

PENDAHULUAN

Semua informasi pada era globalisasi sekarang ini dapat diakses dengan cepat dan praktis. Dalam hal transaksi pembayaran kegiatan bisnis dipermudah dengan berbagai aplikasi yang ditawarkan. Salah satu aplikasi transaksi pembayaran dengan menggunakan QRIS singkatan dari Quick Response Code Indonesian Standard adalah standar kode QR yang dikembangkan oleh Bank Indonesia bersama Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia bertujuan untuk mengintegrasikan seluruh metode pembayaran non tunai di Indonesia. QRIS dapat digunakan pada semua ponsel cerdas dengan pemindai kode QR. Dengan QRIS, konsumen dapat menggunakan aplikasi uang elektronik berbasis server, dompet elektronik ataupun mobile banking yang memiliki fitur pembayaran menggunakan QR code dari berbagai Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) yaitu penyelenggara QRIS berizin Bank Indonesia. Dengan QRIS, proses transaksi menjadi lebih mudah, cepat dan terjaga keamanannya. Semua penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran yang akan menggunakan pembayaran QR Code Pembayaran wajib menerapkan QRIS. Di bawah ini adalah contoh gambar dari QRIS.

Seperti diketahui, saat ini, dengan QRIS, seluruh aplikasi pembayaran dari Penyelenggara manapun baik bank maupun non bank yang digunakan masyarakat, dapat digunakan di seluruh toko, pedagang, warung, parkir, tiket wisata, donasi (merchant) berlogo QRIS, meskipun penyedia QRIS di merchant berbeda dengan penyedia aplikasi yang digunakan masyarakat. Merchant hanya perlu membuka rekening atau akun pada salah satu penyelenggara QRIS yang sudah berizin dari BI. Selanjutnya, merchant dapat menerima pembayaran dari masyarakat dengan menggunakan QR dari aplikasi manapun penyelenggaranya. Di bawah ini adalah contoh gambar dari QRIS :

Gambar 1. Gambar dari QRIS



Sumber : Bank Indonesia, 2020

Surakarta atau Solo merupakan wilayah yang sejak tahun 2018 memperkenalkan transaksi digital atau pembayaran non tunai di pasar tradisionalnya. Kota Solo memiliki visi menjadi smart city dimana transaksi direncanakan bermigrasi ke pembayaran digital untuk memudahkan transaksi, menghindari peredaran uang palsu dan supaya semua transaksi di pasar terekam sehingga ada dokumentasinya. Dengan transaksi digital, pelanggan hanya perlu melakukan scan QR code menggunakan aplikasi m-banking atau fintech di ponsel untuk membayar. Di kota Surakarta, pemerintah daerah bekerjasama dengan bank BRI Surakarta meluncurkan aplikasi pembayaran digital QRIS untuk transaksi dagang di pasar dan pelaku UMKM, dimulai di Pasar Gede Surakarta. Secara nasional, implementasi QRIS dilakukan per 1 Januari 2020. QRIS pada dasarnya bisa mendukung semua sektor, seperti pertanian, pariwisata, manufaktur, dll. Dengan sistem QRIS, diharapkan transaksi jual beli lebih efisien, baik dari sisi ekonomi maupun perlindungan bagi konsumen.

Studi yang dilakukan oleh Farrah (2010) karakteristik pedagang Pasar Legi sebagai berikut: 1). mayoritas pedagang Pasar Legi adalah wanita, 2). umur pedagang rata-rata 46 tahun, 3). pendidikan terakhir pedagang mayoritas SD, 4). jumlah tanggungan keluarga rata-rata 4 orang, 5). lama usaha rata-rata 24,6 tahun, 6). modal berdagang sebagian besar < Rp. 2 juta. Penelitian ini diadakan 12 tahun yang lalu. Jika pedagang di pasar tersebut masih sama, maka kemungkinan rata-rata usia mereka berkisar 58 tahun. Usia ini berarti mereka tidak lagi muda dimana kemungkinan ada resistensi dalam melakukan adopsi terhadap transaksi digital. Lebih lanjut, pendidikan pedagang yang mayoritas SD menyebabkan mereka tidak mudah melakukan adopsi terhadap teknologi baru.

Masalah dan Persoalan Penelitian

Melihat kondisi di atas, penulis tertarik untuk meneliti bagaimana adopsi pembayaran dengan QRIS oleh pedagang di pasar Gede Kota Solo. Persoalan penelitian yang akan dijawab adalah sbb:

1. Bagaimana kesiapan pedagang pasar Gede Solo dalam adopsi QRIS ?
2. Apakah QRIS berpengaruh pada kinerja pedagang pasar Gede Solo ?

Tujuan dan Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan:

1. Untuk mengetahui kesiapan pedagang dalam adopsi (QRIS) pada pedagang pasar Gede Solo.
2. Untuk mengetahui apakah adopsi (QRIS) berpengaruh pada kinerja pedagang pasar Gede Solo

Manfaat Penelitian

1. Teoritis

Penelitian ini diharapkan memberi manfaat teoritis tentang model adopsi (QRIS) pada UMKM bidang usaha dagang.

2. Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi berbagai pihak yang memiliki kepentingan dalam pembinaan/ pengembangan UMKM termasuk UMKM di bidang perdagangan

KAJIAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS Quick Respond Indonesian Standard (QRIS)

Semakin maju suatu perekonomian, peran sistem pembayaran non-tunai semakin penting (Mulyati & Ascarya, 2003; Warjiyo, 2004). Pembayaran digital merupakan istilah dari pembayaran memanfaatkan jaringan internet dan dilakukan secara digital (Puspita, 2019). Agar bisa memahami cara kerja pembayaran digital, Deloitte (2018) menjelaskan Model Pembayaran Empat Pihak. Empat pihak yang menyusun model tersebut adalah : (1) Konsumen membeli barang; (2) Pedagang menjual barang; (3) Penerbit memberikan pembayaran atas nama konsumen; dan (4) Acquirer melakukan proses pembayaran atas nama pedagang. Pembayaran non-tunai, dikenal dengan beberapa metode pembayaran seperti pembayaran kartu, *mobile payment* atau dengan memanfaatkan gawai dan internet, sampai dengan pembayaran dengan kode QR (Deloitte, 2018).

Bank Indonesia (2019) menjelaskan kode QR sebagai sekumpulan kode yang berisi data/informasi seperti seller/user ID, nominal pembayaran, dan mata uang yang dapat dibaca oleh alat tertentu dalam transaksi pembayaran. Pembayaran kode QR adalah mekanisme transfer tanpa uang tunai yang hanya membutuhkan pemindaian kode QR (Sagayarani, 2017; Arianti et al., 2019). Kode QR saat ini memiliki banyak jenis tergantung penerbitnya yang dikhawatirkan memunculkan risiko fragmentasi sehingga Bank Indonesia bersama dengan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia mengembangkan *Quick Respond Indonesian Standard* (QRIS) sebagai proses standarisasi seluruh pembayaran non-tunai yang menggunakan kode QR.

Dengan adanya QRIS bisa meminimalisir potensi terjadinya pecahnya dalam industry sistem pembayaran melalui penpan standar interkoneksi dan interkoneksi dan interoperabilitas ekosistem pembayaran (Bank Indonesia, 2019). Seiring dengan perkembangannya, ada dua jenis atau mode pembayaran QR yaitu: (1) *Merchant Presented Mode* : Kode QR dibuat oleh penjual, sehingga konsumen bisa hanya dengan memindainya. Metode QR ini bisa statis atau dinamis. QR statis merupakan QR yang berupa stiker, sedangkan QR dinamis ialah QR yang dapat diubah yang biasanya dicetak melalui EDC atau ditampilkan oleh penjual melalui layar perangkat. (2) *Customer Presented Mode* : Kode QR akan ditunjukkan oleh konsumen saat penjual melakukan pemindaian. Dalam model ini, QR bersifat dinamis karena kode QR ini dibuat oleh konsumen.

Transaksi Digital

Sekarang ini semakin banyak pembayaran digital yang muncul dari berbagai macam aplikasi. Setiap aplikasi ini memiliki jumlah unduhan yang terhitung jutaan. Hal ini secara langsung menandakan bahwa penggunaan aplikasi pembayaran digital sangatlah tinggi di kalangan masyarakat. Terlebih akhir-akhir ini metode pembayaran digital banyak penggunanya terutama oleh para pelaku bisnis online yang jumlahnya semakin melambung tinggi juga. Selain itu, dengan penggunaannya yang juga mudah, maka banyak orang mulai beralih untuk menggunakan aplikasi layanan pembayaran digital ini.

Aspek bisnis sudah mulai berkembang dengan adanya teknologi yang masuk. Sebagai contoh, terciptanya e-commerce (electronic commerce) untuk mempermudah proses transaksi. Ecommerce sendiri memiliki arti proses transaksi antara pelaku bisnis menggunakan internet. Arti internet atau jaringan komputer yang berhubungan yang satu dengan yang lain pada skala besar. Fungsi internet bagi proses transaksi adalah sebagai sentral dari e-commerce. E-commerce juga memfasilitasi perdagangan di berbagai situs internet. Secara umum menurut Baum David, yang dikutip oleh Onno W. Purbo dan Aang Arif Wahyudi, e-commerce merupakan teknologi yang menghubungkan antar pelaku bisnis, konsumen dan komunitas yang melakukan perdagangan melalui media elektronik, jasa dan informasi yang dilakukan secara elektronik. Business-to-business, business-to-consumer dan consumer-to-consumer adalah proses nyata yang dilakukan dari e-commerce.

Transaksi digital meliputi banyak hal, salah satunya adalah penggunaan pembayaran secara digital ketika konsumen melakukan transaksi. Dengan perkataan lain penggunaan alat elektronik dalam pembayaran. Menurut Peraturan Bank Indonesia No.20/6/PBI/2018 tentang uang elektronik sebagai sarana pembayaran sebagai berikut :

- a. Penerbit harus disetorkan terlebih dahulu nilai uang yang akan di cetak.
- b. Secara elektronik nilai dari uang ditempatkan pada sebuah chip.
- c. Uang elektronik bukan merupakan simpanan bagi penerbit menurut undang – undang yang mengatur mengenai perbankan

Menurut Rivai (2001) alat bayar elektronik yang di dapat dengan cara menyetorkan sejumlah uang dulu kepada penerbit adalah uang elektronik, dengan

melalui agen penerbit, dan dengan mendebet di rekening bank, maka nilai uang tersebut akan masukan dalam media uang elektronik. Cara menggunakannya, saat melakukan transaksi pembayaran lalu mengurangi nilai uang pada media ulang elektronik. Sedangkan menurut Hidayati (2006:4) pengertian uang elektronik (e-money) mengacu pada definisi yang dikeluarkan oleh Bank for International Settlement mendefinisikan uang elektronik sebagai penyimpanan sejumlah uang tersimpan yang dimiliki oleh sebuah individu.

Kinerja Pedagang

Menurut Rivai (2005:14), kinerja adalah hasil atau tingkat keberhasilan seseorang/perusahaan secara keseluruhan selama periode tertentu di dalam melaksanakan tugas. Kinerja pedagang merupakan suatu tujuan usaha yaitu dapat memberikan kepuasan kepada pembeli dan masyarakat yang lain dalam pertukarannya untuk sejumlah laba atau perbandingan antara penghasilan dan biaya menguntungkan (Swastha & Irawan, 2003).

Kinerja sendiri bisa diartikan sebagai hasil kerja. Tetapi, kinerja sendiri mempunyai arti yang luas, bukan semata – semata sebagai hasil kerja, melainkan bagian pengerjaan langsung. Kinerja sendiri dari komponen kuat dalam tujuan organisasi, timbal balik dari konsumen juga dampak pada perekonomian (Amstrong dan Baron, 1998 : 15). Dengan kata lain, kinerja berkesinambungan terhadap pekerjaan tersebut, juga menyinggung tentang hal apa yang dikerjakan serta proses pengerjaannya (Wibisono, 2011:07). Jika dikaitkan dengan adopsi QRIS yang diterapkan ke pedagang pasar dapat disimpulkan indikator kinerja pedagang yaitu lebih cepat dalam melakukan transaksi, meningkatkan ketepatan dalam melakukan transaksi, meningkatkan penjualan, meningkatkan jumlah pelanggan, dan meningkatkan kemandirian dalam menjalankan lapak. Karena dengan menggunakan QRIS dapat menyelesaikan transaksi dengan mudah dan cepat (Solihah, 2023).

Pengembangan Hipotesis

Peneliti mempergunakan variabel adopsi dalam risetnya. (Ridho Herlambang, 2021) menyatakan bahwa manfaat sistem pembayaran memberi pengaruhnya terhadap minat dalam mempergunakan QRIS. Sedangkan menurut (Setiawan & Mahyuni, 2020) menyatakan bahwa penggunaan QRIS cenderung memberikan manfaat sebagai media pembayaran. Selanjutnya yang terakhir, berdasarkan jurnal yang ditulis oleh (Silalahi et al., 2022) variabel adopsi memberi manfaat memberikan dampak positif dan signifikan pada variabel keputusan memakai uang elektronik berbasis QRIS. Penggunaan QRIS memberikan banyak manfaat positif terhadap kinerja pedagang pasar. Pedagang pasar terbantu dengan adanya adopsi QRIS karena dapat lebih cepat menyelesaikan transaksi, juga mengurangi beredarnya uang palsu, selain itu penggunaan QRIS membantu pedagang dalam mengelolah keuangan secara aktual. Banyaknya manfaat tersebut dapat meningkatkan kinerja pedagang. Sehingga berdasarkan teori yang telah dikemukakan tersebut, maka dari itu peneliti memutuskan untuk menyimpulkan hipotesis sebagai berikut :

H1 : Adopsi QRIS Berpengaruh Terhadap Kinerja Pedagang Pasar



Gambar 2. Model penelitian

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui pengumpulan data berupa kuesioner dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Data penelitian menggunakan data primer, yaitu dengan cara mencari atau bertanya dari sumber secara langsung atau menggunakan kuesioner.

Populasi dan Sampel

Populasi disini adalah pedagang pasar yang berada pasar Gede Solo, dan sudah menggunakan layanan transaksi digital. Sampel penelitian ini sebanyak 100 pedagang diambil secara *quota sampling*, dengan kriteria sbb:

1. Pedagang yang sudah menggunakan layanan transaksi digital.
2. Yang sudah berdagang minimal 1 tahun di pasar Gede Solo.
3. Yang bersedia untuk diwawancarai secara intens.

Model Penelitian

Penelitian ini menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data dari para responden yang berada di pasar Gede Solo. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara pedagang menggunakan panduan kuesioner (terlampir).

Alat Analisis

Analisis Deskripsi Responden

Deskripsi responden mengungkapkan beberapa karakteristik seperti jenis kelamin, pendidikan terakhir, penghasilan per hari, dll.

Analisis Deskriptif Statistik

Analisis deskriptif menggunakan mean, deviasi standar, varians, dll. Tujuan dari analisis deskriptif ini adalah mengetahui gambaran atau penyebaran data sample.

Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari suatu variabel terhadap variabel lainnya. Analisis regresi suatu variabel yang mempengaruhi disebut variabel bebas atau independent variable, sedangkan variabel yang dipengaruhi disebut variabel terikat atau dependent variable.

Analisis regresi linier sederhana adalah hubungan secara linear antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis regresi sederhana dapat digunakan untuk mengetahui kemana arah dari hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat, apakah memiliki hubungan positif atau negatif serta untuk mencari tahu nilai dari variabel terikat apabila nilai variabel bebas mengalami kenaikan ataupun penurunan.

Rumus regresi linear sederhana sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen (variabel terikat)

X = Variable independent (variabel bebas)

a = Konstanta (nilai dari Y apabila X = 0)

b = Koefisien regresi (pengaruh positif atau negatif)

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Proses Pengumpulan Data

Data penelitian dikumpulkan dengan cara menemui langsung responden para pedagang pasar dari Pasar Gede Solo dan memberikan kuesioner untuk diisi. Pengumpulan data secara langsung dengan menemui responden dan meningkatkan *respon rate* responden. Pengumpulan dilakukan dalam 5 waktu berbeda yaitu pada hari Senin tanggal 4 Juli 2022 wawancara 22 responden, Rabu tanggal 20 Juli 2022 mewawancarai 19 responden, Selasa tanggal 2 Agustus 2022 mewawancarai 25 responden, Kamis tanggal 25 Agustus 2022 mewawancarai 14 responden, dan Rabu tanggal 21 September 2022 mewawancarai 20 responden.

Pengambilan sampel dengan menggunakan teknik *Quota Sample*, yakni pengambilan sampel berdasarkan pada jumlah yang sudah ditentukan. Penentuan responden berdasarkan pada subjek yang mudah ditemui dengan jumlah sampel sebanyak responden.

Hasil Penelitian

Deskripsi Responden

Gambaran karakteristik responden sebagai berikut :

Tabel 1. Profil Responden

| Variabel | Keterangan | Frekuensi | Presentase |
|---------------|------------|-----------|------------|
| Jenis Kelamin | L | 46 | 46% |
| | P | 54 | 54% |
| Pendidikan | SD | 15 | 15% |
| | SLTP | 41 | 41% |
| | SLTA | 31 | 31% |
| | S1 | 13 | 13% |

Sumber : Data Survey 2022

Jenis kelamin lebih dari separo pedagang adalah perempuan (54%) sisanya (46%) laki-laki. Namun sebenarnya perbandingan antara pedagang perempuan dan laki-laki yang berjualan di Pasar Gede Solo hampir seimbang.

Untuk pendidikan pedagang tersebar di berbagai jenjang dari SD, SLTP, SLTA, dan S1. Persentase terbesar berpendidikan SLTP sebanyak (41%).

Sementara itu yang berpendidikan S1 berjumlah 13 orang (13%). Mayoritas pedagang pasar memiliki pendidikan terakhir SLTP, dikarenakan kendala biaya untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi.

Sayangnya peneliti tidak menanyakan tentang umur responden. Namun dari pengamatan peneliti sebagian besar dari responden sudah berusia di atas 50 tahun. Namun, peneliti mengamati pedagang yang kurang memanfaatkan QRIS dari faktor usia pedagang banyak yang sudah berusia kurang lebih 50 tahun, jadi kemauan untuk mempelajari hal baru, khususnya teknologi sangat sedikit ada yang berminat.

Tabel 2. Profil Usaha Responden

| Variabel | Keterangan | Frekuensi | Presentase |
|-------------------|---|-----------|------------|
| Lama Usaha | 1 - 5 th | 3 | 3% |
| | 6 - 10 th | 26 | 26% |
| | 11 - 15 th | 49 | 49% |
| | > 15 th | 22 | 22% |
| Jumlah Karyawan | 1 - 3 Orang | 72 | 73% |
| | 4 - 6 Orang | 28 | 28% |
| | 7 - 9 Orang | 0 | 0% |
| | > 9 Orang | 0 | 0% |
| Omset Per Hari | < Rp 50.000 | 0 | 0% |
| | Rp 50.000 - Rp. 150.000 | 0 | 0% |
| | Rp 150.000 - Rp. 250.000 | 3 | 3% |
| | Rp 250.000 - Rp. 500.000 | 35 | 35% |
| | > Rp. 500.000 | 62 | 62% |
| Melakukan promosi | Ya | 99 | 99% |
| | Tidak | 1 | 1% |
| Asal Konsumen | Warga sekitar wilayah pasar gede | 16 | 16% |
| | Warga kota Solo | 25 | 25% |
| | Warga kota Solo dan warga dari luar kota Solo | 59 | 59% |

Sumber : Data Survey

Untuk umur usaha, sebagian besar (71%) sudah menjalankan usaha mereka > 10 th. Sebanyak 49% umur usahanya antara 11 – 15 tahun, sebanyak 22% memiliki usaha yang lebih dari 15 tahun.

Pedagang Pasar Gede sendiri juga tidak sedikit yang mempunyai pegawai untuk menjaga kios atau lapak mereka dikarenakan aktivitas penjualan yang tinggi membuat para pedagang pasar harus mempekerjakan orang untuk menjaga usaha agar tidak terlalu repot. Untuk kios atau lapak kebanyakan (72%) mempunyai pegawai antara 1 – 3 orang, sedangkan lapak yang mempunyai pegawai 4 - 6 orang ada 28 responden (28%).

Omset para pedagang pasar di Pasar Gede Solo juga terbilang besar. Untuk pedagang yang memiliki omset perhari Rp. 150.000 sampai Rp. 250.000 berjumlah 3 orang (3%), memiliki omset perhari Rp. 250.000 sampai Rp. 500.000 berjumlah 35 orang (35%), dan untuk pedagang yang memiliki omset perhari lebih dari Rp. 500.000 berjumlah 62 orang (62%). Dari data kebanyakan pedagang memiliki omset perhari lebih dari Rp. 500.000, hal ini dikarenakan Pasar Gede Solo sendiri adalah pemasok pertama untuk berbagai sektor usaha, seperti bahan pangan dan juga sandang.

Melakukan promosi merupakan salah satu cara agar bisa meningkatkan penjualan, begitu juga di lingkup pasar pun juga tidak menuntut kemungkinan. Pedagang Pasar yang melakukan promosi untuk mengembangkan usahanya ada 99 orang (99%), sedangkan yang belum melakukan promosi untuk mengembangkan usahanya ada 1 orang (99%). Dengan peluang mengenalkan usaha melalui promosi, tidak dipungkiri banyak pedagang pasar yang memanfaatkan cara itu.

Pasar Gede merupakan salah satu pusat atau bisa dibilang distributor awal untuk pasar – pasar di Solo dan sekitarnya, hal itu juga didukung kuat dengan data yang sudah dikumpulkan. Untuk konsumen yang berasal dari wilayah sekitar Pasar Gede ada 16%, sedangkan konsumen yang berasal dari kota Solo ada 25%, dan konsumen yang dari luar kota Solo ada 59%. Bisa dilihat dari data yang tertera konsumen yang paling banyak adalah konsumen dari luar kota Solo.

Tabel 3. Adopsi ICT

| Variabel | Keterangan | Frekuensi | Presentase |
|--|---------------------------------------|-----------|------------|
| Perangkat Elektronik Yang Dimiliki Usaha | Handphone Tanpa Jaringan | 1 | 1% |
| | Smartphone | 99 | 99% |
| | Komputer(PC)/ Laptop | 0 | 0% |
| Jumlah Smartphone Yang Dipakai | Satu (1) unit | 42 | 42% |
| | Dua (2) unit | 56 | 56% |
| | Tiga (3) unit | 2 | 2% |
| | (>3) | 0 | 0% |
| Cara menjual dagangan | Semuanya offline (di tempat usaha) | 34 | 34% |
| | Sebagian kecil online | 66 | 66% |
| | Sebagian besar online | 0 | 0% |
| | Semua online | 0 | 0% |
| Penjualan Online | Sosial media (Wa/Instagram/FB/Tiktok) | 100 | 100% |
| | Website | 0 | 0% |
| Catatan Keuangan | Ya | 100 | 100% |
| | Tidak | 0 | 0% |
| Menggunakan aplikasi untuk pencatatan keuangan | Ya | 29 | 29% |
| | Tidak | 71 | 71% |
| Jenis Aplikasi yang dipakai untuk pencatatan keuangan | Microsoft Excel | 6 | 6% |
| | Moka | 0 | 0% |
| | BukuKas | 2 | 2% |
| | Lainnya ...(Buku Tulis) | 92 | 92% |
| Berapa Persen Yang Melakukan Pembayaran Menggunakan QRIS | 0 – 20% | 100 | 100% |
| | 21 – 40% | 0 | 0% |
| | 41 – 60% | 0 | 0% |
| | 61 – 80% | 0 | 0% |
| | 81% - 100% | 0 | 0% |

| | | | |
|-------------------------|-------------------------------------|----|-----|
| Mulai Menggunakan QRIS | < 1 Bulan | 0 | 0% |
| | 1 – 6 Bulan | 67 | 67% |
| | > 6 – 12 Bulan | 19 | 19% |
| | > 12 Bulan | 14 | 14% |
| Dampak Menggunakan QRIS | Penjualan naik | 10 | 10% |
| | Kerugian karena salah hitung turun | 53 | 53% |
| | Menyelesaikan transaksi lebih cepat | 37 | 37% |
| Alasan Menggunakan QRIS | Transaksi lebih cepat dan mudah | 44 | 44% |
| | Karena semua pedagang menggunakan | 21 | 21% |
| | Saran dari pemerintah | 35 | 35% |

Perangkat seperti Handphone juga sudah menjadi barang yang awam untuk para Pedagang Pasar Gede Solo. Pedagang Pasar yang menggunakan Handphone tanpa jaringan ada 1 orang (1%), sedangkan yang sudah menggunakan Smartphone ada 99 orang (99%). Dengan melihat perkembangan zaman yang terjadi sekarang, tidak heran smartphone mendominasi di kalangan Pedagang Pasar Gede Solo.

Penggunaan Handphone dan Smartphone di kalangan Pedagang Pasar Gede Solo, setiap pedagang atau lapak mempunyai beberapa Handphone dan Smartphone untuk menunjang proses bisnis. Pedagang yang mempunyai 1 smartphone ada 42 orang (42%), yang mempunyai 2 smartphone ada 56 orang (56%), lalu yang mempunyai 3 smartphone ada 2 orang (2%).

Dengan kemajuan teknologi yang sudah masuk ke dalam lingkungan pedagang pasar, smartphone menjadi perangkat penunjang usaha yang digunakan, sedangkan untuk penggunaan komputer (PC), dirasa belum terlalu penting untuk pedagang pasar.

Merupakan salah satu pusat atau bisa dibilang distributor awal untuk pasar – pasar di Solo dan sekitarnya, hal itu juga kuat dengan data yang sudah

dikumpulkan. Untuk konsumen yang berasal dari wilayah sekitar Pasar Gede ada 16%, sedangkan konsumen yang berasal dari kota Solo ada 25%, dan konsumen yang dari luar kota Solo ada 59%. Bisa dilihat dari data yang tertera konsumen yang paling banyak adalah konsumen dari luar kota Solo.

Cara jual yang dilakukan oleh para pedagang zaman sekarang juga berkembang, sudah ada yang menggunakan media online untuk memasarkan dagangannya, tapi tidak sedikit juga yang tidak terlalu tertarik untuk menggunakan media online untuk menawarkan barang yang dijual. Untuk pedagang yang barangnya tidak dipasarkan sama sekali di media online ada 34 orang (34%), sedangkan pedagang yang sebagian kecil online ada 66 orang (66%). Kebanyakan pedagang sudah menggunakan sebagian kecil online untuk memasarkan dagangannya, sebanyak 66 orang (66%).

Banyak platform media sosial yang bisa digunakan para Pedagang Pasar untuk menawarkan produk yang mereka jual, ada Whatsapp, Instagram, FB, Tiktok, dan juga website. Platform WhatsApp yang sering digunakan oleh semua pedagang untuk memasarkan produk yang mereka jual.

Sama seperti bisnis dalam umumnya bahwa ada laporan keuangan yang dibuat untuk melihat laba dan rugi yang dihasilkan dalam satu hari, begitu pula apa yang dilakukan oleh Pedagang Pasar Gede Solo juga melakukan laporan keuangan setiap harinya.

Pada zaman sekarang, membuat laporan keuangan juga sudah berkembang, yaitu laporan keuangan menggunakan aplikasi. Di Pasar Gede Solo sendiri ada yang menggunakan aplikasi laporan keuangan tapi tidak banyak yang menggunakan, alasannya karena tidak paham, atau takut menggunakannya. Pedagang yang laporan keuangannya menggunakan Microsoft Excel ada 6 orang

(6%), lalu yang menggunakan aplikasi Moka tidak ada, yang menggunakan aplikasi Buku Kas ada 2 orang (2%), sedangkan yang masih menggunakan laporan keuangan manual ada 92 orang (92%). Dari data di atas masih banyak pedagang yang menggunakan laporan keuangan manual untuk mengetahui cash flow mereka.

Untuk tingkat konsumen yang menggunakan pembayaran digital cukup sedikit, sekitar 0 – 20%, karena konsumen lebih nyaman menggunakan pembayaran tunai untuk melakukan transaksi itu sendiri, sebaliknya untuk para pedagang juga lebih terbiasa menggunakan pembayaran tunai untuk melakukan proses bisnis mereka. Dan dari faktor masyarakat umum (pembeli) juga masih belum sepenuhnya beralih melakukan pembayaran secara digital atau dengan QRIS, karena di pasar tradisional pun total nominal belanja tidak terlalu banyak, jadi para pembeli banyak yang lebih baik menggunakan uang cash daripada menggunakan layanan QRIS.

Setiap pedagang yang berada di Pasar Gede Solo hampir semua sudah memiliki akses untuk melakukan pembayaran digital. Tiap pedagang memiliki jangka waktu yang berbeda-beda saat akan menggunakan pembayaran digital. Pedagang yang sudah menggunakan pembayaran digital dalam jangka waktu 1 – 6 bulan ada 67 orang (67%), lalu pedagang yang sudah menggunakan pembayaran digital dalam jangka waktu 6 – 12 bulan ada 19 orang (19%), sedangkan pedagang yang sudah menggunakan pembayaran digital dalam jangka waktu lebih dari 6 – 12 tahun ada 14 orang (14%). Bisa dilihat bahwa pedagang pasar yang paling banyak sudah menggunakan pembayaran digital pada jangka waktu 1 – 6 bulan.

Menurut para pedagang sendiri, sebenarnya ada dampak positif dalam penggunaan pembayaran digital. Pedagang yang mengatakan akan membuat penjualan naik ada 10 orang (10%), lalu pedagang yang mengatakan akan mengurangi kesalahan dalam menghitung uang ada 53 orang (53%), sedangkan

pedagang yang mengatakan bahwa pembayaran digital dapat menyelesaikan transaksi lebih cepat ada 37 orang (37%). Dengan ini para pedagang lebih cenderung menganggap pembayaran digital mengurangi kesalahan dalam menghitung uang.

Para pedagang juga memiliki banyak alasan menerima kesempatan untuk mencoba menggunakan pembayaran digital. Pedagang yang mengatakan akan membuat transaksi lebih cepat dan mudah ada 44 orang (44%), lalu pedagang yang mencoba memakai pembayaran digital karena melihat pedagang yang lain juga menggunakan ada 21 orang (21%), sedangkan pedagang yang mengikuti saran dari pemerintah untuk mencoba menggunakan pembayaran digital ada 35 orang (35%). Dari data di atas, bisa disimpulkan bahwa alasan pedagang mau mencoba menggunakan pembayaran digital ini karena bisa mempersingkat dan mempermudah transaksi usaha mereka.

Dari gambaran di atas, pedagang pasar Gede sudah mengadopsi ICT dalam bentuk penggunaan QRIS yang tersedia di masing - masing lapak.

Statistik Deskriptif

Hasil penelitian analisis statistik dapat dilihat dalam tabel di bawah ini

Tabel 4. Skala Pengukuran

| Interval | Klasifikasi |
|-----------------|--------------------|
| 1.00 – 1.80 | Sangat Rendah |
| 1.81 – 2.60 | Rendah |
| 2.61 – 3.40 | Rata -Rata |
| 3.41 – 4.20 | Tinggi |
| 4.21 – 5.00 | Sangat Tinggi |

Sumber : Andra & Utami (2018)

Tabel 5. Statistik Deskriptif

| Indikator | Pernyataan | Rata-rata | Minimum | Maksimum | Klasifikasi |
|-----------|------------|-----------|---------|----------|-------------|
| Adopsi1 | | 3.92 | 2 | 5 | Tinggi |
| Adopsi2 | | 2.78 | 2 | 4 | Sedang |
| Adopsi3 | | 3.03 | 2 | 4 | Sedang |
| Adopsi4 | | 3.38 | 2 | 5 | Sedang |
| Adopsi5 | | 2.78 | 1 | 4 | Sedang |
| Rerata | | 3.178 | | | Sedang |
| | | | | | |
| Kinerja1 | | 3.73 | 2 | 5 | Sedang |
| Kinerja2 | | 3.32 | 2 | 5 | Sedang |
| Kinerja3 | | 3.64 | 2 | 5 | Sedang |
| Kinerja4 | | 2.91 | 2 | 5 | Sedang |
| Kinerja5 | | 3.74 | 1 | 4 | Sedang |
| Rerata | | 3.468 | | | Sedang |

Dari score jawaban responden yang dirata-rata, diperoleh hasil seperti pada tabel di atas. Secara umum para pedagang mempersepsikan bahwa adopsi QRIS yang mereka lakukan cenderung sedang atau berada pada tingkat rata-rata. Demikian juga dalam hal kinerja, para pedagang berpendapat bahwa kinerja mereka setelah mengadopsi QRIS berada pada level sedang.

Uji Validitas Dan Reliabilitas

Uji Validitas

Untuk mengukur sejauh mana adopsi suatu instrumen pengukuran (kuesioner) dalam mengukur variabel (X), terhadap variabel (Y) dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Uji Validitas dilakukan untuk mengetahui seberapa baik suatu instrumen mengukur konsep yang seharusnya diukur. Alat ukur yang digunakan dalam pengujian validitas adalah daftar pertanyaan yang telah diisi oleh responden dan akan diuji hasilnya guna menunjukkan valid tidaknya suatu data. Kuesioner dikatakan valid apabila koefisien korelasi product moment melebihi 0,5, (Sugiyono, 2009). Variabel yang akan diuji dalam penelitian ini adalah pengaruh

adopsi terhadap kinerja.

Pengujian ini dilakukan apakah kuesioner yang ada dapat mengungkapkan data-data yang ada pada variabel-variabel penelitian secara tepat. Hasil dari pengujian validitas kuesioner dapat diketahui sejauh mana data yang terkumpul sesuai dengan variabel-variabel penelitian. Hasil analisis dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 6. Hasil Uji Validitas

| Variabel | Item | Sig (r_{hitung}) | Keterangan |
|----------------------------|------|----------------------|------------|
| Adopsi QRIS (X) | X.1 | 0,000 | VALID |
| | X.2 | 0,000 | VALID |
| | X.3 | 0,000 | VALID |
| | X.4 | 0,000 | VALID |
| | X.5 | 0,000 | VALID |
| Kinerja Pedagang (Y) | Y.1 | 0,000 | VALID |
| | Y.2 | 0,000 | VALID |
| | Y.3 | 0,000 | VALID |
| | Y.4 | 0,000 | VALID |
| | Y.5 | 0,000 | VALID |

Sumber: Data Diolah SPSS

Dari tabel diatas terlihat bahwa nilai sig (r_{hitung}) untuk masing-masing item memiliki r_{hitung} lebih kecil dari 0,05 dan positif, maka dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari kedua variabel X dan Y adalah valid.

Uji Reliabilitas

Penelitian ini harus dilakukannya uji reliabilitas untuk mengukur konsisten atau tidak kuesioner dalam penelitian yang digunakan untuk mengukur pengaruh tidaknya variabel X dengan variabel Y. Sebelum dilakukannya pengujian reliabilitas harus ada dasar pengambilan keputusan yaitu alpha sebesar 0,60. Variabel yang dianggap reliabel jika nilai variabel tersebut lebih besar dari $>0,60$ jika lebih kecil maka variabel yang diteliti tidak bisa dikatakan reliabel karena $<0,60$. Hasil dari pengujian reliabilitas pada variabel penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil Pengujian Reliabilitas Terhadap Variabel Adopsi QRIS

| Reliability Statistics | |
|-------------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .914 | 5 |

Sumber: Data Diolah SPSS

Hasil dari uji reliabilitas pada variabel Adopsi QRIS (X) tertera bahwa *cronbach's alpha* pada variabel ini lebih tinggi dibandingkan nilai dasar yaitu $0,914 > 0,60$ hasil ini membuktikan bahwa dari pernyataan dalam kuesioner variabel Adopsi QRIS (X) dikatakan reliabel.

Tabel 8. Hasil Pengujian Reliabilitas Terhadap Variabel Kinerja Pedagang

| Reliability Statistics | |
|-------------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .746 | 5 |

Sumber: Data Diolah SPSS

Hasil dari uji reliabilitas pada variabel Kinerja Pedagang (Y) tertera bahwa *cronbach's alpha* pada variabel ini lebih tinggi dibandingkan nilai dasar yaitu $0,746 > 0,60$ hasil ini membuktikan bahwa dari pernyataan dalam kuesioner variabel Kinerja Pedagang (Y) dikatakan reliabel.

Uji Regresi Sederhana

Adopsi (X) dengan Kinerja (Y)

Tabel 9. Hasil Uji Regresi X dengan Y

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|-----------------------------|------------|------|---------------------------|--------|------|
| Model | Unstandardized Coefficients | | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | B | Std. Error | Beta | | | |
| 1 | (Constant) | 7.283 | .660 | | 11.031 | .000 |
| | Adopsi | .633 | .040 | .847 | 15.743 | .000 |

a. Dependent Variable: Kinerja

Sumber: Data diolah SPSS

Dari hasil uji diatas maka dapat di bentuk persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + bX_1$$

$$Y = 7,283 + 0,633 (X)$$

Berdasarkan dari hasil constant (a) sebesar 7,283 sedangkan nilai beta (B) dari adopsi adalah 0,633 yang berarti bernilai positif. Maka nilai dari partisipasi dan koefisien regresi tersebut bernilai positif. Sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel X dengan variabel Y berpengaruh positif.

Dari hasil uji diatas dapat di kata kan nilai signifikan adalah 0,000 lebih kecil dari nilai probabilitas yaitu 0,05 sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel adopsi (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel kinerja (Y).

Analisis Koefisien Determinasi

Penelitian ini membutuhkan analisis koefisien determinasi untuk mencari tahu berapa besar variasi dari variabel independen bisa menjelaskan seluruh variasi dari variabel dependen. Nilai koefisien determinasi yaitu 0 sampai 1. Jika $R = 0$ maka tidak ada hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Sebaliknya, Jika $R = 1$ maka terdapat hubungan yang kuat antara variabel independen dengan variabel dependen.

Adopsi (X) dengan Kinerja (Y)

Tabel 10. Koefisien Determinasi

| Model Summary | | | | |
|----------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .209 ^a | .044 | .034 | 3.26966 |

a. Predictors: (Constant), Adopsi

Dari hasil dari tabel diatas nilai R sebagai koefisien korelasi adalah 0,209 sedangkan R square sebagai koefisien determinasi adalah 0,044. Hasil tersebut dapat menunjukkan berapa besar pengaruh variabel independen terhadap naik turunnya variabel dependen.

Dapat dijelaskan bahwa variabel independen (adopsi) mempunyai kemampuan sebesar 4,4% dalam menjelaskan varian variabel dependen (kinerja) dan masih ada 95,6% varian yang dijelaskan oleh faktor variabel dependen lain di luar penelitian ini.

Pembahasan dan Uji Hipotesis

H1 : Adopsi QRIS Berpengaruh Terhadap Kinerja Pedagang Pasar

Menurut hasil dari pengujian yang sudah dilakukan terhadap variabel adopsi (1) dengan variabel kinerja (Y) mendapatkan pengaruh yang ditimbulkan, kebanyakan mempunyai pengaruh positif atau bisa disebut variabel X1 mempunyai pengaruh terhadap variabel Y, seperti nilai signifikansi sebesar 0,000 kurang dari 0,05 bisa disimpulkan bahwa variabel adopsi (X) secara parsial berpengaruh terhadap variabel kinerja (Y), dari hasil tersebut bisa disimpulkan H1 dapat diterima.

Dari hasil yang sudah diperhitungkan di atas, bisa juga disimpulkan bahwa para pedagang Pasar Gede Solo mempunyai persepsi bahwa adopsi

transaksi digital yang di lakukan, merupakan suatu gebrakan yang baik untuk kemajuan zaman yang berkaitan dengan teknologi, melihat kembali para pedagang pasar yang mempunyai banyak latar belakang. Persepsi yang timbul bisa melihat bahwa gebrakan tersebut merupakan gebrakan yang baik untuk kinerja yang simple dan efisien bagi para pedagang pasar kelak.

Dampak yang dihasilkan sendiri berkaitan dengan kemudahan dan keefisienan, serta kepuasan konsumen karena dari adopsi transaksi digital tersebut, para pedagang secara tidak langsung bisa berfikir dengan lebih terbuka dalam perubahan yang belum pernah mereka lakukan, tapi menjadi sebuah langkah yang jauh.

Menurut hasil pengamatan dan wawancara peneliti yang telah dilakukan, diperoleh para pedagang pasar di Pasar Gede Solo sudah siap untuk beralih ke pembayaran digital atau QRIS, karena dari pemerintah kota pun sudah menyediakan setiap pedagang kode QRIS untuk melakukan pembayaran secara digital. Selain pedagang yang kurang memanfaatkan QRIS, masyarakat umum (pembeli) juga masih perlahan beralih melakukan pembayaran secara digital atau dengan QRIS. Dari hasil uji regresi sederhana, menyatakan bahwa adopsi QRIS berpengaruh terhadap kinerja pedagang. Hal ini sangat menguntungkan bagi pedagang pasar, karena pedagang dapat memaksimalkan penggunaan QRIS maka akan semakin meningkatkan kinerja pedagang di Pasar Gede Solo. Manfaat QRIS sangat banyak, misalnya lebih cepat dalam melakukan transaksi, meningkatkan ketepatan dalam melakukan transaksi, meningkatkan penjualan, meningkatkan jumlah pelanggan, dan meningkatkan kemandirian dalam menjalankan lapak.

Menurut Rustanto (2019), perlu pengembangan secara detail jenis UKM dan Jenis pembayaran non tunai yang sering digunakan oleh pelaku bisnis

sehingga perlu analisis secara spesifik terhadap pembayaran non tunai.

Menurut Sihaloho (2020), telah dilakukan penelitian bahwa penerapan pembayaran non-tunai sudah dilakukan terhadap pedagang UMKM, hal ini dilakukan karena adanya perkembangan yang cepat juga pesat pada teknologi dan informasi maka dari itu juga harus diikuti. Media yang disediakan untuk pedagang UMKM di tokonya adalah *chip*. Dengan menyediakan *QR Code* juga memudahkan pelanggan langsung bisa mengakses melalui smartphone pelanggan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kesiapan pedagang dalam adopsi (QRIS) pada pedagang pasar Gede Solo dan mengetahui apakah adopsi (QRIS) berpengaruh pada kinerja pedagang pasar Gede Solo. Menurut hasil pengamatan dan wawancara peneliti yang telah dilakukan, diperoleh para pedagang pasar di Pasar Gede Solo siap untuk beralih ke pembayaran digital atau QRIS, dari pemerintah kota pun sudah menyediakan setiap pedagang kode QRIS untuk melakukan pembayaran secara digital. Pedagang pasar Gede sudah mengikuti zaman sehingga ada kemauan untuk mempelajari hal baru, khususnya teknologi sangat berminat. Dan dari faktor masyarakat umum (pembeli) juga beralih melakukan pembayaran secara digital atau dengan QRIS, karena di pasar tradisional pun total juga mulai beralih menggunakan layanan QRIS.

Namun dari hasil uji regresi sederhana dari 100 responden pedagang di Pasar Gede Solo, Hasil tersebut menyatakan bahwa adopsi QRIS berpengaruh terhadap kinerja pedagang. Pedagang dapat memaksimalkan penggunaan QRIS maka akan semakin meningkatkan kinerja pedagang di Pasar Gede Solo. Manfaat QRIS sangat banyak, misalnya lebih cepat dalam melakukan transaksi, meningkatkan ketepatan dalam melakukan transaksi, meningkatkan penjualan, meningkatkan jumlah pelanggan, dan meningkatkan kemandirian dalam menjalankan lapak.

Selain itu di kota Surakarta telah bekerjasama dengan bank BRI Surakarta meluncurkan aplikasi pembayaran digital QRIS untuk transaksi dagang di pasar dan pelaku UMKM, dimulai di Pasar Gede Surakarta. Secara nasional, implementasi QRIS dilakukan per 1 Januari 2020. QRIS pada dasarnya bisa mendukung semua sektor, seperti pertanian, pariwisata, manufaktur, dll. Dengan sistem QRIS, diharapkan transaksi jual beli lebih efisien, baik dari sisi ekonomi maupun perlindungan bagi konsumen. Hal ini sebenarnya pedagang pasar sudah terbantu dan terfasilitasi oleh pemerintah kota Surakarta. Bahkan banyak manfaat dari adanya QRIS yang bisa meningkatkan kinerja pedagang pasar dalam melakukan kegiatan usahanya. Adopsi QRIS yang dilakukan, merupakan suatu gebrakan yang baik untuk kemajuan zaman yang berkaitan dengan teknologi, melihat kembali para pedagang pasar yang mempunyai banyak latar belakang. Persepsi yang timbul bisa melihat bahwa gebrakan tersebut merupakan gebrakan yang baik untuk kinerja yang

simple dan efisien bagi para pedagang pasar kelak.

Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan penelitian, penulis menyampaikan rekomendasi atau saran yang diharapkan dapat bermanfaat untuk penelitian selanjutnya, adapun sarannya yaitu 1) untuk pemerintah sebaiknya lebih memberikan pendampingan untuk para pedagang yang kebanyakan tidak terlalu mengerti mengoperasikan sebuah aplikasi, karena dari hal tersebut bisa membuat pedagang mengerti dan sedikit demi sedikit mengikuti perkembangan teknologi yang bisa meningkatkan usaha mereka. 2) para pedagang pasar harus mempunyai kemauan untuk berkembang dalam skill mau pun dalam usaha, karena dengan cara beralih menggunakan teknologi pembayaran akan mendorong kemajuan dalam transaksi berdagang juga. 3) Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk dapat menambah variabel selain Adopsi QRIS, Kinerja, atau Pedagang Pasar.

Keterbatasan

Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam penyusunan atau pengambilan data antara lain, 1) Keterbatasan waktu penelitian, tenaga, juga kemampuan peneliti, 2) Kurangnya kemampuan responden dalam memahai pernyataan dan juga kejujuran dalam mengisi kuisisioner sehingga ada kemungkinan hasilnya tidak sesuai, 3) kelemahan umum menggunakan metode kuisisioner yaitu sulit untuk mengendalikan responden, sehingga penelitian selanjutnya dapat menggunakan metode lain dapat dengan cara observasi atau eksperimen.

DAFTAR PUSTAKA

- Jauhari, J. (April 2010). UPAYA PENGEMBANGAN USAHA KECIL DAN MENENGAH (UKM) DENGAN MEMANFAATKAN E-COMMERCE. *Jurnal Sistem Informasi (JSI) VOL. 2, NO. 1,* 159-168. Retrieved from <http://ejournal.unsri.ac.id>.
- Karagozoglu, N. A. (2004). Electronic Commerce Strategy, Operation, And Performance In Small And Medium Sized Enterprises. *Journal Of Small Business And Enterprises Development*, 11(3), 290-301.
- Kraemer, K. L., & Gibbs, J. d. (2002). *Impacts of Globalization on E-commerce Adoption and Firm Performance: A Cross-Country Investigation*. Retrieved from <http://www.crito.uci.edu>.
- Lee, K. K. (2003). The Technology Acceptance Model Past, Present, and Future. *Communication of The Association for Information System (CAIS)* 12, 752-780.
- Lucas, H. (2000). *Information Technology for Management (7th ed.)*. Irwin/McGraw-Hill.
- Machfoedz, M. (2005). *Kewirausahaan : Metode, Manajemen, dan Implementasi*. Yogyakarta: BPFE – Yogyakarta.
- Malhotra, N. K. (2005). *Riset Pemasaran: Pendekatan Terapan, Edisi 4*. Klaten: Intan Sejati.
- Mizar, A. d. (2008). Kerangka Konseptual Model Adopsi Teknologi Untuk Industri Kecil Pengolahan Hasil Pertanian. *Jurnal Teknologi dan Manajemen Informatika Universitas Merdeka Malang Fakultas Teknologi Informasi*
- Sevtian, F. I. (2011). *Pengaruh E-commerce Terhadap Tingkat Volume Penjualan Sandal Kelom Geulis Di CV Kelomgeulis Tasikmalaya*. Skripsi . Jakarta: FPEB Universitas Pendidikan Indonesia.
- Sugiyono. (2009). *Statistik Untuk Penelitian* . Bandung: CV. Alfabeta.
- Turban, E., King, D., Lee, J., Warkentin, M., & Chung, H. M. (2002). *Electronic Commerce : A Managerial Perspective (International Edition)*.
- Venkat, R. (2000). *A Study on the Impact of Business-to-Business E-*

- commerce in*. Retrieved from <http://www.pmac.ca/PDF/ste%20mars%20study.pdf>.
- Venkatesh, V. M. (2003). User acceptance of information technology : Toward a unified view. *MIS Quarterly* 27(3), 425-478.
- Yuliana, O. Y. (2000, Mei). *Penggunaan Teknologi Internet Dalam Bisnis*. Retrieved from puslit2.petra.ac.id. <http://www.puslit2.petra.ac.id/gudangpaper/files/1745.pdf>
- Yuliana, O. Y. (2000, Mei). *Penggunaan Teknologi Internet Dalam Bisnis*. Retrieved from puslit2.petra.ac.id. <http://www.puslit2.petra.ac.id/gudangpaper/files/1745.pdf>
- Ghozali, I. (2007). *Aplikasi Multivariat Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasyim, J. (Desember 2007). Information Technology Adption Among SME Owners in Malaysia. *International Journal of Business and Information Vol.2, No. 2*.
- Fatmariyani. (2011). Pengaruh Adopsi Teknologi Informasi Open Source *E-commerce* Terhadap Kinerja UKM dengan Faktor-Faktor Technology Acceptance Model (TAM) Sebagai Moderating Variabel. *Jurnal Teknomatika Vol. 1 No. 1 Palembang STMIK PalComTech*
- Website Bank Indonesia (2020) : Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) <https://www.bi.go.id/QRIS/default.aspx>
- Ikha R , Farrah (2010) Karakteristik Pedagang Pasar Legi Di Kecamatan Banjarsari Kota Surakarta. Skripsi Thesis, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Wahid, Fathul & Lizda Iswari (2007) Adopsi Teknologi Informasi Oleh Usaha Kecil dan Menegah Di Indonesia. Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi
- Sagayarani, D. (2017). Digital Payments In India. IOSR Journal of Business and Management (IOSRJBM)
- Arianti, N. L. N., Darma, G. S., & Mahyuni, L. P. (2019). Menakar Keraguan Penggunaan QR Code Dalam Transaksi Bisnis. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 16(2), 67. <https://doi.org/10.38043/jmb.v16i2.2041>
- Website Bank Indonesia (2020) : Alat Pembayaran Menggunakan Kartu

(APMK).

<https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/ritel/instrumen/default.aspx>

Rivai, V., et., al. 2001. Bank and Financial Institution Management. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Ridho Herlambang. (2021). *Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Quick Response Indonesia Standard (QRIS) Terhadap Pengembangan UMKM Kota Medan.*

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, 10, 921. <https://doi.org/10.24843/eeb.2020.v09.i10.p01>

Sriekaningsih, A. (2020). QRIS dan Era Baru Transaksi Pembayaran 4.0 (I). CV Andi Offset.

Subari, S. M. T., & Ascarya. (2003). Kebijakan Sistem Pembayaran di Indonesia. In Jakarta, Bank Indonesia (8th ed.). Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan (PPSK) BI. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=rZrWDgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=sistem+pembayaran+merupakan&ots=0EVVR_qXxN&sig=gM7c7icrQJ49LUpGATf0Wg3vZ0&redir_esc=y#v=onepage&q=sistem+pembayaran+merupakan&f=false