

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era digital yang terus berlangsung, inovasi berkembang dengan sangat pesat, yang dimana masyarakat semakin bergantung pada teknologi. Salah satu bidang yang terdampak ialah dunia usaha, yang kini semakin bergeser menuju sistem berbasis digital. Berbagai inovasi teknologi pun terus bermunculan, termasuk dalam hal pembayaran digital yang pertumbuhannya semakin pesat. Kehidupan ini terlihat dari peningkatan transaksi digital yang terus naik dan menunjukkan betapa besar minat masyarakat pada pembayaran digital. Aspek penting yang akan memengaruhi adalah penerapan *Internet of Things (IoT)*, di mana pemanfaatan internet dalam operasional bisnis menjadi semakin krusial. Oleh karena itu, berbagai jenis usaha mikro perlu beradaptasi dengan perkembangan zaman, termasuk mulai memanfaatkan internet untuk kegiatan operasional usaha.

Peningkatan nilai transaksi melalui sistem pembayaran digital menunjukkan bahwa masyarakat kini lebih memilih untuk menerapkan transaksi yang praktis dan cepat dengan memanfaatkan internet serta berbagai aplikasi yang penyedia layanan pembayaran. Menurut Maysari (2023) Sistem pembayaran digital termasuk dalam kategori pembayaran non – tunai yang menekankan pada aspek efisiensi dan kehematan, dimana prosesnya sangat bergantung pada teknologi dan jaringan internet. Sementara itu, penggunaan pembayaran digital tidak hanya memudahkan penggunaanya dalam melakukan transaksi, tetapi juga membantu dalam proses pencatatan dan riwayat transaksi secara lebih rapi dan tersusun.

Pembayaran digital mulai dikenal luas dan mengalami peningkatan dan penggunaan sejak pertengahan tahun 2010 (Chyntia, 2024). Peningkatan ini tidak hanya disebabkan oleh tren belanja daring di *e-commerce* yang semakin populer, tetapi juga karena kemajuan teknologi pada perangkat seluler serta berkembangnya industri *fintech* di Indonesia. Melihat perubahan tersebut, pada tahun 2013, pemerintah bersama Bank Indonesia mulai menggendong gerakan *cashless society* atau interaksi tanpa uang tunai sebagai upaya membangun kebiasaan masyarakat

untuk beralih dari sistem pembayaran konvensional ke sistem digital yang lebih efisien, praktis dan aman. Sejak era *financial technology (fintech)* dimulai pada tahun 2017, proses jual beli menjadi jauh lebih mudah dan praktis

Pembayaran digital dianggap lebih praktis karena bisa dilakukan dimana saja dan kapanpun selama terhubung dengan internet, sehingga konsumen dapat memenuhi kebutuhan mereka tanpa dibatasi oleh waktu. Transaksi dapat dilakukan dimana saja dengan menggunakan perangkat digital. Data menunjukkan bahwa transaksi perbankan digital di Indonesia meningkat hingga 158% dalam lima tahun terakhir, dengan nilai mencapai triliunan rupiah (Chyntia, 2024). Tren ini sejalan dengan perkembangan yang ada di global, dimana masyarakat semakin nyaman menggunakan sistem pembayaran digital karena menawarkan kemudahan, keamanan, dan berbagai keuntungan saat berbelanja atau saat bertransaksi di tempat umum.

Pandemi Covid-19 pada tahun 2020 memengaruhi hampir seluruh negara, termasuk Indonesia, sehingga masyarakat semakin terbiasa menggunakan teknologi dalam berbagai aktivitas, seperti belanja, pendidikan, dan pekerjaan, yang banyak beralih ke daring. Kondisi ini mendorong popularitas dompet digital dan sistem pembayaran non-tunai karena dianggap praktis, aman, dan efisien, sehingga mempercepat adopsi pembayaran digital di berbagai lapisan masyarakat (Chyntia, 2024). Selain itu, sistem pembayaran non-tunai menawarkan keuntungan ekonomis, seperti biaya transaksi lebih rendah, proses lebih cepat, dan kemudahan tanpa membawa uang tunai, membuat transaksi lebih efektif dan nyaman. Dalam tren ini (Firmansyah dan Dacholfany, 2018) menunjukkan bahwa masyarakat mulai mengintegrasikan teknologi dalam kehidupan sehari-hari, mendorong pertumbuhan dan penerimaan sistem pembayaran digital secara berkelanjutan.

Di tengah meningkatnya penggunaan transaksi non-tunai, masih ada sebagian masyarakat yang mengalami kendala dalam memanfaatkannya. Beberapa masalah yang muncul antara lain kurangnya pengetahuan dalam mengoperasikan sistem pembayaran digital, keterbatasan akses di wilayah pedesaan atau daerah yang jauh dari kota, terbatasnya fasilitas pendukung transaksi digital, serta risiko kejahatan siber dan penipuan. Program Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) yang digagas oleh Pemerintah Indonesia sejak 2014 bisa menghadapi tantangan apabila

hambatan-hambatan tersebut masih terjadi (Nurohman., (2022). Pada dasarnya, keberhasilan transaksi non-tunai bergantung pada kemudahan penggunaan dan manfaat langsung yang dirasakan masyarakat.

Namun, penggunaan digital payment tetap memerlukan sikap hati-hati dan kewaspadaan dari para penggunanya karena masih terdapat berbagai risiko akibat kurangnya pemahaman dalam penggunaan sistem pembayaran digital, seperti kemungkinan terjadinya kesalahan transaksi yang menyebabkan saldo terpotong lebih besar dari nilai transaksi sebenarnya. Selain itu, sistem pembayaran digital seperti QRIS juga memiliki risiko lain seperti penipuan digital, penyalahgunaan kode QR palsu, hingga potensi akun pembayaran yang dapat diblokir apabila terdeteksi aktivitas mencurigakan. Ancaman keamanan seperti peretasan (hacking) dan kebocoran data juga menjadi tantangan dalam penggunaan pembayaran digital, sehingga pemahaman dan kewaspadaan pengguna sangat diperlukan agar transaksi dapat dilakukan dengan aman.

Dapat dikatakan bahwa saat ini digitalisasi berdampak untuk pelaku usaha yang menjadi langkah strategis untuk menjawab tantangan di era digital saat ini (Firdausya dan Ompusunggu, 2023). Proses ini mengacu pada pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dalam berbagai aspek operasional usaha, mulai dari produksi, pemasaran, manajemen keuangan, hingga administrasi. Dalam penerapannya, digitalisasi dapat diwujudkan melalui penggunaan berbagai platform digital, seperti media sosial, website, aplikasi *mobile*, *e-commerce*, dan juga sistem pembayaran digital. Salah satu contoh bentuk digital payment yang relevan adalah penggunaan QRIS, yang memudahkan transaksi secara non – tunai dan efisien.

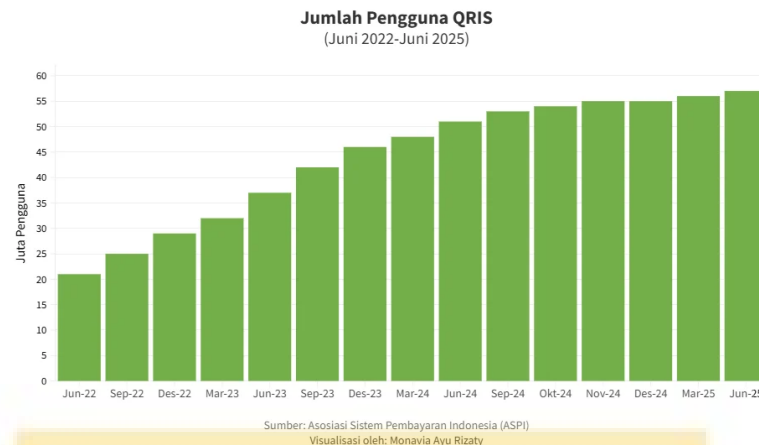
Menurut penelitian Susilowati (2022), UMKM dalam perekonomian Indonesia merupakan kelompok usaha yang terbukti tahan terhadap berbagai macam guncangan dan krisis ekonomi. Keberadaan UMKM sangat bermanfaat dalam mendistribusikan pendapatan masyarakat dan menjadi pilar penting dalam perekonomian Indonesia. Data dari Kementerian Koperasi dan UKM jumlah UMKM saat ini mencapai 66 juta dengan kontribusi PDB 61,07%. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian saat ini mampu menyerap 97% dari total tenaga

kerja yang ada dan mampu mneghimpun sampai 60,4% dari total investasi. UMKM mampu menyerap tenaga kerja dan dapat mengurangi pengangguran.

Pembayaran digital penting bagi UMKM di Indonesia, mempermudah transaksi secara cepat dan praktis, terutama melalui ponsel pintar yang mudah diakses. (Chyntia, 2024) menjelaskan layanan ini disediakan oleh perusahaan fintech yang tidak hanya memudahkan transaksi, tetapi juga meningkatkan efisiensi, memperluas pasar, serta membantu UMKM lebih siap bersaing di era digital, sehingga UMKM lebih profesional dan dipercaya masyarakat. Seiring meningkatnya penggunaan pembayaran digital, hadir inovasi baru yang lebih terstandar, yaitu *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*, yang menyatukan berbagai layanan pembayaran berbasis kode QR ke dalam satu standar nasional, mempermudah pencatatan, meningkatkan efisiensi, serta membuat transaksi lebih praktis dan nyaman bagi pengguna dan pedagang.

Saat ini, banyak pelaku usaha mulai beralih ke pembayaran digital agar bisnis mereka tetap berjalan lancar. Berdasarkan data dari Bank Indonesia terdapat 40 perusahaan yang telah meluncurkan uang elektronik berbasis server. Dalam penelitian oleh (Husna, 2025) hal ini menunjukkan bahwa penggunaan *e-wallet* di kalangan konsumen semakin meningkat, sementara banyak pedagang pun sudah menyiapkan *QR Code* untuk mendukung sistem pembayaran digital berbasis server, termasuk penggunaan *e-wallet*. Tren ini menggambarkan bagaimana digitalisasi pembayaran semakin diterima luas oleh masyarakat dan menjadi bagian penting dalam operasional usaha sehari-hari.

Setiawan dan Muzdalifah, (2025) menegaskan hasil yang tertera pada laporan di CNBC Indonesia, Gubernur Bank Indonesia, Perry Warjiyo, menyampaikan bahwa penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* mengalami pertumbuhan yang begitu naik yakni mencapai 226,54% dalam satu tahun terakhir di tahun. Saat ini, QRIS telah digunakan sekitar 50,5 juta konsumen dan 32,7 juta *merchant* di seluruh Indonesia, menunjukkan adopsi yang semakin luas di kalangan masyarakat dan pelaku usaha. Meskipun transaksi melalui QRIS terus meningkat, pola penggunaan kartu ATM/D menurun, sedangkan transaksi menggunakan kartu kredit naik.



Gambar 1. 1 Pengguna QRIS

Digital payment saat ini sudah banyak dipergunakan oleh pedagang – pedagang, termasuk pedagang kaki lima. Salah satu tempat yang tepat untuk diteliti pada pedagang kaki lima ialah wilayah Kemang Selatan, sebab banyak pedagang – pedagang disana yang sudah memakai transaksi digital pada usahanya, sebagian pedagang yang belum terkonfirmasi mulai mencoba metode pembayaran digital ini untuk mempermudah transaksi. Salah satu jenis digital payment yang paling sering digunakan adalah *QR Code* (QRIS). QRIS merupakan standar pembayaran dengan kode QR yang dibuat oleh Bank Indonesia dan ASPI untuk mempermudah transaksi. Dengan QRIS, proses pembayaran jadi lebih mudah, cepat, dan konsisten dalam penggunaannya.

QRIS resmi diperkenalkan pada 17 Agustus 2019 sebagai sistem pembayaran digital yang menghubungkan pelaku usaha (*merchant*) dengan konsumen melalui kode QR. Peluncuran QRIS juga sejalan dengan tema Hari Kemerdekaan RI ke-74, yaitu "Unggul dan Maju" (Chyntia, 2024). yang mendukung terwujudnya gerakan masyarakat tanpa uang tunai (*cashless society*). Kehadiran QRIS diharapkan dapat meningkatkan efisiensi transaksi, memperluas inklusi keuangan, serta mendorong pelaku para usaha untuk beradaptasi dengan teknologi digital demi kemajuan usaha mereka. Dengan adanya QRIS ini, UMKM perlu untuk memahami dan mengadopsi QRIS agar transaksi sesuai dengan regulasi, sekaligus mendukung digitalisasi sistem pembayaran Indonesia.

Dari pandangan UMKM, QRIS dipandang sebagai alat pembayaran yang praktis dan menguntungkan saja. Namun selain itu, QRIS merupakan alat alternatif

dari pembayaran tunai, QRIS dinilai lebih higienis karena mengurangi kontak langsung, mudah digunakan, dan mempermudah proses segala transaksi. Dengan hanya menempatkan kode QR di depan kasir, pedagang dapat mencatat transaksi secara digital, memudahkan pencatatan penjualan, dan memanfaatkan sistem pembayaran modern yang sederhana namun efisien di Indonesia (Annisa, 2024).

Pada QRIS sendiri mendukung dua model penggunaan kode QR, yaitu *Merchant Presented Mode (MPM)*, metode dimana penjual menampilkan kode QR, lalu pembeli memindainya menggunakan aplikasi pembayaran di ponsel mereka. Dan *Customer Presented Mode (CPM)*, metode dimana pembeli menunjukkan kode QR dari aplikasi pembayaran mereka, lalu penjual memindainya menggunakan alat pemindai. Kedua metode ini membuat transaksi jadi lebih fleksibel dan bisa disesuaikan dengan kebutuhan, baik untuk usaha kecil maupun toko yang sudah lebih modern. Dengan begitu QRIS bisa digunakan oleh siapa saja dan dimana saja (Chyntia, 2024).

Penggunaan QRIS membuat transaksi antara penjual (*merchant*) dan pembeli menjadi lebih praktis dan efisien. Hal ini karena QRIS menyatukan berbagai kode QR dari beragam penyedia layanan pembayaran, baik dari bank maupun non-bank, serta aplikasi pembayaran digital lainnya. Dengan begitu, penjual cukup menyediakan satu kode QR yang bisa digunakan untuk menerima pembayaran dari berbagai aplikasi, tanpa perlu memiliki banyak QR code yang berbeda. QRIS sangat cocok digunakan oleh UMKM karena mendukung kemudahan akses, mempercepat pelayanan kepada pelanggan, dan mendorong mereka untuk ikut serta dalam ekosistem digital yang semakin berkembang.

Pentingnya edukasi berkelanjutan terlihat dari masih rendahnya literasi digital pelaku UMKM, termasuk pedagang kaki lima, yang membuat mereka ragu menggunakan QRIS karena belum memahami manfaat dan cara pengoperasiannya. Untuk itu, sosialisasi yang jelas dan mudah dipahami sangat dibutuhkan, terutama melalui kerja sama pemerintah, lembaga keuangan, dan sektor swasta. Upaya pengenalan QRIS umumnya dilakukan melalui sosialisasi langsung oleh agen bank, mitra dompet digital, serta program pemerintah daerah yang menysasar UMKM di lokasi strategis seperti pasar tradisional dan area publik yang ramai, sehingga dapat

meningkatkan pemahaman dan kepercayaan pedagang terhadap sistem pembayaran digital tersebut.

Selain itu dengan melalui pendekatan langsung, informasi mengenai penggunaan QRIS juga disebar luaskan melalui media sosial. Dalam beberapa kesempatan Pemerintah UKM mengadakan kegiatan pengabdian “*Go Digital*”, dimana untuk memperluas pemanfaatan transaksi digital. Adanya kegiatan ini, (Siregar, 2022) menjelaskan banyak pedagang UMKM kesulitan menghadapi tantangan bisnis karena belum bisa beradaptasi dengan cepat. Masalah utama biasanya karena para UMKM tidak cukup pengetahuan soal cara mengatur usaha, mengelola pendapatan, menjalankan bisnis dengan efektif. Akibatnya, banyak beberapa pedagang usaha susah bersaing.

Dalam konteks UMKM, salah satu bentuk usaha yang cukup banyak ditemui di lingkungan perkotaan adalah pedagang kaki lima. Pedagang kaki lima pada dasarnya merupakan bagian dari sektor usaha mikro yang termasuk dalam kategori UMKM. Usaha ini biasanya dijalankan secara mandiri dengan skala kecil serta menggunakan modal yang relatif terbatas, seperti berjualan makanan, minuman, maupun kebutuhan sehari-hari di ruang publik. Keberadaan pedagang kaki lima cukup mudah ditemui di berbagai kawasan perkotaan dan menjadi bagian dari aktivitas ekonomi masyarakat. Dalam perkembangannya, sebagian pedagang kaki lima juga mulai beradaptasi dengan perubahan teknologi, termasuk dalam penggunaan sistem pembayaran digital seperti QRIS untuk mempermudah transaksi dengan pelanggan.

Seiring waktu, banyak pedagang mulai menyadari bahwa penggunaan QRIS secara rutin membantu menciptakan catatan keuangan yang rapi dan menghindari resiko terjadinya uang palsu, sekaligus mendukung program pemerintah dalam mendorong pertumbuhan ekonomi digital (Paramitha dan Kusumaningtyas, 2020). Sebelum adanya sistem pembayaran non tunai, banyak pedagang yang mengalami kesulitan saat memberikan uang kembalian dalam jumlah besar maupun uang kecil. Kehadiran program QRIS ini sangat membantu membuat pedagang saat ini dalam mengadopsi untuk proses transaksi jadi lebih mudah dan aman, sekaligus membantu para pedagang dengan lebih efisien dalam

mencatat pendapatan serta mengetahui penjualan yang terjual setiap harinya.

Selain kemudahan pada pembayaran, pola komunikasi antara pedagang dan pembeli juga memiliki peran yang penting dalam mendukung penggunaan QRIS. Pedagang kaki lima biasanya menjelaskan cara penggunaan QRIS berlangsung kepada pelanggan agar proses transaksi berjalan dengan baik dan tidak ada kesalahan. (Paramitha dan Kusumaningtyas, 2020) menegaskan bentuk komunikasi yang biasa dilakukan tidak lain dengan percakapan langsung saat melakukan transaksi, dan penunjukan kode QR yang terpasang ditempat usaha, hingga konfirmasi masuk melalui notifikasi pembayaran digital. Cara berkomunikasi seperti ini membantu menciptakan interaksi yang baik meskipun transaksi dilakukan secara digital, hal ini supaya adanya rasa yang nyaman bagi pembeli saat proses transaksi.

Komunikasi menjadi bagian penting bagi pedagang dalam mengenalkan dan mempromosikan penggunaan QRIS kepada pelanggan. Dengan melakukan penyampaian yang sederhana, pedagang mampu menarik pelanggan untuk melakukan pembayaran non tunai pada pedagang kaki lima. Cara ini cukup efektif karena pembeli mengetahui bahwa pembayaran yang dilakukan cukup mudah saat ini. Dengan begitu, penggunaan QRIS bisa terus meningkat pada pedagang dan proses transaksi berjalan akan lebih memudahkan (Wulandari, 2025).

Fenomena pembayaran digital saat ini memperlihatkan adanya pergeseran kebutuhan konsumen yang semakin mengarah pada transaksi non-tunai, sehingga mendorong pedagang kaki lima untuk menyesuaikan diri. Namun, tidak semua pedagang siap mengikuti perubahan tersebut karena masih adanya keraguan mengenai biaya, keamanan, dan tingkat penggunaan QRIS oleh pelanggan. Kondisi ini menjadikan penelitian mengenai pengalaman dan pertimbangan pedagang kaki lima pada lokasi di Kemang Selatan dalam mengadopsi QRIS menjadi penting, agar dapat memahami bagaimana keputusan tersebut memengaruhi pola transaksi, cara berkomunikasi dengan pelanggan, serta keberlanjutan usaha mereka di lingkungan yang terus berkembang secara digital.

Dalam konteks penerapan QRIS pada pedagang kaki lima, urgensi penelitian ini tidak hanya terletak pada kemudahan penggunaan sistem pembayaran digital, tetapi pada bagaimana inovasi tersebut menyebar dan diterima oleh para

calon adopternya. Proses pengenalan QRIS menunjukkan bahwa tidak semua pedagang memiliki persepsi awal yang sama. Sebagian pedagang bersikap antusias karena melihat QRIS sebagai solusi atas masalah uang kembalian dan transaksi yang lambat, namun sebagian lainnya masih ragu akibat keterbatasan literasi digital, kekhawatiran terhadap keamanan saldo, hingga anggapan bahwa sistem digital lebih rumit dibandingkan pembayaran tunai. Perbedaan persepsi awal ini menjadikan kajian difusi inovasi penting karena keputusan untuk mengadopsi suatu inovasi sangat dipengaruhi oleh pemahaman awal dan keyakinan individu terhadap manfaat teknologi tersebut.

Adopsi QRIS pada pedagang kaki lima sangat dipengaruhi oleh cara informasi mengenai inovasi tersebut disebarkan dalam sistem sosial mereka. Di lingkungan pedagang kaki lima, komunikasi umumnya berlangsung melalui interaksi interpersonal, seperti obrolan antarpedagang, tekanan dari pelanggan, atau pengalaman yang diamati dari pedagang lain. Saluran komunikasi ini menjadi penentu diterima atau ditolaknya inovasi, terutama karena karakter sistem sosial pedagang kaki lima yang tidak selalu adaptif, di mana sebagian masih kolot dan nyaman dengan metode konvensional, sementara sebagian lainnya lebih terbuka terhadap perubahan. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk memahami bagaimana persepsi awal, pola komunikasi, dan karakter sistem sosial memengaruhi proses adopsi QRIS di lingkungan Kemang Selatan.

Wilayah Kemang Selatan dituju menjadi titik lokasi pada penelitian penulis, sebab kawasan ini dikenal sebagai salah satu aktivitas ekonomi di Jakarta Selatan, terutama dalam sektor usaha, seperti kuliner, sampai pedagang – pedagang kaki lima. Aktivitas perdagangan pada kawasan ini berlangsung cukup strategis dan dinamis, biasanya ramai dikunjungi oleh masyarakat, baik masyarakat lokal maupun pendatang, yang menjadikan Kemang Selatan salah satu kawasan potensi aktivitas pada ekonomi yang nyata. Lokasi ini juga termasuk strategis karena terhubung dengan berbagai area komersional di Jakarta Selatan, seperti sekitar jalan Kemang yang dikenal sebagai kawasan usaha yang berkembang pesat dan ramai dikunjungi oleh masyarakat (Hani, dkk. 2024). Kondisi tersebut mendorong munculnya pedagang kaki lima di sekitar area tersebut yang memanfaatkan tingginya mobilitas masyarakat sebagai peluang usaha (Ummah, 2022).

Selain itu, data menunjukkan bahwa Jakarta Selatan merupakan wilayah dengan tingkat penggunaan sistem pembayaran digital QRIS tertinggi di DKI Jakarta (Wardani, 2025). Jumlah pedagang yang menggunakan QRIS di wilayah DKI Jakarta mencapai sekitar 3,7 juta merchant, dimana Jakarta Selatan menjadi wilayah dengan penggunaan terbesar pada sektor kuliner dan pasar yaitu sekitar 1,9 juta merchant. Pada tahun 2023 jumlah pengguna QRIS di Jakarta Selatan tercatat sekitar 2.127.700 pengguna atau sekitar 45% dari total pengguna QRIS di Jakarta. Penggunaan QRIS di wilayah ini juga terus meningkat yang terlihat dari volume transaksi yang mencapai sekitar 676 juta transaksi pada periode Januari hingga Mei 2025. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pemanfaatan QRIS semakin berkembang dan banyak digunakan oleh pelaku usaha, termasuk UMKM, dalam kegiatan transaksi usaha di Jakarta Selatan. Salah satu kawasan yang mengalami pemanfaatan QRIS dalam kegiatan ekonomi masyarakat adalah wilayah Kemang, sehingga lokasi ini relevan untuk diteliti karena memiliki fenomena nyata terhadap penerapan QRIS pada pedagang kaki lima.

Dalam difusi inovasi pembayaran QRIS di wilayah Kemang Selatan, pengenalan penggunaan QRIS di kalangan pedagang kaki lima tidak terjadi secara langsung melalui lembaga. Informasi mengenai QRIS dapat diperoleh melalui interaksi antar pedagang yang berada dalam lingkungan yang sama, sebelum akhirnya pelaku usaha melakukan pendaftaran dengan pendampingan dari bank mitra. Bank Indonesia (BI) berperan dalam penyediaan sistem dan kebijakan QRIS, sementara bank mitra membantu proses teknis penerapan QRIS di tingkat pedagang. Sebagai pihak yang menerima inovasi langsung, pelaku usaha melalui tahapan proses inovasi mulai dari mengenal QRIS, menilai manfaatnya, memutuskan untuk menggunakan, hingga menerapkan penggunaannya dalam transaksi sehari-hari. (Aditya, 2022). Namun, tingkat penerimaan QRIS berbeda – beda, ada pedagang yang cepat menyesuaikan diri, sementara yang lain membutuhkan waktu lebih lama. Kecepatan ini juga dipengaruhi oleh faktor lingkungan dan tekanan dari konsumen. (Rusyidi dan Amiruddin, 2017).

Maka dari itu, penulis tertarik untuk meneliti ***“DIFUSI INOVASI PEMBAYARAN QRIS (QUICK RESPONSE CODE INDONESIAN STANDARD) PADA PEDAGANG KAKI LIMA DI KEMANG SELATAN”***

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana Difusi Inovasi Pembayaran QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) pada Pedagang Kaki Lima di Kemang Selatan.

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk menganalisis proses Difusi Inovasi Pembayaran QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) pada Pedagang Kaki Lima di Kemang Selatan.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat Teoritis

Penelitian ini memberikan kontribusi pada pengetahuan mengenai difusi inovasi pembayaran digital, khususnya QRIS, pada pedagang kaki lima. Hasil penelitian dapat menjadi dasar pemahaman tentang bagaimana difusi inovasi pembayaran QRIS memengaruhi kemudahan dalam transaksi dan pola komunikasi antara pedagang dan pelanggan, sehingga memperkaya kajian ilmu komunikasi dan manajemen usaha mikro.

Manfaat Praktis

Bagi pedagang kaki lima, penelitian ini memberikan gambaran nyata tentang penggunaan QRIS dalam aktivitas sehari-hari, baik dari sisi kemudahan transaksi maupun cara berinteraksi dengan pelanggan. Informasi ini membantu pedagang mengoptimalkan penggunaan sistem pembayaran digital, efisiensi, dan menarik minat pelanggan.

Manfaat Sosial

Penelitian ini memberi kontribusi bagi masyarakat luas, khususnya konsumen dan pelaku pedagang kaki lima, dengan meningkatkan kesadaran akan kemudahan dan keamanan transaksi digital. Selain itu, penelitian ini mendukung percepatan digitalisasi ekonomi lokal, membantu pelaku usaha kecil lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi, dan memperkuat interaksi sosial melalui metode pembayaran modern yang lebih praktis

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dan menyederhanakan penelitian dalam proposal ini, penulis menyusun sistematika penulisan penelitian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan bagaimana Difusi Inovasi Pembayaran QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) pada Pedagang Kaki Lima di Kemang Selatan. Selain itu, bab ini juga menguraikan rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memuat teori dan konsep-konsep yang relevan, serta kerangka pemikiran yang digunakan dalam penelitian. Penelitian terdahulu juga disertakan sebagai referensi untuk menilai kesamaan dan perbandingan antara penelitian ini dengan studi sebelumnya, yang menjadi acuan bagi peneliti atau penulis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi mengenai jenis pendekatan penelitian, metode yang digunakan, sumber informasi, teknik pengumpulan data, serta lokasi dan jadwal pelaksanaan penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini memaparkan hasil penelitian mengenai proses difusi inovasi pembayaran QRIS pada pedagang kaki lima di Kemang Selatan. Pembahasan difokuskan pada bagaimana pedagang pertama kali mengenal QRIS, proses penerimaan dan penggunaan QRIS dalam aktivitas berdagang sehari-hari, serta faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pedagang dalam mengadopsi QRIS. Data penelitian disajikan dalam bentuk kutipan wawancara dan temuan praktik transaksi yang berlangsung di lapangan.

BAB V KESIMPULAN

Bab ini menyajikan kesimpulan dan saran. Kesimpulan merangkum jawaban atas rumusan masalah yang telah dibahas pada bab sebelumnya. Poin-poin utama temuan penelitian secara rapi dan jelas.