

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

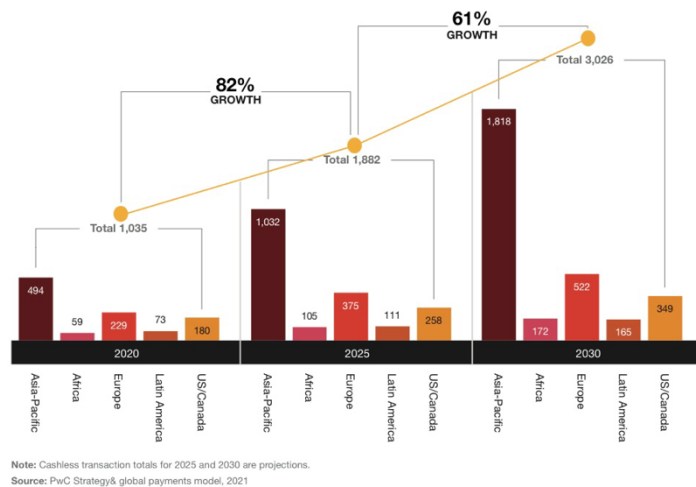
Perkembangan ilmu dalam penyelenggaraan layanan publik menandai dinamika penting dalam administrasi publik modern. Pergeseran paradigma menuju New Public Service menekankan orientasi yang lebih terbuka dan kolaboratif, di mana Denhardt dan Denhardt (2015) menegaskan pentingnya kemitraan antaraktor dalam merumuskan kebijakan dan program publik sesuai kebutuhan masyarakat. Prinsip utama NPS, yaitu “*Think Strategically, Act Democratically*”, mendorong peran pemerintah sebagai fasilitator dan mitra yang bekerja bersama warga dan pemangku kepentingan untuk menciptakan nilai publik (*public value*) melalui pelayanan yang inovatif, transparan, dan partisipatif.

Administrasi publik modern menempatkan inovasi kolaboratif (*collaborative innovation*) sebagai elemen kunci dalam peningkatan kualitas layanan serta penciptaan nilai publik. Konsep ini dikemukakan oleh Bommert (2010) memandang inovasi sebagai proses kerja sama antara sektor publik, swasta, dan masyarakat sipil melalui ko-kreasi dan ko-produksi untuk menjawab permasalahan publik yang kompleks. Gagasan ini diperluas oleh Hartley, Sørensen, dan Torfing (2013) yang menekankan pentingnya interaksi dinamis antar aktor dalam menghasilkan inovasi yang adaptif terhadap perubahan sosial dan kemajuan teknologi. Melalui kolaborasi lintas sektor, pemerintah dapat mengoptimalkan sumber daya dan pengetahuan untuk menghadirkan pelayanan publik yang responsif dan berkelanjutan di era digital.

Salah satu wujud inovasi layanan publik di era digital terlihat pada transformasi sistem pembayaran yang semakin praktis dan berorientasi pada kemudahan pengguna, sebagai bagian dari tren global menuju *cashless society*. Tazkiyyaturrohman (2018) mendefinisikan *cashless society* sebagai kondisi ketika transaksi ekonomi tidak lagi bergantung pada uang tunai, melainkan menggunakan uang elektronik atau digital. Tren ini menguat sejak awal 2010-an seiring perkembangan *financial technology*, meningkatnya

akses internet, dan penggunaan ponsel pintar, dengan negara-negara seperti Swedia, Korea Selatan, dan Tiongkok sebagai pelopor, sebelum akhirnya berkembang di negara berkembang termasuk Indonesia.

Gambar 1. 1 Grafik Total Transaksi Non-Tunai untuk Tahun 2020-2030
Menurut PwC Strategy 2021



PwC Strategy & global payments model 2021 (Pollini, 2021)

PwC Strategy & Global merupakan bagian dari *PricewaterhouseCoopers* (PwC) yang berfokus pada layanan konsultasi strategis berbasis riset global, termasuk analisis dan proyeksi tren sistem pembayaran dan keuangan digital. Menurut laporan Pollini (2021), volume transaksi non-tunai secara global diproyeksikan meningkat lebih dari 80% pada periode 2020-2025. Kawasan Asia-Pasifik menjadi wilayah dengan laju pertumbuhan tercepat dengan peningkatan sebesar 109% dari 2020 hingga 2025, diikuti Afrika (78%) dan Eropa (64%). Sementara itu, Amerika Latin mencatat pertumbuhan sebesar 52%, sedangkan AS dan Kanada mengalami pertumbuhan paling lambat di angka 43%. Tren ini menunjukkan bahwa pada tahun 2030, jumlah transaksi nontunai per kapita diperkirakan akan meningkat sekitar tiga kali lipat dibandingkan kondisi saat ini di seluruh wilayah.

Di Indonesia, proses digitalisasi sistem pembayaran menjadi bagian

penting dari implementasi *smart governance* sekaligus strategi untuk memperluas inklusi keuangan. Sejak peluncuran *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) pada tahun 2019, Bank Indonesia berupaya menyatukan berbagai sistem pembayaran berbasis kode QR agar lebih mudah digunakan, aman, serta terintegrasi antarplatform. Melalui Peraturan Anggota Dewan Gubernur (PADG) No. 21/18/PADG/2019, QRIS ditetapkan sebagai standar nasional bagi seluruh transaksi berbasis QR di Indonesia. QRIS digunakan untuk menstandarisasi seluruh aplikasi *e-wallet* yang menggunakan sistem QR Code (Sherlyani, 2023).

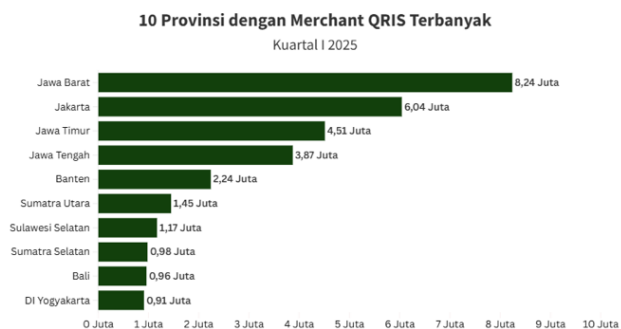
Program SIAP QRIS (Sehat, Inovatif, Aman, Pakai QRIS) merupakan salah satu inovasi unggulan Bank Indonesia yang berperan penting dalam mempercepat digitalisasi sistem pembayaran non-tunai, khususnya di sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Beberapa faktor yang mendorong adopsi QRIS di kalangan pelaku UMKM, antara lain kemudahan dan efisiensi transaksi tanpa perlu menyediakan uang kembalian, dukungan program sosialisasi dan pendampingan dari pemerintah, tidak adanya biaya pendaftaran, serta perubahan perilaku konsumen yang semakin terbiasa dengan pembayaran digital terutama di kalangan generasi muda (Nugroho & Puspitasari, 2021; Putri, 2024).

Pada perkembangannya kuartal pertama tahun 2025, implementasi QRIS menunjukkan pertumbuhan yang sangat signifikan dan menjadi salah satu tonggak utama dalam transformasi sistem pembayaran digital di Indonesia. Berdasarkan data Bank Indonesia, jumlah pengguna aktif QRIS telah melampaui 57 juta, dengan 38 juta pelaku usaha terdaftar dengan sebagian besar di antaranya merupakan pelaku UMKM. Nilai transaksi mencapai lebih dari Rp6,1 triliun, meningkat sekitar 173% dibandingkan periode yang sama pada tahun sebelumnya (Jean, 2025; Tempo, 2025). Program inovasi SIAP QRIS dirancang sebagai langkah strategis untuk memperluas adopsi pembayaran digital di kalangan masyarakat dan pelaku usaha kecil (Putri, 2024).

Terlepas dari keberhasilan yang telah dicapai, tantangan di tingkat mikro masih menjadi isu krusial. Tingkat adopsi QRIS di pasar tradisional dan sektor UMKM informal belum sepenuhnya merata. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti persepsi kemudahan penggunaan

(*perceived ease of use*), persepsi biaya (*perceived cost*), serta pengaruh sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelaku usaha dalam mengadopsi QRIS (Azqar & Kamal, 2025). Selain itu, rendahnya tingkat literasi digital, dan kekhawatiran terhadap keamanan transaksi menjadi hambatan nyata di lapangan (Listiyono, dkk., 2024). Muchtar dkk (2024) juga menegaskan bahwa tantangan digitalisasi UMKM bersifat multidimensional, mencakup aspek teknis, sosial, maupun kelembagaan yang saling berkaitan dan memengaruhi tingkat kesiapan pelaku usaha dalam beradaptasi terhadap inovasi digital.

Jumlah Merchant QRIS per Provinsi (Yonatan, 2025)



Gambar 1. 2 Daftar Provinsi dengan Merchant QRIS Terbanyak

Perkembangan digitalisasi sistem pembayaran melalui QRIS menunjukkan peningkatan yang pesat di berbagai wilayah di Indonesia. Merchant dalam konteks QRIS merupakan pelaku usaha atau penyedia barang dan/atau jasa yang menerima pembayaran nontunai menggunakan kode QR sebagai metode transaksi. Sejak diterapkan nasional, QRIS berhasil mendorong pelaku usaha untuk beradaptasi dengan transaksi nontunai yang lebih efisien dan aman. Namun, meskipun adopsinya terus bertambah, penyebarannya masih belum merata di seluruh daerah. Di Sulawesi Selatan sendiri tercatat 1,17 juta merchant, berbeda dengan provinsi lain seperti Sulawesi Barat, Maluku, dan Papua Barat masih memiliki jumlah pengguna QRIS yang jauh lebih sedikit. Kondisi ini menggambarkan adanya kesenjangan dalam pengimplementasian QRIS di Indonesia, yang dapat

disebabkan oleh perbedaan infrastruktur digital, literasi keuangan, serta tingkat kesiapan ekonomi daerah (Yonatan, 2025).

Sebagai langkah percepatan digitalisasi pembayaran, Bank Indonesia melalui Program SIAP QRIS menetapkan tiga segmen prioritas, yakni UMKM, rumah sakit, serta pasar tradisional. Di Kota Makassar, Pasar Terong menjadi salah satu contoh nyata implementasi program tersebut. Berlokasi di Jalan Pasar Terong, Wajo Baru, Kecamatan Bontoala dipilih sebagai lokasi penerapan QRIS secara menyeluruh melalui kerja sama antara Bank Indonesia Provinsi Sulawesi Selatan, Dinas Perdagangan dan Perindustrian, serta Perumda Pasar Makassar Raya pada tanggal 13 Desember 2021. Inisiatif ini menjadi bagian dari strategi transformasi sistem pembayaran di tingkat lokal yang berorientasi pada efisiensi, transparansi, dan peningkatan literasi keuangan masyarakat.

Pasar Terong merupakan salah satu pasar tradisional terbesar dan tertua di Kota Makassar yang memiliki peran strategis dalam distribusi kebutuhan pokok masyarakat. Dari segi kapasitas dan jumlah pelaku usaha, berdasarkan penelitian Amaliah dan Syahril (2022), Pasar Terong memiliki populasi pedagang sekitar 551 pedagang yang tersebar di berbagai zona perdagangan. Jumlah ini menunjukkan skala operasional yang cukup besar dan mencerminkan intensitas aktivitas ekonomi yang tinggi di pasar tradisional ini. Dengan ratusan pedagang yang beroperasi setiap hari, Pasar Terong menjadi salah satu sentra ekonomi yang vital bagi masyarakat Kota Makassar dan sekitarnya.

Namun, seperti pasar tradisional lainnya, Pasar Terong juga menghadapi tantangan dalam adopsi teknologi pembayaran digital. Meskipun Program SIAP QRIS di Pasar Terong telah diterapkan, akan tetapi berdasarkan observasi yang dilakukan, peneliti menemukan bahwa dalam penerapan QRIS, pedagang Pasar Terong masih menghadapi beberapa tantangan. Seperti penggunaan QRIS yang menghadapi hambatan budaya, terutama kebiasaan transaksi tunai, praktik tawar-menawar, dan pengelolaan uang secara fisik yang telah lama melekat dalam aktivitas pasar tradisional. Kendala yang paling terlihat adalah rendahnya kemudahan untuk diamati dan dicoba, di mana kode QRIS sering kali tidak dipasang secara jelas di lapak pedagang sehingga pembeli harus memintanya terlebih dahulu. Kondisi ini

membatasi kesempatan pedagang lain untuk melihat langsung manfaat QRIS dan mengurangi peluang terjadinya uji coba secara bertahap.

Terlepas dari berbagai kemudahan yang ditawarkan, manfaat penggunaan QRIS masih diragukan karena sebagian pedagang memiliki persepsi adanya potongan biaya pada setiap transaksi yang dianggap dapat mengurangi keuntungan, meskipun pada praktiknya hal tersebut tidak selalu terjadi, serta belum sepenuhnya yakin bahwa pencatatan digital lebih mudah dibandingkan dengan pencatatan manual. Secara keseluruhan, temuan ini menunjukkan bahwa penerapan QRIS di Pasar Terong masih belum berjalan secara optimal.

Kendala-kendala tersebut menunjukkan bahwa meskipun QRIS telah diperkenalkan di Pasar Terong, proses difusi inovasi belum berjalan secara optimal. Hal ini sejalan dengan temuan Arifin, Kasmawati, dan Cudai (2025) yang menyatakan bahwa governance di Pasar Tradisional Terong menghadapi kendala infrastruktur yang tidak memadai dan keterbatasan adopsi teknologi digital, sehingga diperlukan pendampingan melalui kegiatan pelatihan dan reformasi manajemen.

Fenomena penggunaan QRIS terhadap pelaku UMKM sebagai metode pembayaran telah banyak diteliti sebelumnya, misalnya penelitian yang dilakukan oleh Mahyuni dan Wayan (2021), yang meneliti faktor-faktor yang memengaruhi niat UMKM menggunakan QRIS dengan menggabungkan *Theory of Planned Behavior* (TPB) dan *Technology Acceptance Model* (TAM). Melalui pendekatan kuantitatif dan analisis PLS-SEM terhadap 203 responden UMKM dari berbagai daerah, penelitian tersebut menunjukkan bahwa niat penggunaan QRIS dipengaruhi oleh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, serta dukungan sosial dan lingkungan. Berbeda dengan penelitian tersebut, penelitian ini menggunakan Teori Difusi Inovasi Rogers sebagai kerangka analisis untuk mengkaji proses penyebaran dan adopsi Program SIAP QRIS di kalangan pelaku UKM Pasar Terong Kota Makassar. Fokus penelitian tidak hanya pada niat penggunaan teknologi, tetapi juga pada bagaimana QRIS diperkenalkan, dikomunikasikan, dan diadopsi dalam sistem sosial pasar tradisional. Dengan demikian, penelitian ini menekankan aspek utama difusi inovasi, seperti karakteristik dari inovasi yang diterapkan.

Penelitian Vidiastuti (2022) juga mengadopsi Teori Difusi Inovasi,

namun dalam konteks yang berbeda, yakni adopsi platform pemasaran digital SiBakul Markethub di Daerah Istimewa Yogyakarta selama pandemi COVID-19. Dengan pendekatan deskriptif kualitatif, penelitian tersebut menyoroti peran teknologi pemasaran digital dalam memperluas jangkauan pasar UMKM. Perbedaan utama terletak pada jenis inovasi dan konteks penelitian, di mana Vidiastuti mengkaji inovasi *e-commerce* lintas sektor UMKM, sedangkan penelitian ini berfokus pada sistem pembayaran digital QRIS di lingkungan pasar tradisional yang masih didominasi budaya transaksi tunai.

Sementara itu, penelitian Safitri dan Suhendi (2025) menganalisis efektivitas penggunaan QRIS terhadap inklusi keuangan di Kota Semarang menggunakan pendekatan kuantitatif dan regresi linier berganda terhadap 100 responden pengguna QRIS di wilayah perkotaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa QRIS berkontribusi positif terhadap peningkatan akses layanan keuangan digital. Berbeda dari penelitian sebelumnya yang berfokus terhadap penilaian dampak terhadap penggunaan QRIS, penelitian ini lebih berfokus pada proses difusi inovasi Program SIAP QRIS di Pasar Terong. Hal ini dilakukan berdasarkan temuan rendahnya literasi digital, resistensi terhadap perubahan, dan kuatnya budaya transaksi tunai. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baru dalam memahami dinamika difusi inovasi QRIS di lingkungan pasar tradisional yang masih terbatas dalam kajian sebelumnya.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini menganalisis proses difusi inovasi Program SIAP QRIS pada pelaku UKM di Pasar Terong, Kota Makassar. Dengan rumusan permasalahan yakni "Bagaimana proses difusi inovasi Program SIAP QRIS di kalangan pedagang Pasar Terong Makassar?". Penelitian ini akan mengkaji lima karakteristik utama difusi inovasi menurut Rogers (2003), yaitu: Keuntungan Relatif (*Relative Advantage*), Kesesuaian (*Compatibility*), Kerumitan (*Complexity*), Kemampuan untuk Diuji Coba (*Trialability*), dan Kemudahan untuk Diamati (*Observability*) yang melibatkan aktor seperti Bank Indonesia, pemerintah daerah, dan komunitas pedagang pasar tradisional. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis proses difusi inovasi tersebut dengan judul **"DIFUSI INOVASI PEMBAYARAN DIGITAL DALAM PROGRAM SIAP QRIS (STUDI KASUS PEDAGANG DI PASAR TERONG**

MAKASSAR)."

1.2 Tinjauan Teori

1.2.1 Teori Difusi Inovasi

Difusi adalah proses penyebaran suatu ide, praktik, atau objek baru dari sumber asalnya ke pengguna atau pengadopsi lain dalam suatu sistem sosial melalui saluran komunikasi tertentu dalam jangka waktu tertentu. Proses ini melibatkan bagaimana informasi tentang sesuatu yang baru dikomunikasikan dan disebarluaskan di antara anggota masyarakat atau organisasi (Rogers, 2003). Inovasi sendiri didefinisikan sebagai ide, praktik, atau objek yang dipersepsikan sebagai sesuatu yang baru oleh individu atau unit adopsi lainnya, di mana kebaruan ini bersifat subjektif berdasarkan persepsi penerima (Schumpeter, 1934). Inovasi dapat berupa produk teknologi, metode kerja, kebijakan sosial, atau bahkan ide-ide konseptual yang membawa perubahan dalam cara orang berpikir atau bertindak.

Teori Difusi Inovasi yang dikemukakan oleh Everett M. Rogers (2003) merupakan salah satu kerangka teoritik yang paling banyak digunakan untuk menjelaskan bagaimana sebuah inovasi diperkenalkan, disebarkan, dan akhirnya diadopsi oleh individu atau kelompok dalam suatu sistem sosial. Rogers mendefinisikan difusi sebagai proses dimana sebuah inovasi dikomunikasikan melalui saluran tertentu, dalam jangka waktu tertentu, di antara anggota suatu sistem sosial. Dengan demikian, difusi tidak hanya bergantung pada aspek teknis inovasi, tetapi sangat dipengaruhi oleh persepsi individu, karakteristik sosial-budaya, serta interaksi antar pelaku dalam suatu lingkungan tertentu.

Rogers (2003) mengidentifikasi empat elemen utama dalam proses difusi inovasi, yaitu: pertama, inovasi itu sendiri sebagai ide, praktik, atau objek yang dianggap baru oleh individu atau unit adopsi lainnya; kedua, saluran komunikasi yang menjadi media penyebaran informasi tentang inovasi; ketiga, waktu yang mencakup durasi proses pengambilan keputusan dan kecepatan adopsi dalam sistem sosial; dan keempat, sistem sosial yang merupakan serangkaian unit yang saling terkait dan terlibat dalam pemecahan masalah bersama untuk mencapai tujuan tertentu. Teori ini mencakup berbagai aspek seperti proses keputusan inovasi, kategori

adopter, karakteristik inovasi, serta peran sistem sosial dan saluran komunikasi dalam penyebaran inovasi.

Salah satu aspek penting yang ditekankan Rogers (2003) dalam proses difusi inovasi adalah peran saluran komunikasi (*communication channels*) dalam menyebarkan suatu inovasi kepada anggota sistem sosial. Rogers membedakan dua jenis saluran komunikasi, yaitu saluran media massa (*mass media channels*) yang efektif untuk menciptakan kesadaran (*awareness*) mengenai keberadaan suatu inovasi secara cepat kepada khalayak luas, dan saluran interpersonal (*interpersonal channels*) yang melibatkan komunikasi tatap muka antarindividu dan dinilai lebih efektif dalam membentuk maupun mengubah sikap terhadap suatu inovasi, khususnya untuk membujuk seseorang mengadopsi ide baru. Rogers (2003) juga menekankan konsep homofili (*homophily*), yaitu kecenderungan individu untuk berkomunikasi lebih efektif dengan sesama anggota sistem sosial yang memiliki kesamaan karakteristik, seperti usia, kepercayaan, pendidikan, maupun status sosial. Semakin homogen suatu sistem sosial, semakin cepat proses difusi berlangsung karena pesan mengenai inovasi lebih mudah dipahami dan diterima antaranggota yang serupa.

Dalam konteks masyarakat yang telah lebih dahulu mengenal budaya tradisional, seperti kebiasaan tawar-menawar dalam sistem transaksi di pasar, cara sebuah inovasi dikomunikasikan menjadi faktor determinan bagi kecepatan penerimaannya. Rogers (2003) menjelaskan bahwa kecepatan difusi (*rate of adoption*) suatu inovasi tidak semata-mata bergantung pada karakteristik inovasi itu sendiri, tetapi juga pada bagaimana pesan inovasi dikemas dan disampaikan agar selaras dengan norma serta nilai sosial-budaya yang telah mengakar dalam sistem sosial penerima. Ketika inovasi dipersepsikan bertentangan dengan kebiasaan yang sudah lama dipraktikkan, misalnya anggapan bahwa pembayaran digital akan menghilangkan ruang tawar-menawar, maka proses difusi cenderung berjalan lebih lambat karena masyarakat memerlukan waktu untuk merekonstruksi pemahaman mereka, yang lebih efektif dilakukan melalui saluran komunikasi interpersonal dibandingkan sosialisasi satu arah semata. Dalam kaitannya dengan Pasar Terong, kondisi ini menjadi relevan untuk dicermati, mengingat pedagang dan pembeli di pasar tradisional

tersebut masih memiliki keterikatan kuat terhadap budaya tawar-menawar sebagai bagian dari interaksi jual-beli sehari-hari, sehingga bagaimana Program SIAP QRIS dikomunikasikan turut menentukan sejauh mana inovasi ini dapat diterima tanpa dianggap mengancam kebiasaan tersebut. Temuan mengenai hal ini akan diuraikan lebih lanjut pada bagian hasil penelitian dan pembahasan.

Dalam teori juga terdapat lima karakteristik utama dari inovasi yang menentukan cepat atau lambatnya tingkat adopsi suatu inovasi. Kelima karakteristik tersebut adalah Keunggulan Relatif (*Relative Advantage*), Kesesuaian (*Compatibility*), Kompleksitas (*Complexity*), Kemampuan untuk Diuji Coba (*Trialability*), dan Keterlihatan (*Observability*). Rogers menekankan bahwa karakteristik inilah yang paling menentukan persepsi individu terhadap inovasi dan pada akhirnya mempengaruhi keputusan adopsi.

1. Keunggulan Relatif (*Relative Advantage*)

Keunggulan relatif merujuk pada sejauh mana suatu inovasi dipersepsikan lebih baik dibandingkan praktik atau metode sebelumnya. Keunggulan ini tidak hanya diukur secara objektif, tetapi melalui persepsi individu terhadap manfaat yang diberikan, baik dari aspek efisiensi, kenyamanan, keamanan, maupun citra sosial. Rogers (2003) menyatakan bahwa semakin besar keunggulan relatif yang dipersepsikan oleh pengguna, maka semakin cepat sebuah inovasi diadopsi. Keunggulan relatif dapat diukur dalam berbagai dimensi. Pertama, dari segi ekonomi, inovasi dapat memberikan profitabilitas lebih tinggi, penghematan biaya, atau efisiensi operasional. Kedua, dari segi kenyamanan dan kepuasan, inovasi dapat meningkatkan kemudahan penggunaan dan mengurangi upaya yang diperlukan. Ketiga, dari segi citra sosial, adopsi inovasi dapat meningkatkan status atau citra pengguna di mata komunitas. Rogers menekankan bahwa persepsi keunggulan bersifat subjektif dan dapat berbeda antar individu meskipun menghadapi inovasi yang sama.

Dalam konteks adopsi QRIS oleh pedagang pasar tradisional, keunggulan relatif dapat berupa persepsi mengenai kemudahan transaksi tanpa perlu menyediakan uang kembalian, pengurangan risiko kehilangan

atau menerima uang palsu, potensi peningkatan penjualan karena konsumen lebih fleksibel dalam pembayaran, serta kemudahan dalam pencatatan transaksi. Namun, persepsi ini harus dibandingkan dengan *perceived costs* seperti ketergantungan pada teknologi, biaya perangkat, atau biaya transaksi yang mungkin dibebankan.

2. Kesesuaian (*Compatibility*)

Kesesuaian adalah sejauh mana inovasi dianggap selaras dengan nilai, pengalaman masa lalu, kebiasaan, serta kebutuhan calon pengguna. Inovasi yang tidak kompatibel dengan budaya, tradisi, atau cara kerja suatu komunitas akan lebih sulit diterima. Rogers (2003) menekankan bahwa inovasi yang bertentangan dengan norma sistem sosial memerlukan perubahan nilai terlebih dahulu, yang prosesnya cenderung lambat dan memerlukan upaya sosialisasi yang intensif. Kesesuaian dapat dievaluasi dari beberapa aspek. Pertama, *compatibility* dengan nilai sosial-budaya yang berlaku dalam komunitas, termasuk norma, kepercayaan, dan tradisi yang sudah mengakar. Kedua, *compatibility* dengan pengalaman adopsi sebelumnya, dimana individu yang pernah mengadopsi inovasi serupa akan lebih mudah menerima inovasi baru. Ketiga, *compatibility* dengan kebutuhan yang dirasakan, dimana inovasi harus menjawab masalah nyata yang dialami calon pengguna.

Dalam konteks Pasar Terong, tingkat kesesuaian QRIS sangat dipengaruhi oleh budaya transaksi tunai yang sudah mengakar selama bertahun-tahun, dimana pedagang dan pembeli sama-sama terbiasa dengan pembayaran cash dan interaksi langsung dalam proses tawar-menawar. Tingkat kesesuaian juga dipengaruhi oleh kebiasaan pedagang dalam mengelola keuangan secara manual, tingkat pemahaman teknologi yang masih terbatas pada sebagian pedagang, serta persepsi bahwa pembayaran digital mungkin kurang personal dibandingkan transaksi tunai yang melibatkan interaksi sosial lebih intim. Selain itu, kesesuaian QRIS dengan kebutuhan pedagang juga bergantung pada karakteristik pembeli di pasar, apakah mereka sudah terbiasa dengan pembayaran digital atau masih dominan menggunakan uang tunai.

3. Kompleksitas (*Complexity*)

Kompleksitas merujuk pada tingkat kesulitan yang dirasakan pengguna dalam memahami atau menggunakan suatu inovasi. Inovasi yang dianggap sulit dipahami, memerlukan keterampilan teknis tertentu, atau memiliki prosedur penggunaan yang rumit akan diadopsi lebih lambat. Rogers (2003) menjelaskan bahwa persepsi kompleksitas sangat berpengaruh dalam komunitas yang memiliki keterbatasan literasi teknologi atau pendidikan formal. Berbeda dengan keempat karakteristik lainnya yang berkorelasi positif dengan adopsi, kompleksitas berkorelasi negatif artinya semakin kompleks suatu inovasi dipersepsikan, semakin rendah tingkat adopsinya. Kompleksitas tidak hanya berkaitan dengan aspek teknis, tetapi juga dengan aspek kognitif dan psikologis pengguna. Inovasi yang memerlukan perubahan kebiasaan signifikan, penguasaan keterampilan baru, atau pemahaman konsep yang abstrak akan dipersepsikan lebih kompleks. Rogers menekankan bahwa kompleksitas adalah persepsi subjektif, sehingga inovasi yang secara objektif sederhana dapat dipersepsikan kompleks oleh individu dengan latar belakang tertentu.

Dalam kasus QRIS di pasar tradisional, persepsi kompleksitas dapat muncul dari berbagai sumber. Pertama, kesulitan teknis dalam menggunakan smartphone, terutama bagi pedagang berusia lanjut yang kurang familiar dengan teknologi digital. Kedua, ketidakpahaman tentang prosedur menerima pembayaran, mengkonfirmasi transaksi, dan mengatasi masalah teknis jika terjadi error. Ketiga, kekhawatiran tentang keamanan data dan rekening bank yang terhubung dengan QRIS. Kompleksitas ini dapat diminimalkan melalui pelatihan, pendampingan, dan penyediaan customer support yang responsif.

4. Kemampuan untuk Diuji Coba (*Trialability*)

Kemampuan untuk diuji coba adalah sejauh mana inovasi dapat dicoba dalam skala kecil atau secara terbatas sebelum digunakan secara penuh. Inovasi dengan tingkat *trialability* yang tinggi akan lebih mudah diterima karena mengurangi ketidakpastian dan risiko persepsi pengguna. Rogers (2003) menunjukkan bahwa individu lebih percaya diri mengadopsi inovasi setelah merasakan sendiri manfaatnya melalui percobaan terbatas tanpa komitmen penuh. *Trialability* memiliki peran penting dalam mengurangi *psychological barriers* atau ketakutan dalam bertindak terhadap adopsi.

Ketika calon pengguna dapat mencoba inovasi tanpa investasi besar atau komitmen jangka panjang, mereka dapat belajar secara *learning by doing*, mengidentifikasi manfaat nyata, dan mengembangkan kepercayaan diri dalam menggunakan inovasi. Rogers menekankan bahwa *trialability* sangat penting pada tahap awal adopsi, terutama untuk inovasi yang dipersepsikan kompleks atau berisiko.

Dalam Program SIAP QRIS, tingkat *trialability* dapat ditingkatkan melalui berbagai cara. Pertama, aktivasi QRIS tanpa biaya pendaftaran atau biaya bulanan, sehingga pedagang dapat mencoba tanpa beban finansial. Kedua, pendampingan langsung dari petugas program yang membantu pedagang melakukan transaksi pertama. Ketiga, demonstrasi penggunaan QRIS di hadapan pedagang lain, sehingga mereka dapat mengamati prosesnya secara langsung. Keempat, simulasi transaksi atau trial period dimana pedagang dapat menggunakan QRIS dalam skala terbatas sebelum mengadopsi sepenuhnya. Kelima, testimoni dari pedagang yang sudah mengadopsi QRIS dan merasakan manfaatnya dapat menjadi bentuk uji coba bagi pedagang lain. Semakin mudah pedagang dapat mencoba QRIS tanpa risiko, semakin besar kemungkinan mereka akan mengadopsinya

5. Keterlihatan (*Observability*)

Keterlihatan mengacu pada sejauh mana hasil dari inovasi dapat dilihat atau diamati oleh orang lain dalam sistem sosial. Inovasi dengan hasil yang mudah terlihat akan lebih cepat menyebar karena memunculkan efek imitasi antar individu dalam sistem sosial. Rogers (2003) menekankan bahwa *observability* memicu diskusi interpersonal dan rekomendasi antar pengguna, yang merupakan saluran komunikasi paling efektif dalam difusi inovasi. Semakin mudah hasil adopsi diamati oleh orang lain, semakin besar kemungkinan inovasi tersebut dibicarakan dan diadopsi oleh anggota lain dalam sistem sosial. *Observability* tidak hanya berkaitan dengan visibilitas fisik inovasi, tetapi juga dengan kemudahan mengkomunikasikan hasil atau manfaat yang diperoleh. Inovasi yang menghasilkan perubahan dramatis atau improvement yang jelas akan lebih mudah diamati dan dibicarakan. Dalam sistem sosial yang homogen dan saling terhubung erat seperti komunitas pasar tradisional, *observability* memiliki peran sangat krusial karena pedagang cenderung mengamati dan meniru perilaku pedagang lain

yang dianggap sukses.

Pada pasar tradisional, *observability* QRIS dapat termanifestasi dalam berbagai bentuk. Pertama, pedagang yang melihat rekan lainnya menerima pembayaran QRIS secara praktis tanpa perlu menyiapkan uang kembalian. Kedua, pengamatan terhadap transaksi yang lebih cepat dan efisien dibandingkan pembayaran tunai. Ketiga, *visibility* dari QR code yang ditampilkan di lapak pedagang sebagai signal bahwa pedagang tersebut menerima pembayaran digital. Keempat, diskusi informal antar pedagang tentang pengalaman menggunakan QRIS, termasuk cerita tentang peningkatan penjualan atau kemudahan yang dirasakan. Kelima, testimoni nyata dari pedagang *early adopters* yang dapat menjadi bukti sosial bagi pedagang lain. Semakin banyak pedagang yang terlihat menggunakan QRIS dengan sukses, semakin kuat dorongan sosial bagi pedagang lain untuk ikut mengadopsi.

1.2.2 Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS)

Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) merupakan standar kode QR pembayaran yang ditetapkan oleh Bank Indonesia bersama Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) untuk memfasilitasi transaksi digital yang lebih mudah, cepat, dan aman (Dewan Nasional Keuangan Inklusif, 2020). QRIS mengintegrasikan berbagai sistem pembayaran berbasis QR Code dari seluruh Penyedia Jasa Pembayaran ke dalam satu standar nasional yang interoperabel, sehingga konsumen dapat menggunakan aplikasi pembayaran manapun, seperti GoPay, OVO, DANA, maupun mobile banking untuk transaksi di merchant yang sama (Bank Indonesia, 2019). Sebelum adanya QRIS, setiap penyedia layanan pembayaran memiliki kode QR tersendiri sehingga menyulitkan pedagang yang harus menyediakan banyak kode QR sekaligus. Kehadiran QRIS sebagai standar tunggal mengatasi fragmentasi tersebut dan menjadikan transaksi digital lebih efisien.

Program SIAP QRIS merupakan akronim dari Sehat, Inovatif, Aman, Pakai QRIS merupakan sebuah program kolaborasi antara Bank Indonesia dan Kementerian Perdagangan Republik Indonesia yang dirancang sebagai upaya transformasi ekonomi digital di pasar rakyat dan pusat perbelanjaan di

seluruh Indonesia. Program ini secara resmi diluncurkan pada 5 November 2021 di Kabupaten Minahasa, Provinsi Sulawesi Utara, bersamaan dengan uji coba perdana di 51 pasar rakyat dan 45 pusat perbelanjaan yang tersebar di 34 provinsi (Jalin, 2021). Kelahiran program ini dilatarbelakangi oleh dua kondisi yang berlangsung bersamaan: jumlah merchant QRIS yang telah menembus 12 juta pengguna melampaui target awal, dan konteks pandemi COVID-19 yang menuntut transaksi tanpa kontak fisik sebagai protokol kesehatan, sehingga digitalisasi pembayaran di pasar tradisional sekaligus menjadi bagian dari respons terhadap krisis kesehatan (Jalin, 2021).

Program SIAP QRIS memiliki tiga tujuan strategis yang saling berkaitan: pertama, mendorong perluasan akseptasi pembayaran digital di pasar-pasar rakyat dan pusat perbelanjaan; kedua, mendukung pemulihan ekonomi nasional pascapandemi melalui peningkatan produktivitas sektor riil; dan ketiga, memperluas inklusi keuangan dengan memasukkan lebih banyak pelaku usaha ke dalam ekosistem keuangan digital (Jalin, 2021). Program ini menargetkan tiga segmen prioritas, yaitu UMKM di pasar tradisional, rumah sakit, dan pusat perbelanjaan. Fokus pada pasar tradisional didasari oleh pertimbangan bahwa segmen ini merupakan tulang punggung ekonomi rakyat, namun tingkat adopsi pembayaran digitalnya masih sangat rendah akibat dominasi budaya tunai, keterbatasan literasi digital, dan minimnya infrastruktur pendukung.

Dalam pelaksanaannya, Program SIAP QRIS menerapkan pendekatan kolaborasi multipihak yang melibatkan Bank Indonesia sebagai inisiator dan koordinator, Kementerian Perdagangan sebagai mitra regulasi, pemerintah daerah, pengelola pasar, serta Penyedia Jasa Pembayaran (PJP) seperti bank dan perusahaan fintech. Secara teknis, program mencakup kegiatan pendaftaran dan aktivasi QRIS bagi pedagang, sosialisasi manfaat dan tata cara penggunaan, pelatihan dan simulasi transaksi langsung, serta pengawasan dan evaluasi pascapeluncuran.

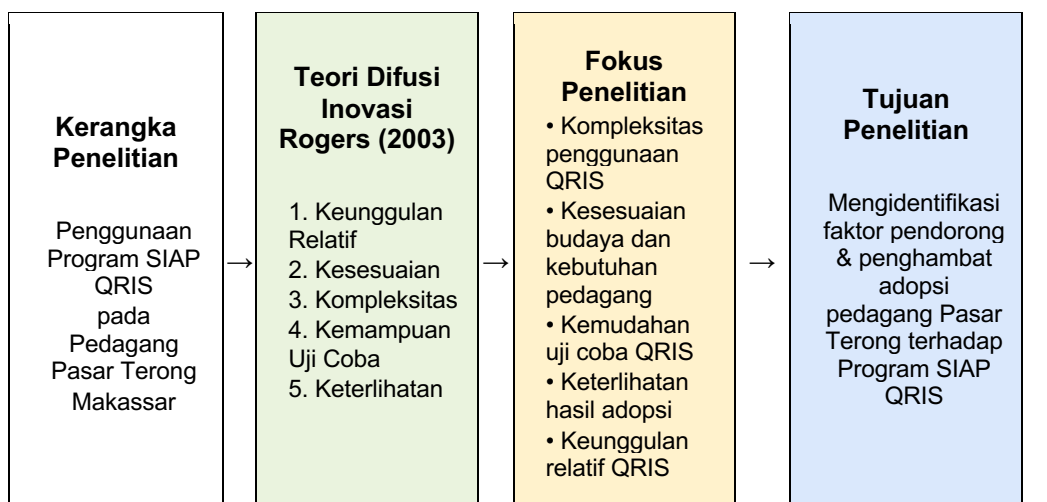
Penelitian ini secara spesifik menggunakan lima karakteristik inovasi Rogers (2003) sebagai kerangka analisis utama untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi QRIS oleh pedagang di Pasar Terong. Pemilihan fokus ini didasarkan pada relevansinya dengan tujuan penelitian yang ingin mengidentifikasi faktor pendorong maupun penghambat adopsi,

karena lima karakteristik tersebut memberikan dimensi analitis yang konkret dan saling melengkapi untuk menilai persepsi pedagang terhadap QRIS. Secara tujuan, Rogers mengatakan bahwa konsep ini ingin melihat bagaimana inovasi ini bisa digunakan khususnya di pasar-pasar tradisional.

Konsep ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana inovasi seperti QRIS, yang merupakan pembayaran digital, dapat menyebar dan diterima (diadopsi) di dalam lingkungan sistem sosial yang spesifik, seperti komunitas pedagang di pasar tradisional. Dalam konteks ini, Teori Difusi Inovasi ingin mengidentifikasi mengapa dan bagaimana pedagang di Pasar Terong mengambil keputusan untuk mengadopsi atau menolak QRIS, dengan mempertimbangkan aspek-aspek unik dari pasar tradisional seperti budaya transaksi tunai yang kuat, tingkat literasi digital yang beragam, dan interaksi sosial yang erat. Selain itu, pemfokusan pada karakteristik inovasi mempertimbangkan keterbatasan metodologis penelitian skripsi yang tidak memungkinkan eksplorasi seluruh aspek teori secara komprehensif. Dengan demikian, pembatasan ini menjadi pilihan metodologis yang relevan untuk menjawab pertanyaan penelitian secara mendalam, terarah, dan tetap realistis dalam ruang lingkup penelitian yang tersedia.

Gambar 1. 3 Kerangka Pikir

(Studi Kasus Pedagang di Pasar Terong Makassar)



1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses difusi inovasi Program SIAP QRIS pada pelaku UKM di Pasar Terong, Kota Makassar, dengan menggunakan kerangka Teori Difusi Inovasi Rogers (2003). Fokus utama penelitian diarahkan pada identifikasi persepsi pedagang terhadap karakteristik inovasi QRIS yang meliputi keunggulan relatif, kesesuaian, kompleksitas, kemampuan untuk diuji coba, dan keterlihatan dalam konteks pasar tradisional. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan dinamika interaksi antara aktor-aktor yang terlibat, seperti Bank Indonesia, pemerintah daerah, pengelola pasar, dan komunitas pedagang, dalam mendukung implementasi Program SIAP QRIS. Penelitian ini juga bermaksud untuk Mengidentifikasi faktor pendorong & penghambat adopsi pedagang Pasar Terong terhadap Program SIAP QRIS sebagai upaya transformasi sistem pembayaran digital yang inklusif, adaptif, dan berkelanjutan.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini berperan sebagai tambahan referensi ilmiah. Temuan penelitian menjadi sumber rujukan bagi mahasiswa, akademisi, dan peneliti dalam mengkaji model difusi inovasi teknologi pembayaran digital dengan pendekatan koordinasi jaringan multipihak. Penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai dasar argumentasi ilmiah dalam penyusunan kebijakan yang lebih inklusif dan responsif terhadap kebutuhan pelaku UKM di sektor informal.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini menyediakan informasi mengenai faktor-faktor yang memengaruhi proses perpindahan menuju penggunaan QRIS di pasar tradisional, yang dapat dijadikan dasar bagi Bank Indonesia dan Pemerintah Daerah dalam merancang strategi sosialisasi dan pendampingan yang lebih efektif. Bagi pelaku UKM, penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai manfaat QRIS sehingga dapat mendorong adaptasi terhadap

sistem pembayaran digital. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat menjadi acuan dalam mengkaji proses perpindahan dalam difusi inovasi teknologi digital di sektor informal.

BAB II

METODE PENELITIAN

2.1 Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Creswell (2014) mengemukakan bahwa pendekatan kualitatif mengarah pada eksplorasi dan memahami makna yang diperoleh melalui suatu masalah sosial atau kemanusiaan oleh individu maupun suatu kelompok. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk memahami secara mendalam proses difusi inovasi Program SIAP QRIS di kalangan pedagang Pasar Terong, Makassar, dengan fokus pada persepsi, pengalaman, dan dinamika adopsi teknologi pembayaran digital dalam setting pasar tradisional.

Metode deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk menggambarkan secara sistematis dan faktual tentang karakteristik inovasi QRIS berdasarkan Teori Difusi Inovasi Rogers (2003), meliputi keunggulan relatif, kesesuaian, kompleksitas, kemampuan untuk diuji coba, dan keterlihatan. Sugiyono (2017) menjelaskan bahwa metode deskriptif kualitatif bertujuan mendeskripsikan fenomena yang ada secara alamiah tanpa manipulasi variabel, sehingga sesuai untuk memahami dinamika adopsi QRIS di lingkungan pasar tradisional dengan segala kompleksitas sosial, budaya, dan teknologinya.

2.2 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain studi kasus (*case study design*) sebagaimana dikemukakan oleh Yin (2018), yang mendefinisikan studi kasus sebagai penyelidikan empiris yang menginvestigasi fenomena kontemporer dalam konteks kehidupan nyata, terutama ketika batasan antara fenomena dan konteks tidak begitu jelas. Creswell (2018) menambahkan bahwa studi kasus merupakan pendekatan kualitatif yang memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi kasus atau berbagai kasus secara mendalam melalui pengumpulan data yang detail dengan

menggunakan berbagai prosedur pengumpulan data dalam periode waktu tertentu.

Penelitian ini secara spesifik menggunakan desain studi kasus tunggal (*single case study*) dengan unit analisis berupa proses difusi inovasi Program SIAP QRIS di kalangan pedagang Pasar Terong, Makassar. Pemilihan studi kasus tunggal didasarkan pada beberapa pertimbangan mendasar. Pertama, Pasar Terong merupakan kasus yang kritis karena menjadi salah satu lokasi prioritas implementasi Program SIAP QRIS di Sulawesi Selatan yang melibatkan kolaborasi multipihak antara Bank Indonesia, Pemerintah Daerah, dan komunitas pedagang. Kedua, Pasar Terong memiliki karakteristik yang unik sebagai pasar tradisional terbesar dan tertua di Kota Makassar dengan populasi sekitar 551 pedagang yang masih kental dengan budaya transaksi tunai, namun menjadi sasaran transformasi digital melalui QRIS. Ketiga, dinamika adopsi QRIS di Pasar Terong bersifat representatif yang mencerminkan tantangan umum yang dihadapi pasar tradisional di Indonesia dalam mengadopsi inovasi pembayaran digital.

Studi kasus ini bersifat deskriptif-eksplanatoris, di mana peneliti tidak hanya mendeskripsikan proses difusi inovasi QRIS, tetapi juga menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi berdasarkan lima karakteristik inovasi Rogers (2003). Batasan kasus dalam penelitian ini mencakup batasan tempat yaitu Pasar Terong di Kecamatan Bontoala, Kota Makassar, batasan waktu yang meliputi periode implementasi Program SIAP QRIS hingga saat penelitian dilakukan, serta batasan subjek yang berfokus pada pedagang Pasar Terong sebagai unit analisis utama dengan melibatkan aktor pendukung seperti Bank Indonesia, Pemerintah Daerah, dan konsumen.

2.3 Prosedur Penelitian

2.3.1 Informan Penelitian

Informan dalam penelitian ini merupakan orang yang dianggap dapat memberikan informasi dan data mengenai isu yang diangkat dalam

penelitian. Informan didasarkan pada relevansi, kredibilitas dan kapasitasnya dalam pemberian informasi yang bersangkutan. Adapun informan pada penelitian ini, yaitu :

- a. Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sulawesi Selatan
- b. Kepala Bidang Usaha dan Perdagangan, Dinas Perdagangan Kota Makassar (Bapak "F")
- c. Pengelola Pasar Terong, Perumda Pasar Makassar Raya (Ibu "H")
- d. Pedagang Pasar Terong, yang terdiri dari lima orang pedagang dengan variasi usia, jenis dagangan, dan status adopsi QRIS, yaitu: Kakak "S" (penjual sayur, ± 20 tahun, pengguna QRIS); Ibu "A" (penjual sayur, 30 tahun, pengguna QRIS); Kakak "H" (penjual telur, ± 20 –30 tahun, pengguna QRIS); Ibu "S" (pedagang sembako, 50 tahun, belum menggunakan QRIS); dan Ibu "N" (penjual tempe dan tahu, 60 tahun, belum menggunakan QRIS).
- e. Masyarakat sebagai konsumen di Pasar Terong, yang terdiri dari tiga orang, yaitu: Ibu "M" (60 tahun); Ibu "Y" (50 tahun); dan Bapak "R" (40 tahun).

Secara keseluruhan, penelitian ini melibatkan sebelas (11) informan yang mewakili unsur pembuat kebijakan (Bank Indonesia), pelaksana program di tingkat daerah (Dinas Perdagangan), pengelola pasar (Perumda Pasar Makassar Raya), pedagang dengan variasi status adopsi QRIS, serta konsumen di Pasar Terong. Keragaman latar belakang informan tersebut dipilih secara purposif untuk memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai dinamika difusi inovasi Program SIAP QRIS dari berbagai sudut pandang aktor yang terlibat.

2.3.2 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang dilakukan untuk penelitian terkait isu yang diangkat, teknik yang akan dilaksanakan, yaitu :

- a. Observasi

Observasi merupakan kegiatan yang dilakukan dengan menggunakan pancaindera, melalui penglihatan, penciuman, pendengaran untuk memperoleh informasi yang diperlukan dalam menjawab isu

penelitian. Observasi dilakukan untuk memperoleh gambaran riil suatu peristiwa atau fenomena untuk menjawab pertanyaan penelitian. Isu yang diangkat melalui observasi penulis dengan mengamati secara langsung aktivitas transaksi di Pasar Terong (baik tunai maupun menggunakan QRIS), pemasangan dan visibilitas kode QR di lapak pedagang, interaksi antara pedagang dan pembeli dalam transaksi QRIS, serta dinamika sosial dalam komunitas pedagang. Observasi dilakukan secara partisipatif pasif, dimana peneliti hadir di lokasi dan mengamati aktivitas tanpa terlibat langsung dalam kegiatan pedagang. Hasil observasi dicatat dalam catatan lapangan dan didokumentasikan melalui foto dengan memperhatikan etika penelitian.

b. Wawancara

Wawancara merupakan suatu proses interaksi untuk memperoleh informasi dengan cara melakukan tanya jawab antara peneliti dengan informan atau subjek penelitian. Wawancara dilakukan secara mendalam mengenai sebuah isu yang diangkat dalam penelitian atau proses pembuktian mengenai keterangan yang diperoleh. Penelitian yang dilakukan terkait isu ini menggunakan jenis wawancara semi-terstruktur dengan menyiapkan pedoman wawancara untuk melangsungkan komunikasi dengan informan. Pedoman wawancara disusun berdasarkan lima karakteristik inovasi Rogers (2003) yang menjadi fokus penelitian. Selain itu, untuk menghindari adanya jawaban informan yang tidak jelas, maka peneliti akan mengajukan pertanyaan secara spesifik di luar dari pertanyaan wawancara yang telah dipersiapkan sebelumnya. Wawancara dilakukan secara langsung (*face-to-face*) di lokasi yang disepakati. Proses wawancara akan direkam menggunakan alat perekam audio (dengan izin informan) dan dicatat dalam catatan lapangan.

c. Studi Dokumentasi

Studi dokumen merupakan pengumpulan data dengan menghimpun dan menganalisis catatan dokumen. Penelitian ini memperoleh data melalui dokumen kebijakan dan regulasi terkait QRIS, dokumen program SIAP QRIS, data statistik merchant QRIS, foto kondisi lapangan dan aktivitas transaksi, serta literatur dan penelitian terdahulu. Dokumentasi dilakukan secara sistematis dengan mencatat sumber, tanggal, dan relevansi dokumen terhadap fokus penelitian.

2.3.3 Teknik Analisis Data

Menurut Creswell dan David Creswell (2018), analisis data bertujuan untuk memperoleh pemahaman terhadap data, baik yang berbentuk teks maupun gambar, melalui proses pemecahan data ke dalam bagian-bagian tertentu serta penyusunan kembali data tersebut secara terpadu. Penelitian ini menggunakan model analisis data interaktif yang dikemukakan oleh Miles, Huberman, dan Saldaña (2014), yang meliputi tahapan kondensasi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan atau verifikasi. Creswell dan David Creswell (2018) menjelaskan bahwa analisis data kualitatif dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu sebagai berikut.

a. Mengatur dan Mempersiapkan Data (*Organizing and Preparing Data*)

Tahap awal analisis data dilakukan dengan mengatur dan mempersiapkan seluruh data yang akan dianalisis. Proses ini mencakup transkripsi hasil wawancara, pengetikan catatan lapangan, pemindaian dokumen, serta pengelompokan bahan visual yang diperoleh selama penelitian. Setelah itu, data disortir dan dikelompokkan ke dalam jenis-jenis tertentu berdasarkan sumber informasi yang ada.

b. Membaca dan Memahami Data (*Reading Through All Data*)

Tahapan ini bertujuan untuk memperoleh gambaran umum terhadap keseluruhan data serta memahami makna yang terkandung di dalamnya. Peneliti mencermati ide-ide utama yang disampaikan oleh informan, kesan umum, serta kedalaman dan kredibilitas informasi yang diperoleh. Pada tahap ini, peneliti membaca seluruh hasil wawancara dan observasi guna membangun pemahaman awal mengenai pola persepsi pedagang terhadap penggunaan QRIS.

c. Mengkodekan Data (*Coding the Data*)

Pengkodean merupakan proses pengorganisasian data dengan memberikan kode pada bagian-bagian data yang relevan serta disertai catatan khusus. Data yang telah terkumpul kemudian dikelompokkan ke dalam kategori tertentu dan diberi penamaan, yang sering kali didasarkan pada bahasa atau ungkapan asli dari informan. Dalam penelitian ini, proses pengkodean dilakukan berdasarkan lima karakteristik inovasi menurut Rogers (2003), yaitu keunggulan relatif, kesesuaian,

kompleksitas, kemampuan untuk diuji coba, dan keterlihatan.

d. Menghasilkan Tema/Deskripsi (*Interrelating Themes/Description*)

Tahap ini dilakukan dengan menghubungkan hasil pengkodean untuk menghasilkan deskripsi mengenai latar, subjek, dan kategori atau tema penelitian. Deskripsi disusun secara rinci untuk menggambarkan individu, lokasi, maupun peristiwa yang diteliti. Melalui penyederhanaan kategori, diperoleh sejumlah tema utama yang kemudian dianalisis guna mengidentifikasi faktor pendorong dan penghambat adopsi QRIS di Pasar Terong.

e. Representasi Tema/Deskripsi (*Representing Themes/Description*)

Tahap akhir analisis data dilakukan dengan menyajikan hasil temuan dalam bentuk uraian naratif. Penyajian ini dapat berupa pembahasan tematik yang dilengkapi dengan subtema, contoh konkret, berbagai sudut pandang informan, serta kutipan langsung. Dalam penelitian ini, hasil analisis disajikan melalui deskripsi naratif yang sistematis dan didukung oleh kutipan wawancara serta hasil observasi lapangan.

2.3.4 Uji Validitas dan Reliabilitas Data

a. Uji Validitas

Validitas mengacu pada tingkat ketepatan temuan penelitian sebagaimana dipandang oleh peneliti, partisipan, maupun pembaca laporan penelitian (Creswell & Miller, 2000). Untuk menjamin validitas data, penelitian ini menggunakan teknik pemeriksaan silang dari berbagai sumber dan metode pengumpulan data. Proses ini dilakukan dengan membandingkan dan mengecek informasi yang diperoleh dari berbagai sudut pandang yang berbeda untuk memastikan keakuratan dan keabsahan data.

Pemeriksaan validitas dilakukan melalui beberapa cara. Pertama, dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari berbagai informan, seperti pedagang yang telah mengadopsi QRIS, pedagang yang belum mengadopsi QRIS, pelaksana program, serta konsumen. Kedua, dengan menggunakan beragam metode pengumpulan data seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk memperoleh data yang saling menguatkan dan melengkapi satu sama lain. Melalui pemeriksaan silang ini,

peneliti dapat memverifikasi konsistensi dan kredibilitas informasi yang diperoleh dari lapangan.

b. Reliabilitas Data

Menurut Creswell dan David Creswell (2018), reliabilitas berkaitan dengan konsistensi dan kestabilan pendekatan penelitian yang digunakan. Untuk menjaga reliabilitas data, penelitian ini menerapkan strategi audit trail. Audit trail merupakan proses pendokumentasian secara rinci terhadap seluruh tahapan penelitian, mulai dari pengumpulan data hingga proses analisis dan penarikan kesimpulan. Dokumentasi ini mencakup catatan lapangan, rekaman dan transkrip wawancara, serta catatan reflektif peneliti, sehingga memungkinkan proses penelitian ditelusuri dan diaudit secara sistematis.