

---

## DAMPAK PERILAKU CASHLESS GENERASI Z TERHADAP ADAPTASI PEDAGANG KAKI LIMA DI KOTA PEKALONGAN

Putri Novitasari<sup>1</sup>, Arvin Fathan Hirzi<sup>2</sup>, Versiandika Yudha Pratama<sup>3</sup>

1,2) Program Studi Bisnis Digital, Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan  
[putri.novitasari24028@mhs.uingusdur.ac.id](mailto:putri.novitasari24028@mhs.uingusdur.ac.id), [arvin.fathan.hirzi24060@mhs.uingusdur.ac.id](mailto:arvin.fathan.hirzi24060@mhs.uingusdur.ac.id),  
[versiandikayudhapratama@uingusdur.ac.id](mailto:versiandikayudhapratama@uingusdur.ac.id)

### ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah menggeser pola transaksi masyarakat Indonesia, dengan Generasi Z menjadi penggerak utama tren cashless. Fenomena ini menciptakan tekanan bagi pedagang kaki lima (PKL), termasuk di Kota Pekalongan, untuk beradaptasi dengan sistem pembayaran digital seperti QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard). Penelitian kualitatif ini bertujuan menganalisis dampak perilaku cashless Generasi Z terhadap adaptasi PKL, serta mengidentifikasi tantangan dan strategi adaptasi yang dikembangkan. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan observasi nonpartisipan terhadap enam pedagang yang telah mengadopsi QRIS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tekanan langsung dari konsumen Generasi Z merupakan pendorong utama adopsi QRIS. Kendala utama yang dihadapi meliputi delay notifikasi, ketergantungan pada jaringan internet, dan persyaratan administratif yang rumit. Untuk mengatasinya, pedagang mengembangkan strategi adaptasi berupa kolaborasi sosial, pembelajaran mandiri, dan fleksibilitas pembayaran (tunai dan non-tunai). Temuan ini mengonfirmasi Teori Difusi Inovasi Rogers, dengan proses adopsi yang berlangsung bertahap. Disimpulkan bahwa meski menghadapi tantangan, PKL berhasil merespons tren cashless melalui mekanisme adaptasi yang mempertahankan daya saing usaha.

**Kata kunci: Generasi Z, Perilaku Cashless, Pedagang Kaki Lima, QRIS, Adaptasi Digital**

### ABSTRACT

*The development of digital technology has shifted the transaction patterns of Indonesian society, with Generation Z being the main driver of the cashless trend. This phenomenon creates pressure for street vendors (PKL), including in Pekalongan City, to adapt to digital payment systems such as QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard). This qualitative research aims to analyze the impact of Generation Z's cashless behavior on the adaptation of street vendors, as well as identify the challenges and adaptation strategies developed. Data were collected through in-depth interviews and non-participant observation of six vendors who have adopted QRIS. The results show that direct pressure from Generation Z consumers is the main driver of QRIS adoption. The main obstacles faced include notification delays, dependence on internet networks, and complicated administrative requirements. To overcome these, vendors developed adaptation strategies in the form of social collaboration, self-directed learning, and payment flexibility (cash and non-cash). These findings confirm Rogers' Diffusion of Innovation Theory, with the adoption process occurring in stages. It is concluded that despite facing challenges, street vendors have successfully responded to the cashless trend through adaptation mechanisms that maintain business competitiveness.*

**Keywords: Generation Z, Cashless Behavior, Street Vendors, QRIS, Digital Adaptation**

## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan signifikan dalam sistem pembayaran masyarakat Indonesia. Bank Indonesia melaporkan bahwa pada Juli 2023 transaksi uang elektronik bernilai Rp 160,47 triliun, meningkat 4,79% dibandingkan bulan sebelumnya (Pangesti et al., 2024). Transformasi ini dimungkinkan oleh pengembangan infrastruktur keuangan digital, termasuk sistem pembayaran berbasis kode QR seperti QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) yang dikembangkan oleh Bank Indonesia dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (Ramadana & Purwaningsih, 2024).

Fenomena ini menunjukkan peran dominan generasi muda sebagai penggerak utama tren cashless. Ekowati et al. (2025) mengamati bahwa generasi muda kini lebih aktif di platform digital dan terbiasa menggunakan metode pembayaran non-tunai. Temuan ini diperkuat oleh Jayanti et al., (2024) yang mencatat bahwa Generasi Z cenderung menjadi pengguna aktif QRIS karena dianggap lebih efisien, aman, dan mudah digunakan.

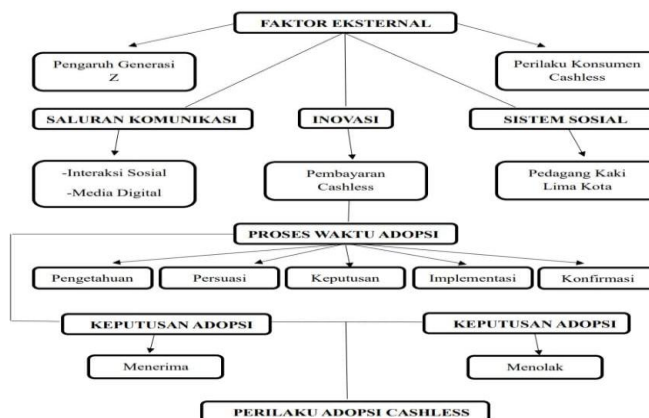
Di sisi lain, pedagang kaki lima (PKL) sebagai bagian dari sektor informal masih menghadapi tantangan dalam beradaptasi dengan tren cashless. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang mencakup PKL merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia, dengan kontribusi sekitar 61,07% terhadap PDB nasional dan menyerap sekitar 97% total tenaga kerja (Josua., 2019). Data terkini menunjukkan bahwa adopsi QRIS oleh UMKM menunjukkan tren positif, di mana pada Oktober 2023, sebanyak 91,9% dari total 43,44 juta merchant QRIS merupakan pelaku UMKM (Sinaga et al., 2025). Namun, studi Pangesti et al., (2024) mengungkapkan bahwa meskipun QRIS memberikan kemudahan bertransaksi, pedagang masih menghadapi kendala teknis seperti kualitas jaringan internet yang tidak stabil. Ramadana & Purwaningsih, (2024) menambahkan bahwa kendala jaringan paling sering terjadi pada sisi konsumen, di mana pembeli membutuhkan sinyal data atau koneksi WiFi yang memadai untuk melakukan pembayaran.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana perilaku cashless Generasi Z memengaruhi proses adaptasi pedagang kaki lima di Kota Pekalongan, mengidentifikasi tantangan-tantangan yang dihadapi pedagang kaki lima dalam mengadopsi sistem pembayaran cashless, serta mengeksplorasi strategi adaptasi yang dikembangkan oleh pedagang kaki lima dalam merespons perilaku cashless Generasi Z. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran komprehensif mengenai dampak perilaku cashless Generasi Z terhadap adaptasi pedagang kaki lima, mengidentifikasi berbagai kendala dalam adopsi sistem pembayaran cashless, dan menemukan strategi-strategi adaptasi yang dikembangkan pedagang dalam merespons transaksi cashless.

Teori yang digunakan sebagai dasar penelitian ini adalah Diffusion of Innovation Theory yang dikembangkan oleh (Rogers, 2003). Teori ini menjelaskan bahwa suatu inovasi, baik berupa ide, teknologi, maupun perilaku baru dapat menyebar dan diterima oleh anggota masyarakat dari waktu ke waktu melalui saluran komunikasi tertentu. Proses difusi inovasi melibatkan empat elemen utama, yaitu inovasi, saluran komunikasi, waktu, dan sistem sosial. Dalam konteks cashless, Diffusion of Innovation Theory relevan digunakan untuk menjelaskan proses

penyebaran dan penerimaan perilaku cashless dari Generasi Z kepada pedagang kaki lima di Kota Pekalongan, serta memahami faktor-faktor yang memengaruhi tingkat adaptasi pedagang terhadap keuangan digital tersebut. Fenomena tekanan langsung dari konsumen sebagai pendorong utama adopsi juga selaras dengan temuan Armani & Sendjaja, (2025) yang mengidentifikasi "kebutuhan konsumen" sebagai faktor kunci dalam keputusan pedagang kaki lima untuk menggunakan QRIS.

Beberapa penelitian sebelumnya telah menggunakan Diffusion of Innovation Theory dalam menganalisis dampak perilaku adopsi teknologi keuangan digital. Misalnya, Penelitian oleh Fadhilah et al., (2021) menunjukkan bahwa digital wallet sebagai inovasi yang mendorong masyarakat beralih menggunakan transaksi digital dari sistem pembayaran konvensional. Penelitian lain oleh Jayanti et al., (2024) menemukan bahwa QRIS menjadi inovasi sistem pembayaran digital yang mampu meningkatkan efektifitas dan memperluas pasar bagi UMKM. Penelitian lain oleh Eliza et al., (2024) menunjukkan bahwa perilaku konsumen terhadap e-wallet di Indonesia dipengaruhi oleh faktor kemudahan, kepercayaan, dan pengaruh sosial, yang mendorong masyarakat, khususnya Generasi muda untuk beralih dari transaksi tunai ke pembayaran digital. Temuan ini menunjukkan bahwa adopsi perilaku cashless menjadi hal yang terjadi di kehidupan sehari-hari dan berpotensi memengaruhi adaptasi pedagang tradisional, termasuk pedagang kaki lima, dalam menyesuaikan diri dengan pola transaksi digital yang semakin luas.



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Berdasarkan teori difusi inovasi Rogers, (2003) kerangka berpikir dalam penelitian ini menjelaskan mekanisme penyebaran perilaku cashless dari generasi Z kepada pedagang kaki lima yang berada di Kota Pekalongan. Inovasi pembayaran cashless dalam hal ini berupa QRIS dan juga dompet digital yang disebarluaskan melalui saluran komunikasi yang terdiri dari interaksi sosial dan media digital dalam sistem sosial pedagang kaki lima. Berdasarkan aspek waktu dalam teori difusi inovasi, pedagang kaki lima di kota pekalongan mengalami proses adopsi secara bertahap, dimulai dari pengetahuan tentang adanya pembayaran cashless, persuasi melalui pengaruh generasi Z, pengambilan keputusan untuk menerima atau menolak, implementasi penggunaan hingga konfirmasi untuk mempertahankan penggunaan. Output

---

akhir dari proses ini adalah terwujud dalam bentuk perilaku adopsi cashless yang diterapkan oleh para pedagang kaki lima dalam transaksi sehari-harinya. Dengan demikian, kerangka berpikir konseptual ini memadukan teori difusi inovasi dengan fenomena adopsi teknologi finansial pada sektor tradisional, sehingga diharapkan dapat memberikan pemahaman menyeluruh mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan pembayaran cashless di kalangan pedagang kaki lima di Kota Pekalongan.

## **2. METODE**

Data penelitian ini diperoleh dari data primer yang dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pedagang kaki lima di Kota Pekalongan untuk menggali pengalaman dan strategi adaptasi narasumber dalam menghadapi perilaku cashless Generasi Z. Selain itu, penelitian ini juga melakukan observasi nonpartisipan terhadap proses transaksi dan adaptasi teknologi yang dilakukan pedagang. Adapun subjek penelitian merupakan pedagang kaki lima yang beroperasi di Kota Pekalongan dan telah berinteraksi dengan konsumen Generasi Z yang menggunakan pembayaran non-tunai. Pemilihan informan dilakukan dengan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria berikut:

1. Telah berjualan sebagai pedagang kaki lima
2. Pernah menerima pembayaran cashless
3. Bersedia berpartisipasi dalam wawancara mendalam dan observasi

Jumlah informan utama dalam penelitian ini adalah 6 orang, dengan latar belakang jenis usaha dan lokasi berjualan yang beragam. Data penelitian ini diperoleh dari data primer yang dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pedagang kaki lima di Kota Pekalongan untuk menggali pengalaman dan strategi adaptasi narasumber dalam menghadapi perilaku cashless Generasi Z. Selain itu, penelitian ini juga melakukan observasi nonpartisipan terhadap proses transaksi dan adaptasi teknologi yang dilakukan pedagang. Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dan metode. Triangulasi sumber dengan membandingkan data dari berbagai informan untuk memastikan konsistensi temuan. Sementara, triangulasi metode akan memadukan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk memperkuat validitas data. Analisis data dilakukan menggunakan tiga tahap utama yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

## **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penelitian ini melibatkan 6 pedagang kaki lima di Pekalongan yang terdiri dari berbagai jenis usaha dengan variasi lama berjualan. Terdapat penjual dimsum (2 bulan), ayam geprek (8 tahun), batagor (10 bulan), pizza (sejak 2021 dengan masa vakum), es teller (1 tahun), dan kopi (1,5 tahun). Semua pedagang telah mengadopsi pembayaran QRIS dengan rentang waktu penggunaan bervariasi mulai dari 1 bulan hingga 1 tahun. Jam operasional mereka berkisar dari pagi hingga malam hari, dengan rata-rata berjualan 6-8 jam per hari.

### 1) **Perilaku Cashless Generasi Z Memengaruhi Proses Adaptasi Pedagang Kaki Lima di Kota Pekalongan**

Perilaku cashless Generasi Z menjadi faktor pendorong utama dalam adopsi QRIS di kalangan PKL Kota Pekalongan. Tekanan untuk beradaptasi datang langsung dari permintaan konsumen muda yang semakin dominan menggunakan pembayaran digital. Fenomena ini terlihat dari perubahan pola permintaan pembeli yang mulai meninggalkan transaksi tunai.

*"Ya ngikutin jaman ya, sekarang kan banyak dompet digital gitu, banyak anak muda yang pake Qris juga gitu, lebih gampang juga, gitu sih. Ngikutin perkembangan ya ada saran juga dari pedagang yang lain gitu" (Penjual Dimsum)*

*"Untuk mempermudah pembayaran bagi yang ga cash gitu, soalnya pernah ada anak-anak sekolah yang nanyain bisa pakai Qris ga, pas ga bisa langsung ga jadi beli" (Penjual Ayam Geprek)*

*"Qris itu membantu mas apalagi UMKM, soale kan anak-anak muda sekarang kan gak pegang uang cash kan, pake Qris semua rata-rata. Jadi ketika ada Qris kita juga terbantu" (Pedagang Kopi)*

*"Buat opsi pembayaran, karna banyak permintaan pakek Qris" (Pedagang Es Teller)*

Beberapa pedagang mengalami kehilangan pelanggan potensial ketika belum menyediakan QRIS, sementara yang sudah mengadopsi merasakan peningkatan kepuasan konsumen Generasi Z. Pola ini konsisten terlihat pada berbagai jenis usaha, menunjukkan bahwa tuntutan konsumen muda menjadi penggerak utama transformasi digital PKL.

### 2) **Tantangan-tantangan yang Dihadapi Pedagang Kaki Lima dalam Mengadopsi Sistem Pembayaran Cashless**

Proses adopsi QRIS tidak berjalan mulus dan dihadapkan pada berbagai kendala teknis, administratif, dan operasional. Kendala utama meliputi delay notifikasi, persyaratan administrasi yang rumit, ketergantungan pada jaringan internet, serta masalah teknis lainnya yang mempengaruhi pengalaman bertransaksi.

*"Kesulitannya kadang notif pembayaran tidak muncul jadi harus ngecek manual" (Pedagang Es Teller).*

*"Awal cara daftarnya si mas. harus ada Surat ijin perusahaan juga harus ada rekening itu doang si. NPWP juga harus punya, tapi setelah itu mudah kok" (Pedagang Kopi).*

*"Kadang delay masuknya" (Pedagang Pizza)*

*"Kalo sinyal sering si, kalo eror itu udah bagian dari maintenance nya mereka" (Pedagang Pizza)*

---

Proses pendaftaran yang memerlukan dokumen formal seperti NPWP dan surat izin usaha menjadi hambatan signifikan bagi pedagang dengan usaha berskala mikro. Masalah teknis seperti delay notifikasi dan ketergantungan pada sinyal internet masih sering terjadi dalam transaksi sehari-hari, meskipun tidak mengganggu operasional secara keseluruhan.

### **3) Strategi Adaptasi yang Dikembangkan oleh Pedagang Kaki Lima dalam Merespons Perilaku Cashless Generasi Z**

PKL mengembangkan beragam strategi adaptasi untuk mengatasi tantangan dalam mengadopsi QRIS, mencakup kolaborasi sosial, pembelajaran mandiri, dan pendekatan fleksibel dalam sistem pembayaran. Strategi ini berkembang secara alami dari pengalaman lapangan dan interaksi dengan berbagai pihak.

*"Dari temen sih, ada temen yang nyaranin buat Qris bareng gitu jadi ya langsung kita sama-sama" (Penjual Dimsum).*

*"Saya ke bank BCA, saya tanya sama petugas BCAnyanya mas di sini saya mau bikin rekening BCA tapi bisa enggak bikin Qris gitu. Nah si petugasnya itu. Oh bisa mas. Oh yaudah saya bikin" (Penjual Batagor)*

*"Saat ini kita fleksibel ya, menerima semuanya" (Penjual Dimsum)*

*"Daftar lewat handphone doang si mas" (Pedagang Es Teller).*

*"Ngga, daftar aja lewat hp ga ke bank, lewat aplikasi" (Penjual Ayam Geprek).*

*"Dari keponakan" (Penjual Batagor)*

Terdapat variasi dalam strategi adaptasi yang dipilih pedagang. Sebagian memilih pendekatan kolaboratif dengan belajar dari sesama pedagang atau keluarga, sementara lainnya memilih jalur mandiri melalui aplikasi mobile. Pola fleksibilitas pembayaran (menerima tunai dan non-tunai) menjadi strategi yang diterapkan semua pedagang untuk mengakomodir seluruh segmen konsumen.

Para pedagang menyampaikan harapan untuk pengembangan sistem pembayaran digital yang lebih baik ke depan, dengan fokus pada aspek keamanan, kemudahan pendaftaran, dan efisiensi proses. Beberapa pedagang bahkan berharap QRIS dapat diadopsi secara merata oleh semua pedagang di Pekalongan untuk menciptakan sistem pembayaran digital yang lebih menyeluruh.

Dari temuan penelitian yang sudah dikumpulkan, dapat dilihat bahwa kebiasaan Generasi Z yang lebih sering memakai pembayaran cashless membuat pedagang kaki lima di Kota Pekalongan mau tidak mau ikut beradaptasi. Banyak pedagang mengaku akhirnya menyediakan QRIS karena sering ditanya oleh pembeli muda atau pernah kehilangan pelanggan yang batal membeli gara-gara tidak bisa bayar pakai QRIS. Tekanan langsung dari

---

konsumen ini sebagai pendorong utama adopsi, yang dalam perspektif Diffusion of Innovation Theory, berperan sebagai saluran komunikasi interpersonal yang sangat kuat dalam tahap persuasi. Proses ini sejalan dengan temuan penelitian serupa di lokasi lain. Studi Armani & Sendjaja, (2025) pada pedagang kaki lima di Tangerang juga mengidentifikasi "kebutuhan konsumen" sebagai faktor paling berpengaruh dalam keputusan mereka untuk mulai menggunakan QRIS, menunjukkan bahwa dinamika persuasi melalui tekanan sosial dari sistem sosial terdekat ini bersifat umum di berbagai daerah.

Di samping itu, proses penggunaan QRIS juga tidak selalu lancar. Beberapa pedagang masih mengalami notif yang terlambat masuk, sinyal internet yang kurang stabil, dan syarat pendaftaran yang dirasa cukup ribet. Hambatan teknis dan administratif ini mewarnai tahap implementasi dalam proses difusi. Untuk menghadapi hal tersebut, para pedagang mengembangkan mekanisme adaptasi dalam sistem sosial mereka, seperti belajar dari teman, minta bantuan keluarga, daftar lewat aplikasi sendiri, atau tetap menyediakan pilihan pembayaran tunai supaya semua konsumen bisa terlayani. Strategi "fleksibilitas pembayaran" (menerima tunai dan non-tunai) yang ditemukan dalam penelitian ini merupakan bentuk adaptasi inovasi untuk mengurangi kompleksitas relatif dan meningkatkan kompatibilitas, sebagaimana juga dilaporkan dalam penelitian Sinaga et al., (2025) pada UMKM kuliner di Bogor.

Fenomena ini bisa terjadi karena Generasi Z, sebagai kelompok early adopter, memang menjadi penggerak utama dalam menyebarkan inovasi pembayaran digital. Kebiasaan mereka yang sudah terbiasa bertransaksi secara digital menciptakan efek jaringan dan tekanan bagi pedagang. Bagi pedagang kaki lima, perubahan pola pembayaran dari konsumen ini lebih "terasa" dan lebih mendesak sebagai bentuk persuasi langsung dibanding himbauan atau program digitalisasi dari pemerintah. Selain itu, kemampuan digital pedagang yang berbeda-beda juga memengaruhi kecepatan dan cara mereka melalui tahapan difusi. Variasi kemampuan ini, terutama terkait literasi digital, seringkali berkorelasi dengan usia pedagang dan menjadi faktor dalam karakteristik adopter. Temuan Nur'anggraini & Irawansyah, (2025) pada pedagang mikro di Bogor mengonfirmasi bahwa hambatan literasi digital dan adaptasi teknologi lebih menonjol pada pedagang berusia lanjut (kelompok late adopter), yang juga dapat menjadi pertimbangan dalam menyusun program pendampingan yang sesuai dengan karakteristik setiap segmen adopter.

Ketika disandingkan secara menyeluruh dengan Diffusion of Innovation Theory milik Rogers, pola adopsi QRIS pada PKL di Kota Pekalongan menunjukkan kesesuaian yang kuat dengan tahapan yang dijelaskan teori. Proses dimulai ketika pedagang memperoleh pengetahuan tentang QRIS dari lingkungan sekitar (interaksi dengan konsumen atau sesama pedagang). Mereka kemudian mengalami persuasi melalui tekanan nyata dari konsumen Generasi Z, yang seringkali diikuti oleh evaluasi keuntungan relatif dan kompatibilitas inovasi. Tahap keputusan untuk mencoba menggunakan QRIS muncul setelah mereka merasa terdorong untuk tidak kehilangan pelanggan. Pada tahap implementasi, mereka menghadapi berbagai hambatan teknis dan operasional, yang kemudian mereka atasi dengan berbagai strategi adaptasi. Akhirnya, setelah merasakan manfaatnya dalam aktivitas jual beli, seperti tidak kehilangan pelanggan dan transaksi yang tercatat rapi, mereka mencapai tahap konfirmasi untuk mempertahankan penggunaan QRIS. Pola adopsi bertahap dan berbasis kebutuhan konsumen

---

ini juga diamati dalam penelitian Sinaga et al., (2025), yang semakin menguatkan relevansi kerangka teori difusi inovasi dalam konteks transformasi digital sektor tradisional.

Hasil penelitian ini memberikan beberapa implikasi penting yang dapat dianalisis melalui lensa Diffusion of Innovation Theory. Pertama, untuk mempercepat dan mempermudah tahap implementasi, pedagang kaki lima perlu meningkatkan kemampuan digital mereka. Kedua, untuk mengurangi hambatan dalam keputusan dan implementasi, bank dan penyedia layanan perlu menyederhanakan persyaratan dan meningkatkan stabilitas layanan guna meningkatkan kompatibilitas dan kemudahan pengamatan inovasi bagi pedagang kecil. Ketiga, pemerintah atau komunitas UMKM dapat berperan sebagai agen perubahan yang terpercaya dengan menyediakan pelatihan dan sosialisasi yang tepat, guna memperkuat tahap pengetahuan dan persuasi. Pentingnya edukasi untuk membentuk persepsi positif terhadap keuntungan relatif dan kemudahan penggunaan inovasi juga menjadi rekomendasi kunci, sebagaimana ditekankan dalam penelitian Josua., (2019) yang menggunakan pendekatan serupa. Secara keseluruhan, temuan ini menunjukkan bahwa perubahan gaya transaksi di kalangan Generasi Z telah menciptakan pola difusi inovasi dari bawah (bottom-up) dalam dunia perdagangan, di mana pedagang kaki lima sebagai sistem sosial beradaptasi secara dinamis agar tetap relevan dan tidak tertinggal.

#### **4. KESIMPULAN**

Penelitian ini membuktikan bahwa perilaku cashless Generasi Z menjadi pendorong utama pedagang kaki lima (PKL) di Kota Pekalongan untuk mulai menggunakan pembayaran digital. Tekanan langsung dari pembeli muda yang sering tidak jadi beli jika tidak bisa bayar pakai QRIS memaksa PKL untuk berubah meskipun kemampuan digital mereka masih terbatas. Perubahan ini muncul dari bawah, yaitu dari interaksi langsung dengan konsumen, bukan dari program pemerintah.

Implikasi penelitian ini menunjukkan pentingnya pembelajaran digital yang mudah diakses oleh PKL, serta perlunya penyederhanaan cara mendaftar QRIS. Di sisi lain, cara-cara alami yang dilakukan PKL seperti belajar dari teman atau keluarga dan tetap menerima uang tunai ternyata membantu mereka bertahan di tengah perubahan teknologi tanpa kehilangan pelanggan lama.

Penelitian ini masih terbatas pada jumlah dan lokasi pedagang yang diwawancarai, sehingga belum mewakili seluruh PKL di Kota Pekalongan. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk melibatkan lebih banyak pedagang dari berbagai daerah dan jenis usaha, serta melihat peran pihak lain seperti bank atau dinas terkait dalam membantu PKL menggunakan QRIS. Penelitian lanjutan juga dapat mengukur secara langsung apakah QRIS benar-benar meningkatkan pendapatan pedagang.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Dewi Prahastiwi Indi Armani, T. S. (2025). *ANALISIS KEPUTUSAN ADOPTSI TEKNOLOGI QRIS PADA PEDAGANG KAKI LIMA : PERSPEKTIF PENGGUNA DAN NON-PENGGUNA*. 15(02), 115–124.

- 
- Dini Nur'angraini, R. I. (2025). *Pengaruh Sistem Pembayaran Digital Dalam Meningkatkan Efisiensi Transaksi Pedagang Mikro*. 4, 5469–5474.
- Ekowati, M. A. S., Dananti, K., & Wening, S. (2025). Bakso Go Online: Inisiatif Promosi Digital dan Pembayaran QRIS bagi Pedagang Kaki Lima. *Jurnal Akademik Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 206–213. <https://doi.org/10.61722/japm.v3i3.4736>
- Eliza, R., Zulkifli, Z., Syafwandi, S., Of, L. F.-I. J., & 2024, U. (2024). Analisis Perilaku Konsumen Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Di Indonesia: Literature Review. *J-Innovative.Org*, 4, 13147–13154. <http://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/12063>
- Fadhilah, J., Aja Anis Layyinna, C., Khatami, R., Kunci, K., & Digital Pembayaran Alternatif Inovasi Teknologi Keuangan Transaksi Online, D. (2021). Pemanfaatan Teknologi Digital Wallet Sebagai Solusi Alternatif Pembayaran Modern: Literature Review. *Icsejournal.Com*, 2(2), 89–97. <https://doi.org/10.36596/jcse.v2i2.219>
- Josua., R. C. P. (2019). *ANALISIS PERSEPSI PEDAGANG UMKM TERHADAP PENGGUNAAN QUICK RESPONSE CODE INDONESIA STANDARD (QRIS) DI KAWASAN KULINER PASAR LAMA KOTA TANGGERANG*. 1–9.
- Pangesti, F. M., Nadhiroh, A. F., Ghuri, E., Tanjung, D. S., Kusumaningrum, D. A., Rosyida, D., & Adiba, N. (2024). Pengaruh Penggunaan Financial Technology QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) Terhadap Tingkat Pendapatan Pedagang Kaki Lima di Sekitar. *Jsr.Ums.Ac.IdFM Pangesti, AF Nadhiroh, E Ghuri, DS Tanjung, DA Kusumaningrum, DRN AdibaDeterminasi: Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi, 2024*•*jsr.Ums.Ac.Id*, 2(1). <https://jsr.ums.ac.id/determinasi/article/view/196>
- Putri Jayanti, P., Nabila Yeva, P., & Sofia Nur Madina. (2024). Penggunaan QRIS Oleh UMKM Sebagai Praktik Usaha Dengan Gaya Hidup Cashless Di Era Digitalisasi. *Journal of International Multidisciplinary Research*, 2(5), 554–564. <https://doi.org/10.62504/jimr491>
- Ramadana, S. N., & Purwaningsih. (2024). Praktik Pedagang Dalam Bertransaksi Menggunakan Quick Response Indonesia Standard ( Qris ). *Journal GEEJ*, 15(1), 37–48.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). Free Press.
- Sinaga, A. P., Jannah, M., Raafigustina, T. A., Sitompul, S., & Lusa, S. (2025). Efektifitas Penggunaan Mobile Payment Qris dalam Meningkatkan Penjualan UMKM di Bidang Kuliner (Studi UMKM Suryakencana Bogor). *Jurnal Impresi Indonesia*, 4(9), 3334–3341. <https://doi.org/10.58344/jii.v4i9.6913>