

**STRATEGI PENUMBUHAN PEMAHAMAN PEDAGANG UNTUK
MENGUNAKAN QUICK RESPONSE CODE INDONESIA STANDARD (QRIS)
SEBAGAI ALAT TRANSAKSI DI PASAR KULINER PADANG PANJANG**

Febriza Ozally Adha¹, Jon Kenedi²

^{1,2} UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi

Alamat e-mail : febrizaozally132@gmail.com¹, jonkenedi@uinbukittinggi.ac.id²

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi strategi yang telah diterapkan dalam meningkatkan pemahaman pedagang terkait penggunaan QRIS sebagai alat transaksi di Pasar Kuliner Padang Panjang. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan merumuskan strategi yang lebih efektif guna mendorong peningkatan penggunaan QRIS di masa depan dengan pendekatan analisis SWOT. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, dokumentasi, serta wawancara langsung dengan pedagang di Pasar Kuliner Padang Panjang. Analisis dilakukan menggunakan SWOT serta matriks IFE dan EFE. Hasil penelitian ini menghasilkan strategi optimal untuk meningkatkan pemahaman pedagang terhadap QRIS, antara lain melalui program edukasi yang sistematis, pemanfaatan saluran pemasaran digital secara maksimal, serta penguatan interaksi dengan pedagang untuk mengidentifikasi dan mengatasi kendala dalam penerapan QRIS.

Keywords: Pembayaran Digital, QRIS, Pedagang, Pasar Kuliner, Strategi

ABSTRACT

This study aims to evaluate the strategies that have been implemented to enhance traders' understanding of using QRIS as a transaction tool in the Padang Panjang Culinary Market. Additionally, it seeks to formulate more effective strategies to increase QRIS adoption in the future using a SWOT analysis approach. This research employs a qualitative method with data collection techniques including observation, documentation, and direct interviews with traders in the Padang Panjang Culinary Market. The analysis is conducted using SWOT as well as the IFE and EFE matrices. The findings of this study propose optimal strategies to improve traders' understanding of QRIS, such as implementing a structured education program, maximizing the use of digital marketing channels, and strengthening interactions with traders to identify and address challenges in QRIS adoption.

Kata Kunci: Digital Payments, QRIS, Traders, Culinary Market, Strategy

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital memberikan dampak yang signifikan terhadap berbagai sektor, termasuk keuangan dan perdagangan. Salah satu inovasi yang berkembang di bidang sistem pembayaran adalah Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) yang diperkenalkan oleh Bank Indonesia sebagai solusi pembayaran digital yang lebih efisien, cepat, dan aman. QRIS memudahkan implementasi transaksi non-tunai melalui kode QR yang dapat digunakan oleh berbagai penyedia layanan pembayaran. QRIS dimaksudkan untuk membuat transaksi keuangan berjalan lebih lancar, mengurangi penggunaan uang tunai dan meningkatkan transparansi dan keamanan dalam bertransaksi (Santika et al., 2022)'.

Di Kota Padang Panjang, sektor kuliner memiliki potensi besar dalam penerapan QRIS untuk meningkatkan efisiensi transaksi. Kota ini dikenal sebagai salah satu pusat kuliner di Sumatera Barat dengan jumlah pedagang yang cukup besar. Namun, meskipun QRIS menawarkan berbagai keuntungan, adopsinya di kalangan pedagang masih menghadapi sejumlah tantangan. Beberapa kendala utama yang dihadapi oleh pedagang meliputi keterbatasan literasi digital, kurangnya sosialisasi dari pihak terkait, serta hambatan teknis

dalam penggunaan QRIS, seperti jaringan internet yang tidak stabil dan keterbatasan fasilitas perangkat teknologi yang mendukung pembayaran digital.

Selain itu, faktor lain yang menghambat penerapan QRIS adalah kebiasaan pedagang dan konsumen yang masih lebih nyaman menggunakan transaksi tunai. Beberapa pedagang merasa belum terbiasa dengan teknologi digital dan masih menganggap sistem pembayaran konvensional lebih praktis serta mudah dipahami. Hal ini menyebabkan tingkat adopsi QRIS di sektor UMKM, khususnya pasar kuliner, masih relatif rendah meskipun program sosialisasi telah dijalankan oleh pemerintah dan pihak perbankan. Kurangnya pemahaman mengenai manfaat jangka panjang QRIS, seperti kemudahan pencatatan keuangan, pengurangan risiko kehilangan uang tunai, dan peningkatan kredibilitas usaha, menjadi salah satu alasan utama pedagang enggan beralih ke sistem pembayaran digital.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi meningkatkan pemahaman pedagang dalam menggunakan QRIS sebagai alat transaksi di Pasar Kuliner Padang Panjang. Penelitian ini juga bertujuan untuk merumuskan strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan penggunaan QRIS di masa depan

sehingga dapat mendukung pertumbuhan ekonomi digital di lingkungan perdagangan kuliner. Dengan memahami tantangan dan solusi yang dapat diterapkan, diharapkan QRIS dapat menjadi metode pembayaran yang lebih diterima dan banyak digunakan oleh merchant dan konsumen di pasar kuliner Kota Padang Panjang.

B. Kajian Pustaka

1. Strategi

Strategi adalah ilmu merencanakan dan menentukan arah operasional bisnis besar serta mengerahkan seluruh sumber daya perusahaan yang benar-benar dapat membawa manfaat bagi perusahaan (Hajar, 2019). Steiner dan Miner yang dikutip oleh Arasy Alimudin menjelaskan bahwa strategi terdiri dari pendefinisian misi perusahaan, menetapkan tujuan organisasi dengan mempertimbangkan kekuatan eksternal dan internal, merumuskan kebijakan dan strategi khusus untuk mencapai tujuan, dan memastikan implementasi yang tepat, sehingga menjadi tujuan fundamental dan perusahaan tujuan tercapai persyaratan dapat diterapkan dan dicapai organisasi tercapai (Gayo & Taufik, 2009). Dengan demikian, penulis dapat memahami bahwa hakikat suatu strategi adalah suatu rencana tindakan yang bersifat umum, berjangka

panjang (berorientasi masa depan) dan berjangkauan jauh, dan untuk pelaksanaannya harus dirumuskan dalam kalimat-kalimat yang dirumuskan maknanya. dalam bentuk yang sangat umum, tidak berhubungan dengan spesifikasi.

2. Digital Payment

Pembayaran digital atau digital payment merupakan transaksi keuangan yang dilakukan dengan menggunakan perangkat digital. Baik pembayar maupun penerima menggunakan metode digital untuk mentransfer uang. Digital payment di Indonesia berkembang dengan pesat berkat gagasan pada tanggal 14 Agustus 2014 yaitu Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT). Di Indonesia pemanfaatan pembayaran elektronik sudah memiliki legislasi hukum, yaitu Hukum Bank Indonesia Nomor 18/17/PBI/2016 perihal uang elektronik (*elektronik money*) aturan kepercayaan masyarakat terhadap pembayaran non tunai, memberi fasilitas serta keselamatan dan keamanan kepada masyarakat pengguna sehingga menjadi sebuah transaksi yang mudah, aman dan efisien (Anggraini, 2024). Pembayaran digital yang lebih dikenal dengan uang elektronik terbagi menjadi dua bentuk utama, yaitu melalui jaringan komputer dan sistem digital.

Saat ini metode pembayaran ini banyak digunakan oleh berbagai jenis usaha, baik kecil maupun besar (Kurniawan, 2022). Pembayaran digital memiliki beberapa dimensi, yaitu sebagai berikut (Rizkiyah et al., 2021):

- a. Efisiensi : Merujuk pada kemudahan pengalaman pengguna dalam mengakses dan menggunakan metode pembayaran tertentu.
- b. Kualitas Layanan : Menunjukkan tingkat bantuan yang diberikan kepada pengguna saat menggunakan sistem pembayaran elektronik.
- c. Kemudahan Pembayaran: Merujuk pada sejauh mana pengguna merasa mudah memahami dan mengoperasikan sistem pembayaran digital.
- d. Kecepatan yang Dirasakan: Didefinisikan sebagai kecepatan pemrosesan informasi transaksi, yang berdampak pada pengalaman dan kepuasan pengguna.
- e. Perceived Happiness : Kepuasan pengguna terhadap sistem pembayaran digital dipengaruhi oleh tingkat kenyamanan dan kenikmatan yang mereka alami saat menggunakannya.
- f. Keamanan: Aspek ini mencakup perlindungan dan keamanan akses terhadap fasilitas dan aplikasi yang

disediakan dalam sistem pembayaran digital.

- g. Penggunaan Sebenarnya: Mengacu pada durasi dan frekuensi pengguna menggunakan teknologi pembayaran digital untuk aktivitas mereka.

3. QRIS (Quick Response Code Indonesia Standard)

Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) adalah standar nasional untuk kode QR yang digunakan oleh seluruh Penyedia Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) yang menggunakan QR. QRIS bukanlah aplikasi baru itu adalah standar nasional yang harus dimiliki oleh semua PJSP yang menggunakan QR (Amar et al., 2023). Saat ini, banyak aplikasi pembayaran yang digunakan oleh masyarakat Indonesia. Saat ini, ada 38 e-wallet yang diakui secara hukum di Indonesia (Nainggolan et al., 2022). Aplikasi yang terhubung di Indonesia termasuk LinkAja, OVO, Gopay, DANA, Yap!, TBank, Mandiri e-cash, dan berbagai aplikasi mobile banking lainnya. Mulai 1 Januari 2020, BI telah menetapkan bahwa seluruh penyedia layanan pembayaran non tunai harus menggunakan sistem QRIS. Tujuannya adalah agar transaksi pembayaran menjadi lebih murah dan efisien, inklusi keuangan menjadi lebih cepat, usaha kecil dan menengah (UMKM)

berkembang lebih cepat, dan pada akhirnya mendorong pertumbuhan ekonomi yang paling cepat. BI sendiri mengusung tema semangat “UNGGUL” dari adanya QRIS, yaitu (Abadi et al., 2023):

1. Universal, yakni QRIS bersifat inklusif, digunakan untuk seluruh lapisan masyarakat dan bisa digunakan untuk transaksi pembayaran domestik maupun luar negeri.
2. Gampang, yakni masyarakat bisa bertransaksi dengan mudah dan aman dalam satu genggam ponsel.
3. Untung, yakni transaksi dengan QRIS menguntungkan pembeli dan penjual, karena transaksi berlangsung efisien melalui satu kode QR yang bisa digunakan untuk semua aplikasi pembayaran pada ponsel.
4. Langsung, artinya transaksi dengan QRIS langsung terjadi, karena prosesnya cepat dan terjadi seketika, sehingga mendukung kelancaran sistem pembayaran.

Standar kode QR Nasional melalui QRIS menawarkan banyak keuntungan sebagai berikut (Restiti, & Amalia, 2021). :

Pengguna aplikasi pembayaran:

1. Proses pembayaran yang lebih cepat dan modern.
2. Tidak perlu membawa uang tunai lagi.

3. Aman dan terlindungi karena semua PJSP penyelenggara QRIS diizinkan dan diawasi secara ketat oleh Bank Indonesia.

4. Pengeluaran tercatat.

Bagi Penjual:

1. Transaksi tercatat dan langsung masuk ke rekening sehingga perusahaan dapat dengan mudah melacak dan mengawasi transaksi.
2. Mampu meningkatkan branding.
3. Lebih praktis dengan menggunakan satu QRIS.
4. Murah dan bebas biaya untuk Usaha Mikro.
5. Tidak memerlukan uang kembalian, bebas risiko pencurian, dan aman dari uang palsu.

Ada beberapa kelebihan QRIS yang sangat berdampak positif, diantaranya sebagai berikut:

1. Pembayaran non tunai lebih efisien, sesuai dengan ajuran pemerintah untuk meningkatkan gerakan non tunai ini menjadi salah satu dukungannya, yaitu meningkatkan penggunaan uang elektronik. Dimana untuk memenuhi suatu kebutuhan kita tidak perlu bertransaksi secara tunai, harus membawa uang kas yang memerlukan tempat dan perhitungan dalam bertransaksi.

2. Antisipasi tindakan kriminal, penggunaan uang elektronik meminimalisir terjadinya tindakan kejahatan, maraknya pencurian dan perampokan di perjalanan juga menjadi risiko tersendiri bagi kita yang sering membawa uang tunai secara berlebihan. Dan juga untuk menghindari scamming oleh para hacker.
3. Persaingan bisnis meningkat, maraknya penggunaan uang elektronik menjadikan masyarakat semakin mudah dalam bertransaksi, dengan ini diharapkan juga diikuti perkembangan dunia bisnis di Indonesia. Bahkan sekarang juga mulai diterapkan di pusat pertokoan, perbelanjaan dan pasar modern.
4. Semua kalangan bisa menggunakan QRIS bisa dimanfaatkan untuk semua kalangan, baik muda maupun tua, dan kalangan atas sekaligus kalangan menengah ke bawah. Karena dengan menjamurnya kemudahan IPTEK memicu masyarakat untuk mencoba mengikuti perkembangan zaman ini.

Selain banyaknya manfaat yang didapat, adapun kelemahan dalam penggunaan QRIS untuk saat ini, dikarenakan perkembangan pembangunan di Indonesia yang belum merata ini juga diimbangi belum

meratanya jangkauan IPTEK untuk masyarakat. Masih banyaknya jaringan internet di Indonesia yang belum stabil. Bahkan di beberapa daerah pun penggunaan handphone masih hanya dinikmati kaum milenial. Tentunya ini menjadi tidak merata dalam segi penggunaannya, untuk masyarakat yang tergolong ekonomi rendah dan usia tua belum sepenuhnya paham mengoperasikan gadget.

4. Analisis SWOT

Analisis SWOT, yang merupakan singkatan dari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, adalah salah satu metode yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan,

kelemahan, peluang dan ancaman dalam suatu spekulasi bisnis. Analisis SWOT membantu kita menemukan berbagai elemen yang terbentuk secara sistematis yang digunakan untuk membuat strategi bisnis (Rangkuti,2006). Metode analisis ini bergantung pada logika, yang memungkinkan untuk meminimalkan kelemahan dan ancaman sambil memaksimalkan kekuatan dan peluang. Faktor-faktor yang teridentifikasi kemudian dimasukkan ke dalam matrik SWOT dengan menggunakan pendekatan berikut(Fatimah,2006).

- a. Bagaimana kekuatan dapat dimanfaatkan untuk

memanfaatkan peluang yang ada.

- b. Bagaimana mengatasi kelemahan yang dapat menghambat pemanfaatan peluang.
- c. Bagaimana kekuatan dapat digunakan untuk mengatasi ancaman yang muncul.
- d. Cara mengatasi kerentanan yang berpotensi menambah ancaman atau menimbulkan ancaman baru.

Matriks SWOT adalah alat untuk menganalisis faktor strategis perusahaan karena dapat menjelaskan dengan jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat menghasilkan empat pilihan strategis (Suciati et al., 2021). :

- a. Strategi SO: Strategi ini didasarkan pada gagasan perusahaan yang menggunakan seluruh kekuatan untuk mendapatkan lebih banyak dan memanfaatkan lebih banyak peluang.
- b. Strategi ST: Ini adalah pendekatan untuk menangani ancaman dengan memanfaatkan kekuatan internal perusahaan.
- c. Strategi WO: Berpusat pada pemanfaatan peluang yang ada dengan meminimalkan kelemahan yang ada.
- d. Strategi WT: Berpusat pada kegiatan pertahanan dan bertujuan untuk mengurangi

kelemahan dan menghindari ancaman.

Dalam analisis matriks IFE dan EFE ini, kita akan mengevaluasi dua matriks, yaitu IFE (*Internal Factor Evaluation*) yang digunakan untuk menilai faktor-faktor internal organisasi berupa kekuatan dan kelemahan yang dimiliki, serta EFE (*External Factor Evaluation*) yang digunakan untuk menilai faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi objek penelitian dari luar organisasi.

Setiap faktor yang teridentifikasi diberi bobot berdasarkan kepentingannya. Bobot total untuk semua faktor, baik internal maupun eksternal, harus berjumlah 1,0 atau 100%. Bobot yang dipilih terdiri dari: 0,01 (sangat rendah), 0,05 (rendah), 0,10 (sedang) dan 0,15 (tinggi). Setelah bobot masing-masing faktor ditentukan, langkah selanjutnya adalah memberikan rating pada masing-masing faktor dengan menggunakan skala penilaian yang telah ditentukan:

- a. ranting 1: tidak penting
- b. ranting 2: cukup penting
- c. ranting 3: penting
- d. ranting 4: sangat penting

C. Metode Penelitian

Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini berfokus pada peristiwa yang terjadi di lokasi penelitian. Selain itu, pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Selain itu, metode analisis data yang digunakan

dalam penelitian ini adalah analisis total tabel bobot skor, analisis matrik IFE dan EFE, analisis matrik SWOT, dan analisis SWOT.

D.Hasil Penelitian dan Pembahasan

Analisis SWOT adalah sebuah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strenghts*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threats*) dari strategi penumbuhan pemahaman pedagang untuk menggunakan QRIS sebagai alat transaksi di Pasar Kuliner Padang Panjang.

Perumusan strategi penumbuhan pemahaman pedagang untuk menggunakan

QRIS sebagai alat transaksi dapat dilakukan menggunakan analisis SWOT. Analisis ini membandingkan antara faktor internal dan eksternal terhadap strategi penumbuhan pemahaman pedagang untuk menggunakan QRIS sebagai alat transaksi di Pasar Kuliner Padang Panjang.

1. Analisis Faktor Internal / IFE (*Internal Factor Evolution*)

Bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal yang menjadi kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesess*) pada strategi penumbuhan pemahaman pedagang untuk menggunakan QRIS di Pasar Kuliner Padang Panjang

Tabel 1
Faktor Internal Analisis Matriks IFE

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Nilai
	Kekuatan (<i>Strengths</i>)			
1	QRIS memberikan kemudahan dan kecepatan dalam melakukan transaksi digital, sehingga membantu pedagang dan pelanggan menghemat waktu.	0.15	4.00	0.62
2	Dapat digunakan oleh berbagai aplikasi dompet digital, membuatnya fleksibel dan kompatibel dengan banyak platform.	0.15	4.00	0.62
3	Meningkatkan keamanan pembayaran pembayaran dengan mengurangi risiko transaksi tunai, seperti kehilangan uang atau pemalsuan.	0.13	2.00	0.26
4	Mendukung pencatatan keuangan yang lebih terstruktur untuk pedagang mempermudah dalam pengelolaan laporan keuangan.	0.15	3.00	0.46
Jumlah		0.59		1.95

	Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)			
1	Pendaftaran hanya bisa di kantor bank, yang membatasi aksesibilitas pedagang.	0.15	3.00	0.46
2	Kurangnya pemahaman pedagang terhadap penggunaan dan manfaat QRIS	0.10	4.00	0.41
3	Sosialisasi tentang layanan yang masih kurang tidak semua pedagang memahami potensinya	0.05	3.00	0.15
4	Terbatasnya dukungan teknis di lokasi pasar untuk membantu pedagang yang kesulitan.	0.10	3.00	0.31
Jumlah		0.41		1.33
Total (S+W)		1.00		3.28

Sumber : Hasil penelitian lapangan 2025 (data diolah)

Berdasarkan analisis *Internal Factor Evaluation* (IFE), QRIS memiliki kekuatan utama berupa kemudahan dan kecepatan dalam transaksi digital, fleksibilitas penggunaan di berbagai aplikasi dompet digital, peningkatan keamanan pembayaran, dan dukungan terhadap pencatatan keuangan pedagang secara terstruktur, dengan total nilai kekuatan 1.95 dan kelemahan mendapatkan skor sebesar 1.33 berupa keterbatasan pendaftaran, kurangnya pemahaman pedagang, minimnya sosialisasi layanan, dan

persaingan ketat. Serta dengan total faktor internal dengan strategi SW 3.28.

2. Analisis Faktor Eksternal / EFE (*Eksternal Factor Evolution*)

Bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor eksternal yang menjadi peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) pada strategi penumbuhan pemahaman pedagang untuk menggunakan QRIS di Pasar Kuliner Padang Panjang.

Tabel 2
Faktor Eksternal Analisis Matriks EFE

No	Faktor Ekstrenal	Bobot	Rating	Nilai
	Peluang			
1	Peningkatan tren penggunaan pembayaran digital oleh masyarakat	0.11	3.00	0.32
2	Adanya dukungan pemerintah daerah sekitar yang memnfasilitsi transformasi	0.14	2.00	0.27

	digital			
3	Potensi menarik pelanggan baru yang lebih nyaman dengan transaksi digital	0.11	3.00	0.32
	Meningkatkan daya saing pasar dalam menghadapi perubahan preferensi konsumen	0.11	2.00	0.22
	Jumlah	0.46		1.14
	Ancaman			
1	Pola pikir masyarakat yang masih kuno.	0.16	3.00	0.49
2	Persaingan dengan pasar lain yang lebih maju dalam digitalisasi.	0.11	2.00	0.22
3	Ketergantungan pada perangkat seperti ponsel pintar yang mungkin belum dimiliki oleh semua pedagang.	0.16	3.00	0.49
4	Kurangnya kepercayaan pada sistem digital.	0.11	2.00	0.22
	jumlah	0.54		1.41
	Total (O+T)	1.00		2.55

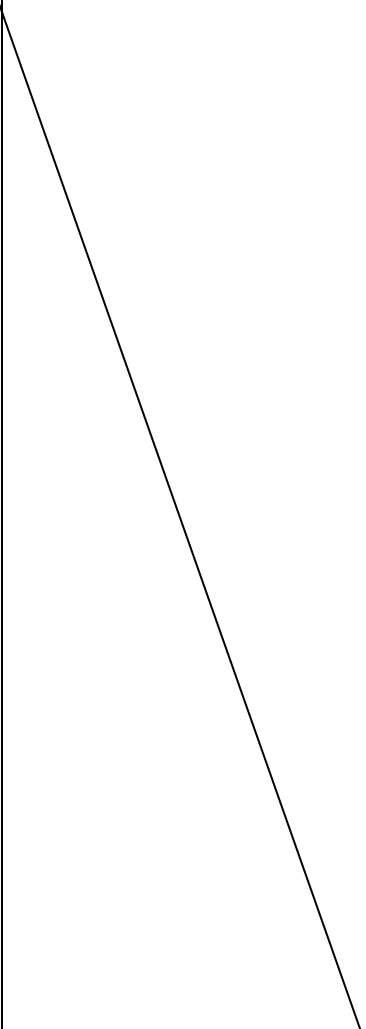
Sumber : Hasil penelitian lapangan 2025 (data diolah)

Berdasarkan analisis faktor eksternal, QRIS memiliki peluang dengan total nilai 1.14, yang mencakup peningkatan tren penggunaan pembayaran digital oleh masyarakat, dukungan pemerintah daerah, potensi menarik pelanggan baru yang lebih nyaman dengan transaksi digital, dan kemampuan untuk meningkatkan daya saing. Namun, QRIS juga menghadapi ancaman dengan total nilai 1.41, seperti pola pikir masyarakat yang masih tradisional, persaingan dengan pasar yang lebih maju dalam digitalisasi, ketergantungan pada perangkat seperti ponsel pintar yang belum dimiliki oleh semua

pedagang, serta kurangnya kepercayaan pada sistem digital.

Setelah dianalisis serta ditentukan analisis bobot dari peringkat masing-masing faktor internal dan eksternal, maka semua faktor tersebut dapat digambarkan ke dalam bentuk matrix SWOT. Dimana matrix SWOT merupakan alat-alat yang dipakai untuk mengukur faktor-faktor strategi perusahaan. Matrix ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana faktor internal dan lingkungan yang mempengaruhi Strategi Penumbuhan Pemahaman Pedagang dalam Menggunakan QRIS Sebagai Alat Transaksi di Pasar Kuliner Padang Panjang.

Tabel 3
Matriks Swot Strategi Penumbuhan Pemahaman Pedagang Untuk Menggunakan QRIS Sebagai Alat Transaksi Di Pasar Kuliner Padang Panjang

	Strength 1. QRIS memberikan kemudahan dan kecepatan dalam melakukan transaksi digital, sehingga membantu pedagang dan pelanggan menghemat waktu. 2. Dapat digunakan oleh berbagai aplikasi dompet digital, membuatnya fleksibel dan kompatibel dengan banyak platform. 3. Meningkatkan keamanan pembayaran dengan mengurangi risiko transaksi tunai, seperti kehilangan uang atau pemalsuan. 4. Mendukung pencatatan keuangan yang lebih terstruktur untuk pedagang, mempermudah dalam pengelolaan laporan keuangan.	Weaknesses 1. Pendaftaran hanya dapat dilakukan di kantor bank, yang membatasi aksesibilitas pedagang. 2. Kurangnya pemahaman pedagang terhadap penggunaan dan manfaat QRIS. 3. Sosialisasi tentang layanan QRIS masih kurang sehingga tidak semua pedagang memahami potensinya. 4. Terbatasnya dukungan teknis di lokasi pasar untuk membantu pedagang yang kesulitan.
	Opportunities 1. Peningkatan tren penggunaan pembayaran digital oleh masyarakat. 2. Adanya dukungan pemerintah daerah yang memfasilitasi transformasi digital. 3. Potensi menarik pelanggan baru yang lebih nyaman dengan transaksi digital. 4. Meningkatkan daya saing pasar dalam menghadapi perubahan preferensi konsumen.	Strategi SO 1. Dengan QRIS yang fleksibel dan kompatibel dengan banyak platform, pedagang dapat lebih mudah menjangkau konsumen yang mulai beralih ke pembayaran digital. 2. Pemerintah dapat membantu pedagang memahami kemudahan pencatatan keuangan dan keamanan pembayaran melalui pelatihan dan kampanye langsung.
		Strategi WO 1. Meningkatkan aksesibilitas pendaftaran QRIS dengan kolaborasi bersama pihak perbankan dengan mengadakan program pendaftaran langsung di lokasi pasar agar pedagang tidak perlu datang ke kantor bank.

	3. Memanfaatkan daya tarik transaksi digital untuk meningkatkan daya saing pasar. Dengan menunjukkan efisiensi QRIS, pasar dapat lebih menarik pelanggan yang mengutamakan kemudahan transaksi digital.	2. Menggunakan tren digitalisasi untuk memberikan edukasi yang menarik dengan membuat tutorial atau video singkat tentang penggunaan QRIS yang mudah dipahami pedagang, disebarkan melalui media sosial atau komunitas pasar. 3. Menyediakan tim teknis yang siap membantu pedagang secara langsung dalam penggunaan QRIS.
Threat 1. Pola pikir masyarakat yang masih kuno 2. Persaingan dengan pasar lain yang lebih maju dalam digitalisasi 3. Ketergantungan pada perangkat seperti ponsel pintar yang mungkin belum dimiliki oleh semua pedagang. 4. Kurangnya kepercayaan pada sistem digital	Strategi ST 1. Menggunakan studi kasus atau testimoni pedagang yang berhasil meningkatkan penjualan setelah menggunakan QRIS untuk membangun kepercayaan. 2. Pedagang bisa lebih profesional dengan laporan keuangan digital, yang menjadi nilai tambah dibanding pasar yang belum menerapkan sistem serupa. 3. Menyediakan perangkat sederhana atau berbagi perangkat untuk pedagang yang belum memiliki akses ke ponsel pintar.	Strategi WT 1. Mengadakan workshop rutin untuk membantu pedagang memahami cara kerja QRIS, dilengkapi praktik langsung di pasar. 2. Memberikan penjelasan tentang keamanan QRIS, seperti perlindungan data dan risiko yang lebih kecil dibanding transaksi tunai. 3. Mengembangkan infrastruktur pasar untuk mendukung digitalisasi

		dengan berkolaborasi dengan pemerintah dan pihak terkait untuk menyediakan dukungan teknis di pasar, seperti hotspot WiFi atau titik layanan QRIS.
--	--	--

Sumber : Hasil penelitian lapangan 2025 (data diolah)

Tabel 4.1
Bobot Skor pada Matriks SWOT

	Strengths (1,95)	Weaknesses (1,33)
Opportunities (1,14)	Strategi SO $1,95 + 1,14$ $= 3,09$	Strategi WO $1,33 + 1,14$ $= 2,47$
Threats (1,41)	Strategi ST $1,95 + 1,41$ $= 3,36$	Strategi WT $1,33 + 1,41$ $= 2,74$

Sumber : Hasil penelitian lapangan 2025 (data diolah)

Berdasarkan hasil tabel diatas dapat dilihat bahwa bobot nilai strategi SO 3.09, strategi WO 2.47, strategi ST 3.36 dan strategi WT 2.74 dari semua bobot nilai skor tertinggi yaitu 3.36 yaitu strategi ST dibandingkan dengan strategi yang lainnya, maka strategi ini menekankan pentingnya transaksi, untuk menghadapi tantangan eksternal serta strategi yang dilakukan dengan mempergunakan kekuatan internal perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman dari luar perusahaan (Porter,1998).

E. Kesimpulan

Pasar Kuliner Padang Panjang menunjukkan posisi internal yang kuat dengan skor IFE sebesar 3.28, sementara respons pedagang terhadap peluang dari faktor eksternal tercermin dalam skor EFE sebesar 2.55. Analisis SWOT menunjukkan bahwa strategi Strengths-Threats (ST) menjadi yang paling dominan, memanfaatkan kekuatan internal untuk mengatasi ancaman eksternal. Dengan strategi yang tepat, QRIS memiliki potensi besar

dalam meningkatkan efisiensi, transparansi, dan inklusi keuangan di pasar tersebut, mendorong transformasi digital dalam sektor ekonomi local.

Daftar Pustaka

- Aisyah, Siti. *Manajemen Strategik*. Rifqi Fauz. Jawa Barat: Anggota IKAPI, 2023.
- Amar, Muhammad Ariful, Defta Nasya Berliani, Dewi Dwi Marta, Sabrina Diva Nur Rahmadani, dan Wafiq Alizar Rahma. "Penggunaan QRIS di Kalangan UMKM (Studi Persepsi dan Intensi UMKM di Kota Pekalongan)." *Journal Economic Excellence Ibnu Sina* 1, no. 3 (2023).
- Angraini, Popi. "Analisis Minat Transaksi Mahasiswa STEBIS IGM Terhadap Aplikasi Dana." *TOMAN: Jurnal Topik Manajemen* 1, no. 1 (2024): 93–104.
- Diniah, Zahratud, Rosmanidar Elyanti, dan Andriani, Beid Fitrianova. "Pengaruh Digital Payment ShopeePay dan Locus Of Control terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa." *Indonesian Journal of Islamic Economics and Business* 8, no. 2 (2023): 409–26. <https://doi.org/10.30631/ijoieb.v8i2.2003>.
- Ewaldo, Davin, Setiawan Michael, dan Angesty Viviana. "Analisa Terhadap Manajemen Strategik (Business Level Strategy) pada PT Unilever Indonesia Tbk." *Jurnal Mirai Management* 8, no. 2 (2023): 204–8.
- Fatimah, Fajar Nuraini Dwi. *Teknik Analisa SWOT*. Jakarta: Anak Hebat Indonesia, 2016.
- Gayo, Ahyar Ari, dan Ade Taufik, Irawan. "Perkembangan Bisnis Perbankan Syariah (Hukum Perspektif Perbankan Syariah)." *Rechtsvinding* 1, no. 1 (2009): 257–75.
- Hajar, Ibnu. *Manajemen Strategik Konsep Keunggulan Bersaing*. Yogyakarta: Anggota IKAPI, 2019.
- Handayan, Nugrah Leksono Putri, dan Soeparan, Poppy Fitrijanti. "Peran Sistem Pembayaran Digital Dalam Revitalisasi UMKM." *Transformasi: Journal of Economics and Business Management* 1, no. 3 (2022): 20–32. <https://doi.org/10.56444/transfor-masi.v1i3.425>.
- Kurniawan Ervandy, Syafira Sardini, Catur Hayati Wulandari, dan Purnama Ramadhani Silalahi. "Analisis Minat Penggunaan Digital Payment di Kota Medan." *Jurnal Manajemen Riset Inovasi* 1, no. 1 (2022): 234–47. <https://doi.org/10.55606/mri.v1i1.653>.
- Marbun, Astri Novia, Yenni Samri Juliati Nasution, dan Ikhsan Harahap. "Analisis Penggunaan Sistem Pembayaran QRIS terhadap Perkembangan Bisnis UMKM melalui Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia (BSI) Kc Sibolga)." *jurnal Hukum Islam dan Humaniora* 2, no. 2 (2023): 361–72. <https://doi.org/10.58578/ahkam.v2i2.1198>.
- Michael E. Porter. *The Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. NY: Free Press, 1998.
- Nainggolan, Euricho Guterres Mindo,

- Bonardo T F Silalahi, dan Ertitin M Sinaga. "Analisis Kepuasan Gen Z Dalam Menggunakan QRIS Di Kota Pematangsiantar." *Manajemen : Jurnal Ekonomi* 4, no. 1 (2022): 24–32. <https://doi.org/10.36985/manajemen.v4i1.351>.
- Nurdin, Difa Restiti, dan Rizki Amalia. "Pengaruh Media Sosial Terhadap Pengetahuan Tentang Quick Response Code Indonesian Standard (Qris)." *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah* 3, no. 2 (2021): 157–73. <https://doi.org/10.24239/jipsya.v3i2.55.157-173>.
- Rangkuti, Freddy. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2006.
- Rizkiyah, K, L Nurmawati, R D N Macdhy, dan A Yusuf. "Pengaruh Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumen Pengguna Platform Digital Payment OVO." *Jurnal Ilmiah Manajemen* 16, no. 1 (2021): 107–26.
- Santika, Alis, Ranti Aliyani, dan Ria Mintarsih. "Persepsi Dan Intensi Pelaku Umkm Terhadap Penggunaan Qris Sebagai Sistem Pembayaran Digital Di Kota Tasikmalaya." *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis dan Keuangan* 2, no. 4 (2022): 61–70. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i4.142>.
- Suciati, Ranila, Kery Utami, dan Belardo Prasetya Mega Jaya. "Analisa SWOT Strategi Digitalisasi pada Era New Normal untuk Pertumbuhan Ekonomi di Sumatera, Indonesia." *Jurnal Ilmiah Aset* 23, no. 1 (2021): 63–83. <https://doi.org/10.37470/1.23.1.1>
- 78.
- Usman, Abdul Halim. *Manajemen Strategis Syariah*. Jakarta: PT. Bestari Buana Murni, 2015.
- Yunus Mukhlis. *Manajemen Strategi*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2024.