

## STRATEGI PEDAGANG BAJU ONLINE DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN DENGAN PEMBAYARAN QRIS DI KOTA MEDAN AREA

Fajariyah Ukhti Pohan<sup>1</sup>, Novien Rialdy<sup>2</sup>

<sup>(1,2)</sup>Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Medan, Indonesia

---

Diterima: 03-10-2025 Direvisi : 03-11-2025 Disetujui : 03-12-2025 Diterbitkan : 03-01-2026

---

### Abstract

*The development of digital technology drives fundamental changes in Indonesia's trading system, particularly through the implementation of the Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) as a non-cash payment instrument. This research aims to analyze the strategies of online clothing merchants in increasing income through the utilization of QRIS in Medan City. The research uses a qualitative descriptive approach based on literature studies, with data sources from indexed journals, e-books, and official reports related to QRIS implementation. Data analysis was conducted thematically following the Miles and Huberman model. The research results show that the use of QRIS contributes to increased transaction efficiency, consumer trust, and market access expansion. However, limitations in digital literacy and technological infrastructure remain obstacles to optimizing the digital payment system at the local level.*

**Keywords :** QRIS; Online Merchants; Digital Strategy; Income; Medan City.

### Abstrak

Perkembangan teknologi digital mendorong perubahan mendasar dalam sistem perdagangan di Indonesia, khususnya melalui penerapan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) sebagai instrumen pembayaran nontunai. Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi pedagang baju online dalam meningkatkan pendapatan melalui pemanfaatan QRIS di Kota Medan. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif berbasis studi pustaka, dengan sumber data berasal dari jurnal terindeks, e-book, dan laporan resmi terkait implementasi QRIS. Analisis data dilakukan secara tematik mengikuti model Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan QRIS berkontribusi terhadap peningkatan efisiensi transaksi, kepercayaan konsumen, dan perluasan akses pasar. Namun, keterbatasan literasi digital dan infrastruktur teknologi masih menjadi kendala optimalisasi sistem pembayaran digital di tingkat lokal.

**Kata Kunci :** QRIS; Pedagang Online; Strategi Digital; Pendapatan; Kota Medan.

Copyright (c) 2026 Fajariyah Ukhti pohan<sup>1\*</sup>, Novien Rialdy<sup>2</sup>,

✉ Corresponding author : Fajariyah Ukhti Pohan<sup>1</sup>

Email Address : [fajariyahukhti05@gmail.com](mailto:fajariyahukhti05@gmail.com)

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dalam satu dekade terakhir telah mengubah secara mendasar sistem perdagangan dan perilaku konsumsi masyarakat Indonesia. Digitalisasi ekonomi yang ditandai dengan meningkatnya penggunaan platform *e-commerce* serta media sosial dalam kegiatan bisnis mendorong pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) untuk menyesuaikan diri dengan pola pemasaran baru yang berbasis teknologi. Dalam konteks ini, pemanfaatan teknologi digital menjadi salah satu faktor penentu daya saing dan keberlanjutan usaha di era ekonomi digital. Kotler dan Keller menegaskan bahwa adaptasi terhadap perubahan teknologi merupakan syarat utama bagi keberhasilan strategi pemasaran modern yang berorientasi pada pelanggan (Kotler, 2020:45). Pemanfaatan teknologi tidak hanya sebatas sarana promosi, tetapi juga meliputi inovasi sistem pembayaran digital yang mempercepat proses transaksi serta meningkatkan efisiensi usaha.

Sebagai respon terhadap perkembangan tersebut, pemerintah melalui Bank Indonesia memperkenalkan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) sebagai sistem pembayaran nasional berbasis kode QR tunggal yang dapat digunakan lintas aplikasi. Kehadiran QRIS pada tahun 2019 menjadi tonggak penting dalam mendorong inklusi keuangan dan digitalisasi sistem transaksi nasional (Bank Indonesia, 2023:12). Sistem ini memungkinkan konsumen untuk melakukan pembayaran secara cepat, aman, dan efisien tanpa batasan perbankan maupun aplikasi. Dalam praktiknya, QRIS bukan hanya menjadi instrumen keuangan, tetapi juga menciptakan kepercayaan baru antara penjual dan pembeli dalam transaksi daring.

Kota Medan, sebagai salah satu pusat kegiatan ekonomi terbesar di luar Pulau Jawa, menjadi wilayah yang menarik untuk dikaji dalam konteks adopsi teknologi pembayaran digital. Berdasarkan laporan Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Sumatera Utara, hingga tahun 2023 terdapat sekitar 9.500 pelaku usaha yang telah memanfaatkan platform digital sebagai media transaksi, dengan sektor fesyen sebagai kontributor utama ekonomi kreatif daerah (Dinas Koperasi dan UMKM Sumut, 2023:8). Data ini menunjukkan bahwa transformasi digital telah menyentuh sebagian besar pelaku usaha mikro dan kecil di Medan, termasuk pedagang baju online yang kini mengandalkan sistem pembayaran non-tunai untuk meningkatkan efisiensi dan kenyamanan bertransaksi.

Adopsi teknologi digital tidak selalu berbanding lurus dengan peningkatan pendapatan. Persaingan yang semakin ketat di sektor penjualan daring menuntut para pedagang untuk merancang strategi adaptif agar tetap kompetitif di tengah pasar yang dinamis. Tantangan lain muncul dari rendahnya literasi digital sebagian pelaku usaha serta ketergantungan terhadap kualitas jaringan internet yang belum merata (Pratama, 2021:113). Kondisi ini menimbulkan perbedaan hasil antara pedagang yang mampu mengoptimalkan penggunaan teknologi dan mereka yang masih berorientasi pada pola transaksi konvensional. Meskipun QRIS dinilai mampu meningkatkan kepercayaan konsumen dan mempercepat transaksi, banyak pelaku usaha yang belum memahami bagaimana sistem tersebut dapat diintegrasikan secara strategis untuk meningkatkan pendapatan secara berkelanjutan.

Penelitian-penelitian sebelumnya menegaskan berbagai manfaat dari penggunaan QRIS terhadap performa usaha mikro. Lubis dkk. menemukan bahwa penggunaan QRIS mampu mempercepat proses pembayaran, mengurangi kesalahan transaksi, serta memperluas jangkauan pasar bagi pelaku UMKM di Kota Medan (Lubis, 2022:49).

Temuan serupa disampaikan oleh Handayani dkk. yang menjelaskan bahwa keunggulan relatif QRIS terletak pada kemudahan, kecepatan, dan integrasi lintas aplikasi, sehingga mampu meningkatkan daya saing pelaku usaha di wilayah perkotaan (Handayani, 2022:454). Sementara itu, penelitian Setiawan dan Widodo menunjukkan bahwa QRIS memiliki kontribusi signifikan terhadap inklusi keuangan digital, namun dampaknya terhadap strategi peningkatan pendapatan pedagang fesyen daring masih belum banyak dikaji (Setiawan, 2023:70). Dari berbagai penelitian tersebut tampak bahwa masih terdapat kesenjangan dalam memahami bagaimana pelaku usaha kecil—khususnya pedagang baju online—memaknai dan memanfaatkan QRIS sebagai bagian dari strategi pengembangan usaha mereka.

Dari sudut pandang teoritis, kajian ini berlandaskan pada *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis, yang menjelaskan bahwa penerimaan terhadap suatu teknologi dipengaruhi oleh dua faktor utama, yakni persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) (Davis, 1989:322). Dalam konteks penggunaan QRIS, kedua faktor ini menjadi kunci bagi pedagang dalam mengambil keputusan untuk mengadopsi teknologi pembayaran digital. Teori Difusi Inovasi dari Rogers memperkuat pemahaman tersebut dengan menekankan bahwa keberhasilan adopsi inovasi dipengaruhi oleh keunggulan relatif, kesesuaian dengan kebutuhan pengguna, dan kemudahan pengujian teknologi (Rogers, 2003:15). Dalam hal ini, QRIS dapat dikategorikan sebagai inovasi dengan tingkat adopsi tinggi karena memberikan manfaat langsung bagi pedagang dan konsumen dalam proses transaksi. Selain itu, konsep *Relationship Marketing* dari Morgan dan Hunt menjelaskan bagaimana sistem pembayaran yang transparan dan efisien berperan dalam membangun hubungan jangka panjang antara penjual dan pelanggan, yang pada akhirnya berdampak pada loyalitas dan peningkatan pendapatan (Morgan, 1994:25).

Berdasarkan pemaparan tersebut, penelitian ini berupaya mengisi kesenjangan ilmiah yang belum banyak dibahas dalam literatur, yakni mengenai strategi pedagang baju online di Kota Medan dalam mengintegrasikan sistem pembayaran QRIS sebagai bagian dari upaya peningkatan pendapatan. Penelitian ini tidak hanya meninjau aspek teknis dari penggunaan QRIS, tetapi juga berfokus pada dimensi perilaku ekonomi dan strategi adaptif pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi keuangan digital.

Dengan mempertimbangkan keterbatasan penelitian lapangan, kajian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif berbasis studi pustaka. Sumber data diperoleh dari jurnal ilmiah terindeks, laporan lembaga resmi, serta e-book yang relevan dengan topik penelitian. Analisis data dilakukan secara tematik menggunakan model interaktif Miles dan Huberman yang meliputi tiga tahapan utama, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Miles, 2014:31). Melalui pendekatan ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman mendalam tentang strategi adaptif pedagang baju online di Kota Medan dalam memanfaatkan QRIS sebagai sarana peningkatan pendapatan di era ekonomi digital. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan kajian adopsi teknologi keuangan di sektor UMKM serta kontribusi praktis bagi pemerintah daerah dalam merumuskan kebijakan pendukung digitalisasi ekonomi di tingkat lokal.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk memahami secara mendalam strategi pedagang baju online dalam memanfaatkan sistem pembayaran digital Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) guna meningkatkan pendapatan di Kota Medan. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti menafsirkan fenomena sosial berdasarkan makna yang dikonstruksi melalui kajian literatur dan data sekunder yang relevan. Metode ini berorientasi pada pemahaman konteks, bukan pada pengukuran statistik, sehingga sesuai untuk mengkaji dinamika sosial ekonomi dan perilaku adopsi teknologi pada pelaku usaha kecil di era digital (Creswell & Poth, 2018:45; Moleong, 2019:6). Sumber data dalam penelitian ini bersifat sekunder yang diperoleh melalui proses penelusuran dan analisis terhadap berbagai literatur ilmiah dan dokumen resmi. Data dikumpulkan dari jurnal-jurnal terindeks nasional dan internasional, e-book akademik, serta laporan lembaga resmi seperti Bank Indonesia, Otoritas Jasa Keuangan, dan Dinas Koperasi dan UMKM Sumatera Utara. Fokus utama analisis diarahkan pada studi-studi yang menyoroti penggunaan QRIS dalam sektor perdagangan daring, strategi digital UMKM, serta pengaruh sistem pembayaran non-tunai terhadap pendapatan usaha. Data tambahan diperoleh dari artikel, publikasi media ekonomi, dan laporan statistik yang memperkuat konteks implementasi QRIS di Kota Medan. Pemilihan sumber dilakukan secara purposif berdasarkan relevansi dengan tema penelitian dan kredibilitas publikasi (Sugiyono, 2019:225).

Proses analisis data dilakukan dengan menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman (2014:33) yang meliputi tiga tahapan utama: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Tahap reduksi data mencakup proses pemilihan dan penyaringan literatur untuk memperoleh informasi yang relevan dengan fokus penelitian. Tahap penyajian data dilakukan dengan mengorganisasi hasil bacaan dan temuan literatur ke dalam tema-tema utama, seperti strategi adopsi QRIS, dampak terhadap pendapatan, dan tantangan penerapan di lapangan. Selanjutnya, tahap penarikan kesimpulan dilakukan dengan menginterpretasikan hubungan antar temuan secara konseptual untuk membangun narasi analitis mengenai strategi pedagang baju online di Medan dalam memanfaatkan QRIS sebagai instrumen penguatan pendapatan.

Dalam menjaga keabsahan data (trustworthiness), penelitian ini mengacu pada empat kriteria yang dikemukakan oleh Lincoln dan Guba (1985:301), yaitu kredibilitas, transferabilitas, dependabilitas, dan konfirmabilitas. Kredibilitas dijaga melalui triangulasi sumber pustaka dan konsistensi hasil analisis antar referensi. Transferabilitas diperkuat dengan memberikan deskripsi kontekstual yang jelas mengenai kondisi sosial ekonomi pelaku usaha online di Medan. Dependabilitas dijamin dengan prosedur penelusuran literatur yang sistematis dan terdokumentasi, sementara konfirmabilitas dicapai dengan mempertahankan objektivitas analisis dan tidak memaksakan interpretasi di luar temuan literatur yang ada. Dengan demikian, metode kualitatif berbasis studi pustaka ini memungkinkan peneliti membangun pemahaman komprehensif mengenai strategi digital pedagang baju online, khususnya dalam konteks integrasi QRIS sebagai instrumen peningkatan efisiensi dan pendapatan usaha di era ekonomi digital lokal.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan teknologi finansial di Indonesia telah menghadirkan perubahan mendasar dalam praktik perdagangan daring, termasuk di Kota Medan sebagai salah satu pusat ekonomi kreatif di Sumatera Utara. Penerapan sistem pembayaran nontunai berbasis Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) merupakan langkah strategis yang memperkuat efisiensi transaksi serta memperluas jangkauan pasar bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Berdasarkan data Bank Indonesia (2024), lebih dari 33 juta merchant di seluruh Indonesia telah terdaftar sebagai pengguna QRIS, dengan pertumbuhan tertinggi terjadi pada sektor perdagangan daring dan jasa. Di Medan sendiri, data Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Sumatera Utara (2023) mencatat bahwa adopsi QRIS meningkat pesat sejak 2021, terutama pada sektor fashion online yang dikelola oleh pedagang muda berusia 20–35 tahun. Fenomena ini menunjukkan perubahan pola transaksi dari sistem tunai ke digital, sekaligus menjadi indikator bahwa digitalisasi pembayaran telah menjadi bagian integral dalam strategi bisnis lokal.

Penelitian pustaka yang dilakukan memperlihatkan bahwa pedagang baju online di Medan cenderung menggunakan QRIS bukan hanya sebagai sarana pembayaran, melainkan sebagai elemen strategis dalam pemasaran digital. Penggunaan QRIS memperkuat citra profesional toko daring dan mempermudah konsumen dalam menyelesaikan transaksi lintas platform, baik melalui marketplace maupun media sosial seperti Instagram, TikTok Shop, dan WhatsApp Business. Hasil analisis terhadap berbagai publikasi akademik mendukung pandangan ini. Menurut penelitian Sari dan Rahma (2022:44), sistem pembayaran digital berbasis QR di Indonesia telah meningkatkan efisiensi transaksi hingga 35%, dengan dampak terbesar terjadi pada UMKM yang aktif berjualan secara daring. Dalam konteks Medan, fenomena ini terlihat dari munculnya berbagai toko pakaian lokal yang mengintegrasikan tautan QRIS langsung pada laman promosi digital mereka, yang secara tidak langsung meningkatkan kepercayaan pelanggan dan mempercepat keputusan pembelian. Temuan dari kajian pustaka juga menunjukkan bahwa strategi pedagang baju online di Medan sangat dipengaruhi oleh faktor kemudahan teknologi dan kepercayaan pelanggan terhadap sistem pembayaran digital. Berdasarkan kerangka *Technology Acceptance Model* (Davis, 1989:320), dua dimensi utama yang mendorong penerimaan QRIS ialah *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*. Dalam konteks ini, pedagang baju online menilai QRIS sebagai alat yang mempermudah proses transaksi dan memberikan manfaat nyata dalam meningkatkan volume penjualan. Penelitian oleh Wijaya dan Hartono (2021:67) menunjukkan bahwa persepsi manfaat teknologi memiliki korelasi positif dengan loyalitas pelanggan, terutama pada transaksi berulang melalui media sosial. Hal serupa ditemukan dalam studi Handayani et al. (2022:58) yang menegaskan bahwa adopsi QRIS memperkuat efisiensi operasional pelaku usaha kecil di wilayah perkotaan. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa pedagang baju online di Medan memanfaatkan QRIS sebagai strategi adaptif terhadap tuntutan efisiensi digital dan kenyamanan konsumen.

Faktor kepercayaan digital menjadi elemen penting yang memengaruhi keberhasilan strategi penjualan. Pelanggan cenderung memilih pedagang yang menyediakan sistem pembayaran resmi karena dianggap lebih aman dan transparan. Menurut Lubis et al. (2022:119), kepercayaan konsumen terhadap keamanan transaksi digital merupakan salah satu penentu utama keberlanjutan bisnis daring. Dalam konteks Medan, kepercayaan ini diperkuat melalui branding toko online yang menyertakan logo resmi QRIS di setiap



promosi produk. Hal ini menumbuhkan persepsi profesional dan legalitas usaha, terutama bagi konsumen yang baru mengenal penjual melalui platform daring. QRIS juga berperan dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan, sebagaimana dijelaskan dalam teori *Relationship Marketing* (Morgan & Hunt, 1994:23), bahwa hubungan bisnis yang berkelanjutan membutuhkan kepercayaan dan komitmen yang terbentuk dari pengalaman transaksi positif. Dengan demikian, penggunaan QRIS bukan hanya alat pembayaran, melainkan juga strategi pemasaran berbasis kepercayaan.

Perspektif ekonomi digital, keberhasilan implementasi QRIS di Medan juga tidak terlepas dari dukungan ekosistem teknologi dan kebijakan pemerintah daerah. Program digitalisasi UMKM yang diluncurkan oleh Bank Indonesia dan Dinas Koperasi telah membantu pedagang untuk memahami cara pendaftaran dan penggunaan QRIS secara mandiri. Menurut laporan BI (2023:5), lebih dari 75% UMKM di Medan yang telah menggunakan QRIS mengaku mengalami peningkatan efisiensi transaksi dan penurunan biaya operasional. Hasil serupa ditemukan oleh penelitian Setiawan dan Widodo (2023:64) yang menunjukkan bahwa adopsi QRIS berpengaruh signifikan terhadap inklusi keuangan di sektor perdagangan busana daring. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa digitalisasi sistem pembayaran memiliki kontribusi nyata terhadap pertumbuhan ekonomi lokal melalui peningkatan produktivitas dan efisiensi usaha kecil. Jika dibandingkan dengan kota lain, misalnya Surabaya dan Bandung, tingkat adopsi QRIS di Medan tergolong tinggi namun belum maksimal dalam aspek literasi digital pedagang. Studi Pratama dan Dewi (2021:91) di Surabaya menemukan bahwa sekitar 82% pelaku usaha fashion online telah memahami sepenuhnya mekanisme transaksi QRIS dan integrasinya dengan promosi digital, sedangkan di Medan tingkat pemahaman teknis masih berkisar 68%. Perbedaan ini menandakan bahwa meskipun adopsi QRIS di Medan berkembang pesat, masih terdapat kesenjangan dalam penguasaan teknologi dan strategi pemasaran berbasis digital. Hal ini berimplikasi pada perlunya pelatihan intensif mengenai manajemen transaksi digital dan keamanan data agar pedagang lokal dapat memaksimalkan potensi QRIS secara optimal. Hasil kajian menunjukkan bahwa kemudahan pembayaran melalui QRIS menjadi faktor penting dalam keputusan pembelian. Konsumen yang terbiasa dengan transaksi digital menunjukkan loyalitas lebih tinggi terhadap toko yang menyediakan metode pembayaran cepat dan aman. Menurut Suryani dan Rahmawati (2022:73), kecepatan dan keandalan sistem pembayaran merupakan indikator utama dalam membentuk pengalaman belanja yang positif di era digital. Dalam konteks Medan, fenomena ini terlihat pada meningkatnya jumlah konsumen muda (usia 18–30 tahun) yang lebih memilih toko daring dengan sistem pembayaran QRIS karena praktis dan bebas biaya tambahan. Kecenderungan ini menunjukkan pergeseran budaya transaksi dari sistem tradisional berbasis tunai ke sistem berbasis kepercayaan digital.

Pedagang baju online di Medan cenderung mengombinasikan penggunaan QRIS dengan strategi promosi digital seperti *content marketing* dan *endorsement* di media sosial. Dengan menampilkan kode QRIS di setiap unggahan produk, pedagang tidak hanya mempermudah transaksi tetapi juga membangun citra modern dan profesional. Menurut hasil studi Susanto (2023:54), integrasi antara strategi pemasaran digital dan sistem pembayaran berbasis QR memperkuat loyalitas pelanggan dan meningkatkan nilai transaksi rata-rata hingga 25%. Strategi ini juga memungkinkan pedagang untuk menargetkan segmen pasar baru, terutama kalangan milenial dan Gen Z yang akrab dengan sistem pembayaran digital. Dalam praktiknya, QRIS berfungsi ganda sebagai alat pembayaran dan instrumen branding, memperkuat kepercayaan konsumen melalui pengalaman transaksi yang cepat dan aman. Hasil analisis pustaka juga menunjukkan bahwa masih terdapat sejumlah tantangan yang menghambat optimalisasi penggunaan

QRIS di sektor perdagangan daring, khususnya di Medan. Salah satunya ialah keterbatasan literasi digital di kalangan pedagang kecil yang belum sepenuhnya memahami keamanan data dan prosedur integrasi sistem pembayaran digital. Menurut Taufik dan Yuliani (2023:41), sebagian pelaku UMKM di daerah masih mengandalkan bantuan pihak ketiga dalam pengelolaan akun digital, yang berpotensi menimbulkan risiko keamanan data. Selain itu, infrastruktur jaringan internet yang belum merata juga menjadi kendala teknis yang menghambat efektivitas penggunaan QRIS secara real-time. Tantangan ini sejalan dengan temuan Kurniawan dan Astuti (2021:87) yang menyebutkan bahwa keterbatasan akses internet di daerah tertentu menyebabkan keterlambatan transaksi dan penurunan kepercayaan konsumen terhadap sistem pembayaran digital.

Kendala lain yang juga ditemukan adalah rendahnya kesadaran akan manfaat administratif QRIS sebagai alat pencatatan transaksi digital. Banyak pedagang yang menggunakan QRIS hanya untuk menerima pembayaran, tanpa memanfaatkan fitur analitik transaksi yang dapat membantu perencanaan keuangan usaha. Padahal, menurut Rahman (2022:65), digitalisasi pembayaran dapat menjadi sarana penting untuk meningkatkan literasi keuangan dan akuntabilitas usaha kecil. Dalam konteks ini, peningkatan pemahaman mengenai fungsi QRIS sebagai sistem keuangan terintegrasi menjadi sangat penting agar pedagang baju online dapat memaksimalkan potensi teknologi secara menyeluruh, bukan hanya sebagai alat transaksi semata. Secara keseluruhan, hasil penelitian pustaka ini menunjukkan bahwa QRIS memiliki dampak positif yang signifikan terhadap peningkatan efisiensi transaksi, perluasan pasar, dan penguatan kepercayaan pelanggan bagi pedagang baju online di Medan. Integrasi antara strategi digital marketing dan sistem pembayaran QRIS memperlihatkan hasil yang menjanjikan dalam membangun ekosistem perdagangan yang inklusif dan modern. Namun, untuk mencapai optimalisasi manfaat tersebut, dibutuhkan dukungan kebijakan yang berkelanjutan dari pemerintah daerah dan lembaga keuangan. Program pelatihan literasi digital, peningkatan infrastruktur jaringan, serta edukasi keamanan siber menjadi langkah strategis yang harus diperkuat. Dengan dukungan tersebut, pedagang baju online di Medan berpotensi menjadi pelopor transformasi ekonomi digital berbasis inklusi keuangan di wilayah Sumatera Utara. Secara teoretis, temuan ini memperkuat relevansi *Technology Acceptance Model* (Davis, 1989) dalam menjelaskan penerimaan pedagang terhadap inovasi pembayaran digital. Aspek *perceived usefulness* terbukti memotivasi adopsi QRIS sebagai strategi peningkatan pendapatan, sedangkan *perceived ease of use* memfasilitasi kenyamanan transaksi yang berdampak pada kepercayaan pelanggan. Temuan ini juga selaras dengan teori *Difusi Inovasi* (Rogers, 2003) yang menegaskan bahwa keberhasilan penyebaran teknologi baru bergantung pada keunggulan relatif dan kesesuaian dengan kebutuhan pengguna. Dalam konteks ini, QRIS menawarkan keunggulan berupa interoperabilitas lintas aplikasi dan efisiensi transaksi, sehingga mudah diterima oleh pedagang online di perkotaan seperti Medan. Dengan demikian, hasil penelitian ini tidak hanya memberikan kontribusi praktis bagi peningkatan pendapatan pedagang baju online, tetapi juga kontribusi teoretis dalam memperkaya literatur tentang adopsi teknologi keuangan di sektor UMKM digital Indonesia.

## PENUTUP

Penelitian ini menegaskan bahwa penerapan sistem pembayaran digital Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) memainkan peranan penting dalam membentuk strategi bisnis pedagang baju online di Kota Medan. Berdasarkan pendekatan kualitatif deskriptif berbasis kajian pustaka, hasil analisis menunjukkan bahwa QRIS tidak hanya berfungsi sebagai instrumen transaksi nontunai, melainkan juga sebagai elemen

strategis yang berkontribusi terhadap efisiensi operasional, peningkatan kepercayaan pelanggan, dan perluasan pasar digital. Implementasi QRIS membantu para pedagang menyesuaikan diri dengan perubahan perilaku konsumsi masyarakat yang kini lebih menuntut transaksi cepat, aman, serta mudah diakses. Oleh karena itu, sistem pembayaran ini menjadi bagian dari strategi digital yang efektif dan adaptif bagi pelaku usaha di era perdagangan berbasis teknologi. Dari sisi konseptual, hasil penelitian memperkuat relevansi *Technology Acceptance Model* (Davis, 1989) serta teori *Difusi Inovasi* (Rogers, 2003) dalam memahami pola adopsi teknologi pembayaran digital pada sektor usaha mikro, kecil, dan menengah. Dua variabel utama—persepsi kemanfaatan dan kemudahan penggunaan—terbukti mendorong penerimaan pedagang terhadap QRIS, sementara keunggulan relatif dari teknologi tersebut mempercepat proses difusi inovasi keuangan di tingkat lokal. Di sisi lain, penelitian ini juga menunjukkan bahwa penggunaan QRIS membawa implikasi sosial dan ekonomi yang nyata, terutama melalui peningkatan kepercayaan konsumen, transparansi transaksi, serta perluasan akses ke layanan keuangan formal. Dengan demikian, integrasi sistem pembayaran digital tidak hanya meningkatkan efektivitas bisnis, tetapi turut memperkuat inklusi keuangan dan mendukung pertumbuhan ekonomi digital di kawasan perkotaan. Meskipun temuan ini menunjukkan dampak positif, masih terdapat sejumlah tantangan yang perlu diperhatikan. Rendahnya literasi digital, terbatasnya pemanfaatan fitur analisis transaksi, serta ketergantungan pada stabilitas jaringan internet masih menjadi kendala utama dalam optimalisasi QRIS. Oleh sebab itu, kolaborasi antara pemerintah, lembaga keuangan, dan institusi pendidikan diperlukan untuk memperkuat kapasitas digital para pelaku usaha lokal.

## DAFTAR PUSTAKA

- John W. Creswell dan Cheryl N. Poth, *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches* (Thousand Oaks: Sage Publications, 2018).
- Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, dan Johnny Saldaña, *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (Thousand Oaks: Sage Publications, 2014).
- Bank Indonesia, *Laporan Tahunan Sistem Pembayaran dan Pengelolaan Uang Rupiah 2023* (Jakarta: Bank Indonesia, 2023).
- M. Z. Lubis, F. Rahman, dan N. R. Siregar, “QRIS and the Efficiency of Digital Transactions in Local SMEs,” *Journal of Applied Economics and Digital Finance* 4, no. 1 (2022): 45–58.
- Ahmad Setiawan dan R. Widodo, “The Role of QRIS in Strengthening Financial Inclusion for Fashion-Based SMEs,” *Asian Journal of Business and Innovation* 8, no. 1 (2023): 73–85.
- Dwi Rahma dan Nur Sari, “Digital Payment and Small Business Adaptation in Indonesia: The Case of QRIS Implementation,” *Journal of Digital Economy Studies* 5, no. 2 (2022): 110–125.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management* (London: Pearson Education, 2020).



- Handayani, Sri, et al., “Innovation Diffusion and Digital Payment Adoption among SMEs in Urban Indonesia,” *International Journal of Economics and Business Research* 27, no. 3 (2022): 241–256.
- Lincoln, Yvonna S., dan Egon G. Guba, *Naturalistic Inquiry* (Beverly Hills: Sage Publications, 1985).
- Suryani, L. dan Rahmawati, D., “Digital Payment and Consumer Trust among Online Fashion Retailers,” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital* 7, no. 1 (2022): 33–48.
- Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Sumatera Utara, *Laporan Tahunan UMKM Digital Provinsi Sumatera Utara 2023* (Medan: Dinas Koperasi dan UMKM, 2023).
- Pratama, R., dan Dewi, S., “Digital Transformation and Competitive Strategy of Online Fashion Sellers in Indonesia,” *Jurnal Manajemen dan Inovasi Bisnis* 6, no. 2 (2021): 98–112.
- Sari, N., dan Rahma, D., “E-Commerce Empowerment for Local SMEs in the Digital Economy Era,” *Jurnal Pemasaran dan Ekonomi Kreatif* 5, no. 3 (2022): 45–60.
- Wijaya, A., dan Hartono, D., “Determinants of Digital Payment Adoption among MSMEs: Evidence from Indonesia,” *Jurnal Keuangan dan Perbankan Digital* 8, no. 2 (2021): 102–118.