menjadi tertunda. Kondisi tersebut memunculkan perasaan khawatir, terutama ketika saldo telah terpotong tetapi transaksi belum langsung terkonfirmasi.

Persepsi konsumen terhadap QRIS juga dipengaruhi oleh pengalaman pribadi dalam menggunakan sistem pembayaran tersebut. Konsumen yang sering menggunakan QRIS cenderung memiliki pandangan yang lebih positif karena mereka telah merasakan manfaatnya secara langsung. Sebaliknya, konsumen yang jarang menggunakan QRIS atau hanya menggunakannya dalam kondisi tertentu masih menunjukkan sikap berhati-hati. Pengalaman sukses dalam bertransaksi memperkuat kepercayaan, sedangkan pengalaman kurang menyenangkan dapat memperlambat proses penerimaan teknologi.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa faktor lingkungan sosial turut memengaruhi persepsi konsumen terhadap QRIS. Konsumen yang berada di lingkungan yang aktif menggunakan pembayaran digital cenderung lebih cepat menerima dan membangun persepsi positif terhadap QRIS. Interaksi dengan teman, keluarga, dan penjual yang sudah terbiasa menggunakan QRIS mendorong konsumen untuk ikut mencoba dan akhirnya merasa terbantu dengan sistem tersebut. Pengaruh lingkungan ini mempercepat penyebaran penggunaan QRIS di masyarakat.

2 Perubahan Perilaku Transaksi Konsumen Setelah Menggunakan QRIS

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan QRIS membawa perubahan yang cukup nyata terhadap perilaku transaksi konsumen dalam kehidupan sehari-hari. Sebelum menggunakan QRIS, sebagian besar konsumen terbiasa melakukan pembayaran dengan uang tunai dan cenderung menyesuaikan pembelian dengan jumlah uang yang dibawa. Setelah mengenal dan menggunakan QRIS, pola tersebut mulai berubah. Konsumen menjadi lebih fleksibel dalam bertransaksi karena tidak lagi bergantung pada ketersediaan uang tunai di dompet. Akses langsung terhadap saldo di aplikasi pembayaran membuat konsumen merasa lebih leluasa dalam melakukan pembelian kapan pun dibutuhkan.

Perubahan perilaku juga terlihat pada intensitas dan frekuensi transaksi. Konsumen yang telah terbiasa menggunakan QRIS cenderung lebih sering melakukan transaksi kecil secara spontan, seperti membeli makanan ringan, minuman, atau kebutuhan harian tanpa harus mempertimbangkan apakah mereka membawa uang tunai atau tidak. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan pembayaran digital mendorong munculnya perilaku transaksi yang lebih cepat dan praktis. Konsumen tidak lagi menunda pembelian hanya karena kendala metode pembayaran, sehingga aktivitas konsumsi menjadi lebih dinamis.

Selain itu, penggunaan QRIS juga memengaruhi cara konsumen merencanakan pengeluaran. Sebagian konsumen mengungkapkan bahwa mereka menjadi lebih sadar terhadap pola belanja karena setiap transaksi terekam secara otomatis dalam riwayat aplikasi. Riwayat tersebut membantu konsumen untuk mengevaluasi pengeluaran harian, mingguan, maupun bulanan. Meskipun ada juga konsumen yang merasa lebih boros karena kemudahan transaksi, namun tidak sedikit pula yang merasa lebih terbantu dalam mengontrol keuangan karena dapat memantau pengeluaran secara langsung melalui fitur pencatatan digital.

Perubahan perilaku transaksi juga tampak pada preferensi konsumen dalam memilih tempat belanja. Konsumen cenderung lebih tertarik bertransaksi di tempat usaha yang menyediakan fasilitas QRIS dibandingkan dengan tempat yang hanya menerima pembayaran tunai. Ketersediaan QRIS dipersepsikan sebagai bentuk kemodernan layanan dan kemudahan bagi pelanggan. Beberapa konsumen bahkan menyampaikan bahwa mereka terkadang mengurungkan niat berbelanja di suatu tempat ketika fasilitas pembayaran digital tidak tersedia. Hal ini menunjukkan bahwa QRIS tidak hanya berfungsi sebagai alat bayar, tetapi juga menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan konsumsi.

Dari sisi kebiasaan, penggunaan QRIS membentuk pola baru dalam proses transaksi konsumen. Jika sebelumnya konsumen harus menghitung uang, menunggu kembalian, dan memastikan jumlah pembayaran secara manual, maka setelah menggunakan QRIS proses tersebut digantikan dengan pemindaian kode dan konfirmasi pembayaran dalam hitungan detik. Kebiasaan ini membuat konsumen menjadi lebih terbiasa dengan proses transaksi cepat dan minim interaksi fisik dengan uang. Dalam jangka waktu tertentu, kebiasaan ini membentuk rasa ketergantungan terhadap sistem pembayaran digital karena dianggap lebih efisien dibandingkan metode konvensional.

Perubahan perilaku juga terlihat dalam sikap konsumen terhadap keamanan uang dan transaksi. Konsumen menjadi lebih berhati-hati dalam menjaga akses ke aplikasi pembayaran digital, seperti dengan mengunci ponsel, menjaga kerahasiaan kata sandi, dan memeriksa notifikasi transaksi. Hal ini menunjukkan adanya pergeseran bentuk kewaspadaan, dari yang sebelumnya berfokus pada menjaga uang fisik, kini beralih pada menjaga keamanan data dan akses digital. Kesadaran ini berkembang seiring dengan meningkatnya intensitas penggunaan QRIS dalam aktivitas sehari-hari.

Dalam konteks sosial, penggunaan QRIS juga memengaruhi cara konsumen berinteraksi dengan pelaku usaha. Proses transaksi menjadi lebih singkat karena tidak perlu lagi melakukan penghitungan uang secara manual. Interaksi antara pembeli dan penjual menjadi lebih ringkas, tetapi tetap berjalan dalam suasana yang praktis dan efisien. Pada beberapa kondisi, konsumen merasa lebih nyaman karena tidak perlu terburu-buru menyiapkan uang tunai ketika berada dalam antrian.

3 Adaptasi dan Strategi Pelaku Usaha dalam Penggunaan QRIS

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku usaha mengalami proses adaptasi yang bertahap dalam menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran. Pada tahap awal, sebagian pelaku usaha mengaku masih merasa asing dan ragu terhadap penggunaan sistem pembayaran digital ini. Keraguan tersebut muncul karena keterbatasan pemahaman teknologi, kekhawatiran terhadap kesalahan transaksi, serta kekhawatiran apabila terjadi gangguan jaringan. Namun seiring dengan meningkatnya kebutuhan konsumen terhadap pembayaran non tunai, pelaku usaha perlahan mulai menyesuaikan diri dan mencoba menerapkan QRIS dalam aktivitas usahanya.

Adaptasi awal yang dilakukan pelaku usaha umumnya dimulai dari proses pendaftaran dan pemasangan kode QR di tempat usaha. Beberapa pelaku usaha menyampaikan bahwa mereka dibantu oleh pihak perbankan, penyedia layanan pembayaran, maupun pendamping UMKM dalam proses pendaftaran hingga aktivasi QRIS. Pendampingan tersebut sangat membantu pelaku usaha yang sebelumnya belum terbiasa menggunakan aplikasi keuangan digital. Setelah QRIS aktif digunakan, pelaku usaha mulai membiasakan diri untuk memantau transaksi melalui aplikasi dan mencocokkan laporan transaksi digital dengan catatan penjualan harian.

Dalam proses adaptasi tersebut, pelaku usaha juga melakukan penyesuaian terhadap pola pelayanan kepada konsumen. Mereka mulai menginformasikan kepada pelanggan bahwa tempat usahanya telah menyediakan pembayaran melalui QRIS. Informasi ini disampaikan melalui pemasangan stiker QRIS di meja kasir, etalase, atau tempat yang mudah terlihat oleh konsumen. Beberapa pelaku usaha juga secara langsung menawarkan kepada pelanggan apakah ingin membayar dengan tunai atau menggunakan QRIS. Upaya ini dilakukan sebagai bentuk edukasi sekaligus promosi agar konsumen terbiasa menggunakan pembayaran digital.

Strategi lain yang dilakukan pelaku usaha adalah memanfaatkan QRIS sebagai bagian dari upaya meningkatkan citra usaha. Pelaku usaha memandang bahwa penyediaan layanan pembayaran non tunai dapat memberikan kesan modern dan mengikuti perkembangan zaman. Dengan adanya QRIS, pelaku usaha merasa lebih percaya diri dalam melayani konsumen dari berbagai kalangan, terutama konsumen muda yang cenderung lebih menyukai pembayaran digital. Hal ini berdampak pada meningkatnya minat konsumen untuk bertransaksi di tempat usaha yang dianggap lebih praktis dan profesional.

Dalam aspek pengelolaan keuangan, pelaku usaha memanfaatkan QRIS sebagai sarana untuk menata pencatatan transaksi secara lebih tertib. Transaksi yang masuk melalui QRIS secara otomatis tercatat dalam aplikasi, sehingga pelaku usaha dapat dengan mudah memantau omzet harian tanpa harus menghitung secara manual. Sebagian pelaku usaha menyampaikan bahwa pencatatan digital ini membantu mereka dalam mengevaluasi penjualan, mengetahui jam-jam ramai, serta memahami produk yang paling banyak diminati. Dengan data tersebut, pelaku usaha dapat menyusun strategi penjualan yang lebih terarah.

Pelaku usaha juga mulai mengombinasikan penggunaan QRIS dengan strategi promosi sederhana. Beberapa pelaku usaha menawarkan potongan harga atau bonus kecil bagi pelanggan yang membayar menggunakan QRIS. Strategi ini dilakukan untuk menarik minat konsumen agar terbiasa menggunakan pembayaran digital. Selain itu, ada juga pelaku usaha yang memanfaatkan QRIS dalam kegiatan promosi melalui media sosial dengan mencantumkan informasi bahwa tempat usahanya menerima pembayaran non tunai. Langkah ini terbukti dapat memperluas jangkauan pelanggan, terutama dari kalangan yang aktif menggunakan teknologi digital.

Meskipun adaptasi dan strategi penggunaan QRIS menunjukkan perkembangan yang positif, pelaku usaha juga menghadapi beberapa kendala. Kendala yang paling sering muncul adalah gangguan jaringan internet yang menyebabkan proses transaksi menjadi terhambat. Selain itu, masih terdapat sebagian konsumen yang belum terbiasa menggunakan QRIS dan lebih memilih pembayaran tunai. Kondisi ini menuntut pelaku usaha untuk tetap menyediakan dua metode pembayaran secara bersamaan, yaitu tunai dan non tunai, agar dapat melayani seluruh pelanggan.

Sebagian pelaku usaha juga mengungkapkan bahwa mereka masih terus belajar dalam memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia di aplikasi QRIS, seperti laporan transaksi dan rekap penjualan. Proses pembelajaran ini berlangsung secara mandiri maupun melalui bantuan dari sesama pelaku usaha. Interaksi antar pelaku usaha dalam berbagi pengalaman penggunaan QRIS turut mempercepat proses adaptasi dan meningkatkan kepercayaan diri dalam menggunakan teknologi pembayaran digital.

4 Dampak Penggunaan QRIS terhadap Aktivitas Usaha dan Interaksi Ekonomi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan QRIS memberikan dampak yang cukup signifikan terhadap aktivitas usaha, khususnya dalam aspek kelancaran transaksi dan peningkatan efisiensi operasional. Pelaku usaha merasakan bahwa proses pembayaran menjadi lebih cepat dan tertib dibandingkan dengan sistem pembayaran tunai. Dengan adanya QRIS, pelaku usaha tidak lagi harus menyediakan uang kembalian dalam jumlah besar, sehingga risiko kekurangan uang kecil dapat diminimalkan. Selain itu, proses transaksi yang lebih singkat membantu mempercepat perputaran pelanggan, terutama pada jam-jam ramai, sehingga pelayanan dapat berjalan dengan lebih lancar.

Dampak penggunaan QRIS juga terlihat pada peningkatan intensitas transaksi di tempat usaha. Pelaku usaha menyampaikan bahwa kehadiran QRIS membuat konsumen lebih leluasa dalam berbelanja karena tidak dibatasi oleh ketersediaan uang tunai. Kondisi ini mendorong meningkatnya jumlah transaksi, baik dalam pembelian kecil maupun dalam transaksi dengan nilai yang lebih besar. Beberapa pelaku usaha merasakan adanya kenaikan omzet secara bertahap setelah menyediakan fasilitas pembayaran QRIS, meskipun peningkatan tersebut tidak terjadi secara langsung dalam waktu singkat.

Dalam aspek pengelolaan usaha, QRIS memberikan dampak positif terhadap keteraturan administrasi dan pencatatan keuangan. Semua transaksi yang dilakukan melalui QRIS tercatat secara otomatis dalam sistem, sehingga pelaku usaha dapat dengan mudah memantau pemasukan harian. Kemudahan dalam memantau arus kas membantu pelaku usaha dalam mengevaluasi kinerja usaha, menyusun perencanaan stok barang, serta memperkirakan kebutuhan modal usaha. Pencatatan yang lebih rapi ini juga memudahkan pelaku usaha apabila ingin mengajukan pembiayaan usaha kepada lembaga keuangan.

Penggunaan QRIS juga berdampak pada perubahan pola interaksi antara pelaku usaha dan konsumen. Proses transaksi menjadi lebih cepat karena tidak lagi memerlukan penghitungan uang secara manual. Interaksi antara penjual dan pembeli menjadi lebih singkat, tetapi tetap berlangsung dalam suasana yang efisien dan praktis. Pada beberapa kondisi, pelaku usaha merasakan bahwa antrian menjadi lebih tertib karena proses pembayaran dapat dilakukan dalam waktu yang relatif singkat melalui pemindaian kode QR.

Dalam konteks interaksi sosial ekonomi, QRIS turut mendorong terbentuknya lingkungan transaksi yang lebih modern dan berbasis teknologi. Konsumen dan pelaku usaha menjadi lebih terbiasa dengan penggunaan ponsel dalam aktivitas ekonomi. Hal ini menciptakan pola interaksi baru yang sebelumnya tidak dijumpai pada sistem pembayaran tunai. Di beberapa tempat usaha, penggunaan QRIS bahkan menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen yang menyukai kemudahan transaksi tanpa harus membawa uang fisik.

Dampak lain yang dirasakan pelaku usaha adalah meningkatnya kepercayaan diri dalam menghadapi persaingan usaha. Penyediaan fasilitas pembayaran digital membuat pelaku usaha merasa lebih siap bersaing dengan usaha lain yang telah lebih dulu menerapkan sistem pembayaran non tunai. Dengan adanya QRIS, pelaku usaha merasa usahanya lebih relevan dengan perkembangan zaman dan tidak tertinggal dalam arus digitalisasi ekonomi. Hal ini turut memengaruhi cara pelaku usaha melihat peluang pengembangan bisnis di masa depan.

Meskipun demikian, penggunaan QRIS juga membawa beberapa tantangan dalam aktivitas usaha. Ketergantungan terhadap jaringan internet menjadi salah satu kendala utama yang dirasakan oleh pelaku usaha. Ketika jaringan tidak stabil, proses transaksi dapat terganggu dan menimbulkan ketidaknyamanan bagi konsumen. Selain itu, pelaku usaha masih harus

melayani pembayaran tunai karena belum seluruh konsumen terbiasa menggunakan QRIS. Kondisi ini membuat pelaku usaha tetap menjalankan dua sistem pembayaran secara bersamaan.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap penggunaan QRIS secara umum berada pada kategori positif. Konsumen menilai QRIS sebagai alat pembayaran yang praktis, cepat, dan aman dalam mendukung aktivitas transaksi sehari-hari. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Setiawan dan Mahyuni (2020) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan dan keamanan menjadi faktor utama dalam mendorong intensi penggunaan QRIS di kalangan pelaku UMKM dan konsumennya. Kesamaan hasil ini menunjukkan bahwa sejak awal implementasi QRIS hingga saat ini, faktor kemudahan masih menjadi daya tarik utama dalam adopsi sistem pembayaran digital. Namun, hasil penelitian ini juga menemukan masih adanya sebagian kecil konsumen yang ragu menggunakan QRIS karena keterbatasan pemahaman teknologi, berbeda dengan temuan Santika, Aliyani, dan Mintarsih (2022) yang menunjukkan tingkat kesiapan konsumen yang relatif lebih tinggi di wilayah perkotaan. Perbedaan ini mengindikasikan bahwa faktor lingkungan sosial dan tingkat literasi digital turut memengaruhi penerimaan QRIS.

Pada aspek perubahan perilaku transaksi konsumen, hasil penelitian menunjukkan adanya pergeseran yang cukup nyata dari transaksi tunai menuju transaksi non tunai. Konsumen menjadi lebih sering melakukan pembelian karena tidak lagi dibatasi oleh ketersediaan uang fisik. Pola ini memperkuat temuan Sihaloho, Ramadhani, dan Rahmayanti (2020) yang menyebutkan bahwa QRIS mampu mendorong peningkatan frekuensi transaksi dan mempercepat perputaran uang di sektor UMKM. Namun, hasil penelitian ini juga mengungkap bahwa perubahan perilaku tersebut tidak terjadi secara seragam pada seluruh kelompok usia. Konsumen usia lanjut cenderung masih mempertahankan kebiasaan transaksi tunai, sedangkan konsumen usia produktif lebih cepat beradaptasi. Temuan ini memperluas hasil penelitian Kusnandar (2024) yang lebih menitikberatkan pada efisiensi QRIS terhadap kinerja transaksi tanpa membedakan karakteristik usia pengguna.

Dari sisi adaptasi dan strategi pelaku usaha, hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku usaha tidak hanya menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran, tetapi juga mengintegrasikannya dalam strategi pemasaran. Pelaku usaha memanfaatkan QRIS sebagai simbol usaha modern yang mampu menarik konsumen, khususnya generasi muda. Temuan ini beririsan dengan hasil penelitian Utami (2025) yang menyebutkan bahwa adopsi QRIS berpengaruh terhadap peningkatan kinerja finansial UMKM melalui kemudahan transaksi dan peningkatan kepercayaan konsumen. Namun, penelitian ini menambahkan dimensi baru, yakni QRIS juga digunakan sebagai bagian dari citra usaha yang mengikuti perkembangan digital. Hal ini menunjukkan bahwa QRIS tidak hanya berdampak pada aspek teknis transaksi, tetapi juga pada aspek strategi bisnis dan positioning usaha.

Dampak penggunaan QRIS terhadap aktivitas usaha dan interaksi ekonomi dalam penelitian ini terlihat pada meningkatnya efisiensi transaksi, keteraturan administrasi, serta perubahan pola interaksi antara pelaku usaha dan konsumen. Proses transaksi yang lebih cepat dan minim kesalahan membuat aktivitas usaha menjadi lebih tertib dan terorganisasi. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Afianto (2025) yang menyatakan bahwa kepercayaan konsumen terhadap QRIS berpengaruh terhadap niat perilaku dan intensitas penggunaan dalam aktivitas ekonomi. Akan tetapi, penelitian ini juga menemukan adanya tantangan berupa ketergantungan pada jaringan internet dan kebutuhan menjalankan sistem pembayaran ganda, yaitu tunai dan non tunai. Temuan ini berbeda dengan penelitian Sherlyani (2023) yang lebih menekankan pada kelancaran transaksi QRIS tanpa menyoroti hambatan teknis secara mendalam.

Jika dibandingkan dengan penelitian Annisa et al. (2024) yang menitikberatkan pada implementasi QRIS di wilayah pedesaan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adopsi QRIS di lingkungan usaha masih menghadapi tantangan literasi digital yang hampir serupa. Meskipun lokasi dan karakter masyarakat berbeda, hambatan berupa keterbatasan pemahaman teknologi

masih menjadi faktor yang memengaruhi optimalisasi penggunaan QRIS. Hal ini menegaskan bahwa keberhasilan QRIS tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan teknologi, tetapi juga oleh kesiapan sumber daya manusia sebagai penggunanya.

Dalam konteks ekonomi digital yang lebih luas, hasil penelitian ini juga relevan dengan temuan Wulandari dan Ibrahim (2023) yang menyoroti pentingnya aspek etika dan kepercayaan dalam sistem keuangan digital. Kepercayaan konsumen terhadap keamanan transaksi QRIS menjadi penentu utama keberlanjutan penggunaannya dalam aktivitas ekonomi sehari-hari. Selain itu, perkembangan pembayaran digital juga tidak dapat dilepaskan dari strategi pemasaran digital, sebagaimana dikemukakan oleh Wulandari, Mawaddah, dan Purba (2025) bahwa optimalisasi media digital berperan penting dalam mendorong performa bisnis. Dengan demikian, QRIS tidak berdiri sendiri sebagai sistem pembayaran, melainkan menjadi bagian dari ekosistem digital yang lebih luas.

Pembahasan ini menunjukkan bahwa hasil penelitian mendukung sebagian besar temuan penelitian sebelumnya, khususnya terkait kemudahan, efisiensi, dan dampak QRIS terhadap perilaku transaksi. Namun, penelitian ini juga memperkaya kajian dengan menampilkan variasi adaptasi konsumen dan pelaku usaha, penguatan fungsi QRIS sebagai strategi bisnis, serta tantangan teknis yang masih dihadapi dalam penerapan di lapangan. Dengan demikian, hasil penelitian ini tidak hanya mempertegas temuan-temuan terdahulu, tetapi juga memberikan perspektif tambahan mengenai dinamika penggunaan QRIS dalam aktivitas usaha dan interaksi ekonomi di tingkat masyarakat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa penggunaan QRIS telah memberikan perubahan yang signifikan terhadap perilaku konsumen dan pola aktivitas pelaku usaha di era ekonomi digital. Konsumen pada umumnya memiliki persepsi yang positif terhadap QRIS karena dinilai praktis, cepat, dan aman dalam menunjang transaksi sehari-hari. Kemudahan tersebut mendorong meningkatnya minat masyarakat dalam menggunakan pembayaran non tunai sebagai alternatif transaksi konvensional berbasis uang tunai. QRIS juga dipandang sebagai simbol modernisasi dalam bertransaksi yang semakin sesuai dengan gaya hidup masyarakat saat ini.

Penggunaan QRIS juga terbukti membawa perubahan nyata terhadap perilaku transaksi konsumen. Konsumen menjadi lebih fleksibel dalam melakukan pembayaran, lebih sering bertransaksi, dan tidak lagi bergantung pada ketersediaan uang tunai. Perubahan ini menunjukkan adanya pergeseran budaya transaksi dari sistem tradisional menuju sistem digital. Namun demikian, perubahan perilaku tersebut tidak berlangsung secara merata pada seluruh kelompok masyarakat, karena masih terdapat konsumen yang menghadapi keterbatasan dalam penguasaan teknologi dan akses jaringan.

Dari sisi pelaku usaha, QRIS tidak hanya dimanfaatkan sebagai alat pembayaran semata, tetapi juga sebagai bagian dari strategi adaptasi dalam menghadapi persaingan di era digital. Pelaku usaha menilai bahwa penggunaan QRIS dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, mempercepat proses transaksi, serta memberi citra usaha yang lebih modern dan profesional. Selain itu, penggunaan QRIS juga membantu pelaku usaha dalam pencatatan keuangan yang lebih tertib dan transparan. Meskipun demikian, masih terdapat tantangan berupa ketergantungan pada jaringan internet, biaya administrasi tertentu, serta kewajiban melayani sistem pembayaran ganda antara tunai dan non tunai.

Secara keseluruhan, penggunaan QRIS memberikan dampak positif terhadap aktivitas usaha dan interaksi ekonomi masyarakat, terutama dalam meningkatkan efisiensi transaksi dan memperkuat integrasi ekonomi berbasis digital. Interaksi antara konsumen dan pelaku usaha menjadi lebih cepat, praktis, dan minim hambatan. Dengan demikian, QRIS dapat dipandang sebagai salah satu instrumen penting dalam mendukung transformasi ekonomi digital di tingkat masyarakat.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, disarankan agar pemerintah, lembaga perbankan, dan penyedia layanan pembayaran digital semakin meningkatkan sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat terkait penggunaan QRIS, khususnya bagi kelompok masyarakat yang masih memiliki

keterbatasan literasi digital. Pelaku usaha juga diharapkan terus meningkatkan kemampuan dalam mengelola transaksi digital agar penggunaan QRIS dapat dioptimalkan secara maksimal. Selain itu, diperlukan dukungan infrastruktur jaringan yang lebih stabil agar transaksi berbasis QRIS dapat berjalan secara lancar dan berkelanjutan. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengkaji penggunaan QRIS dari aspek yang lebih spesifik, seperti dampaknya terhadap loyalitas konsumen, peningkatan pendapatan secara kuantitatif, atau integrasinya dengan platform digital lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Afianto, R. A. (2025). Analisis kepercayaan dan niat perilaku konsumen dalam penggunaan QRIS pada era ekonomi digital. *Inisiatif: Jurnal Ilmiah*
- Alifia, N. (2024). Analisis penggunaan QRIS terhadap peningkatan pendapatan UMKM. *EMABIS (Jurnal Ekonomi dan Bisnis)*, Universitas Malikussaleh.
- Annisa, N. N., et al. (2024). Implementasi QRIS metode pembayaran digital di Desa Rancabungur. *Praxis: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*.
- Ekaputra, P. S. (2024). Adopsi teknologi pembayaran digital QRIS di kalangan UMKM di Labuan Bajo: Tantangan dan peluang. *Jurnal Javok (Politeknik Kelautan dan Perikanan)*.
- Kusnandar, D. L. (2024). Efisiensi pembayaran digital melalui QRIS pada UMKM: Studi kasus Medan. *Valid: Jurnal Manajemen dan Bisnis, STIE AMM*.
- Mawaddah, Wulandari, P., Panjaitan, A., & Dwianita. (2025). The effectiveness of marketing communication in digital business: A case study of marketing on TikTok Live. *Jurnal Ilmu Komunikasi (JKMS)*. 14(1), 91-102
- Santika, A., Aliyani, R., & Mintarsih, R. (2022). Persepsi dan intensi pelaku UMKM terhadap penggunaan QRIS sebagai sistem pembayaran digital di Kota Tasikmalaya. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis dan Keuangan*, 2(4), 61-70.
- Setiawan, I. W. A., & Mahyuni, L. P. (2020). QRIS di mata UMKM: Eksplorasi persepsi dan intensi UMKM menggunakan QRIS. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 9(10), 921-946.
- Sherlyani, G. F. A. (2023). Implementasi transaksi pembayaran cashless dengan QRIS: Studi pada nasabah Bank BCA. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam (JEBISKU)*.
- Sihaloho, J. E., Ramadhani, A., & Rahmayanti, S. (2020). Implementasi sistem pembayaran Quick Response Indonesia Standard bagi perkembangan UMKM di Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(2).
- Utami, N. (2025). Adopsi pembayaran digital melalui QRIS dan dampaknya terhadap kinerja finansial pelaku UMKM. *Transaksi: Jurnal Manajemen dan Bisnis (Universitas Atma Jaya)*.
- Wulandari, P., & Ibrahim, M. (2023). Fintech lending business ethics in Indonesia: A case study of Shopee Pinjam (SPinjam). *InFestasi*, 19(1), 13-21.
- Wulandari, P., Mawaddah, & Purba, A. R. H. K. (2025). Post-acquisition TikTok and Tokopedia: Optimization marketing media to enhance digital business performance. *PSSJ: Privietlab Social Sciences Journal*. 5(6), 1-13