

PENDAMPINGAN STRATEGIS DIGITALISASI UMKM MELALUI INTEGRASI SISTEM PEMBAYARAN QRIS DAN ONBOARDING SHOPEEFOOD

Hani Hasanah^{*1}, Ahmad², Randi Hardiansyah³, Hafidz Zaki Perdana⁴, Feby Liestyo⁵, Zanjabila Humairah⁶, Naufal Adjie Arya Wicaksono⁷, Abdu Rofiq⁸, Andika Maulana Aprilian⁹, Bagas Setiaji¹⁰, Malvi Adrian¹¹, Erliana¹², Kayla Ayu Lintang¹³, Rahmawati Qodri¹⁴, Abid Ilyas Wicaksono¹⁵, Muhammad Hamdan¹⁶, Ilma Margarinna¹⁷, Abdu Rizal Fahmi¹⁸

¹⁻¹⁸Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Syekh-Yusuf

^{*}Penulis korespondensi: Hani Hasanah, hanihasanah@unis.ac.id

Abstrak

Transformasi digital merupakan strategi penting untuk meningkatkan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di tengah perkembangan ekonomi digital. Namun, banyak pelaku UMKM masih terbatas dalam memanfaatkan sistem pembayaran digital dan platform pemasaran daring. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan meningkatkan literasi digital, kemampuan menggunakan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS), dan kemampuan onboarding sebagai merchant ShopeeFood bagi pelaku UMKM di Kelurahan Kebon Nanas, Kota Tangerang. Kegiatan dilaksanakan pada 2 Juli 2026 dengan metode Participatory Learning and Empowerment, meliputi persiapan, pre-test, penyampaian materi, demonstrasi, praktik langsung pembuatan QRIS dan onboarding ShopeeFood, diskusi, serta evaluasi melalui post-test. Hasilnya menunjukkan peningkatan pemahaman peserta tentang manfaat transaksi digital, tata cara pembuatan QRIS, dan pemanfaatan ShopeeFood untuk memperluas akses pasar. Kegiatan ini juga memperkuat kesiapan UMKM mengadopsi transformasi digital, sehingga berpotensi meningkatkan efisiensi transaksi dan memperluas jangkauan pasar.

Kata kunci: Digitalisasi, QRIS, ShopeeFood, Strategi, UMKM

Abstract

Digital transformation is a crucial strategy for enhancing the competitiveness of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) amidst the growth of the digital economy. However, many MSME operators still face limitations in utilizing digital payment systems and online marketing platforms. This Community Service (PKM) activity aims to improve digital literacy, proficiency in using the Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS), and the ability to onboard as ShopeeFood merchants among MSME operators in Kebon Nanas Urban Village, Tangerang City. Held on July 2, 2026, the activity employed a Participatory Learning and Empowerment method, comprising preparation, a pre-test, material presentation, demonstrations, hands-on practice in creating QRIS codes and completing ShopeeFood onboarding, discussions, and a post-test evaluation. The results indicate an improvement in participants' understanding of the benefits of digital transactions, the procedures for generating QRIS codes, and the use of ShopeeFood to expand market access. Furthermore, this activity strengthened the MSMEs' readiness to adopt digital transformation, thereby offering the potential to increase transaction efficiency and broaden market reach.

Keywords: Digitalization, MSEs, QRIS, ShopeeFood, Strategy

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor strategis yang berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional melalui penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Namun, perkembangan teknologi informasi dan ekonomi digital telah mengubah lanskap persaingan usaha sehingga UMKM dituntut untuk beradaptasi dengan model bisnis berbasis digital. Perubahan perilaku konsumen yang semakin mengutamakan transaksi nontunai, kemudahan akses layanan, serta penggunaan platform digital dalam aktivitas konsumsi menjadikan digitalisasi sebagai kebutuhan strategis, bukan lagi sekadar pilihan operasional. Transformasi digital merupakan upaya organisasi untuk membangun kapabilitas baru yang mampu meningkatkan efisiensi, memperluas akses pasar, dan menciptakan keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Pelatihan literasi digital dilakukan untuk meningkatkan keterampilan digital bagi pengembangan bisnis UMKM menunjukkan hasil yang positif dalam pemberdayaan ekonomi lokal melalui media sosial dan fitur pembayaran digital (Solihat et al., 2025). Berbagai penelitian menunjukkan bahwa kemampuan mengadopsi teknologi digital, literasi keuangan digital, dan inovasi model bisnis berkontribusi positif terhadap peningkatan daya saing serta kinerja UMKM, terutama pada era ekonomi digital.

Salah satu kebijakan strategis pemerintah dalam mempercepat digitalisasi UMKM adalah implementasi *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) sebagai standar nasional pembayaran berbasis QR Code yang dikembangkan oleh Bank Indonesia. QRIS memungkinkan seluruh transaksi digital dilakukan melalui satu standar kode pembayaran yang bersifat interoperabel sehingga proses transaksi menjadi lebih cepat, mudah, murah, aman, dan andal (CEMUMUAH). Selain meningkatkan efisiensi transaksi, QRIS juga menjadi pintu masuk bagi UMKM untuk memasuki ekosistem ekonomi digital, memperluas akses terhadap layanan keuangan, serta membangun rekam jejak transaksi yang mendukung akses pembiayaan di masa depan. Bank Indonesia menegaskan bahwa QRIS diarahkan sebagai *entry point* digitalisasi UMKM sekaligus instrumen untuk memperkuat inklusi ekonomi dan keuangan nasional.

Selain sistem pembayaran digital, perkembangan platform *online food delivery* seperti ShopeeFood telah mengubah pola pemasaran produk kuliner. Platform tersebut memberikan peluang bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar tanpa harus membuka cabang fisik, meningkatkan visibilitas produk, memperoleh pelanggan baru, serta mengoptimalkan strategi pemasaran digital. Namun demikian, berbagai hasil kegiatan pengabdian dan penelitian mengenai digitalisasi UMKM menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha mikro masih menghadapi kendala berupa rendahnya literasi digital, keterbatasan pemahaman mengenai proses *onboarding* merchant, pengelolaan katalog digital, strategi promosi, maupun optimalisasi fitur-fitur yang tersedia pada platform digital. Akibatnya, potensi peningkatan penjualan melalui pemanfaatan teknologi digital belum dapat dimanfaatkan secara optimal.

Kondisi tersebut juga ditemukan pada pelaku UMKM di Kelurahan Kebon Nanas, Kota Tangerang. Berdasarkan hasil observasi awal dan komunikasi dengan mitra, sebagian besar pelaku usaha masih mengandalkan transaksi tunai dan pemasaran konvensional, meskipun sebagian telah menggunakan media sosial sebagai sarana promosi. Penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran belum merata. Rendahnya pemanfaatan teknologi digital tersebut menyebabkan peluang untuk meningkatkan

efisiensi transaksi, memperluas jangkauan pelanggan, meningkatkan kualitas pelayanan, serta memperkuat daya saing usaha belum dapat dimanfaatkan secara maksimal. Permasalahan tersebut menunjukkan bahwa tantangan utama UMKM bukan hanya terletak pada aspek teknologi, tetapi juga pada rendahnya literasi digital, keterampilan implementasi, dan kemampuan menyusun strategi bisnis berbasis digital.

Kondisi ini dipandang dari perspektif manajemen strategik bahwa organisasi akan memperoleh keunggulan bersaing apabila mampu mengembangkan sumber daya yang bernilai (*valuable*), langka (*rare*), sulit ditiru (*inimitable*), dan mampu dikelola secara efektif (*organized*). Pada konteks UMKM, literasi digital, kemampuan memanfaatkan QRIS, serta kompetensi mengelola platform digital merupakan sumber daya strategis yang dapat meningkatkan nilai tambah usaha. Di sisi lain, *dynamic capability theory* menjelaskan bahwa organisasi harus memiliki kemampuan sensing, seizing, dan transforming agar mampu merespons perubahan lingkungan bisnis secara cepat melalui adopsi inovasi digital. Oleh karena itu, penggunaan QRIS dan *onboarding* ShopeeFood tidak hanya dipandang sebagai implementasi teknologi, tetapi juga sebagai strategi pengembangan kapabilitas organisasi dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin kompetitif.

Urgensi kegiatan ini didasarkan pada kebutuhan nyata pelaku UMKM di Kelurahan Kebon Nanas untuk meningkatkan kapasitas digital sekaligus memperkuat strategi bisnisnya. Pendampingan yang bersifat aplikatif diperlukan agar pelaku usaha tidak hanya memahami manfaat QRIS dan ShopeeFood secara konseptual, tetapi juga mampu mengimplementasikannya dalam aktivitas bisnis sehari-hari. Pendekatan tersebut diharapkan dapat meningkatkan efisiensi transaksi, memperluas akses pasar, meningkatkan kualitas pelayanan pelanggan, memperkuat citra usaha, serta pada akhirnya meningkatkan pendapatan dan keberlanjutan usaha. Dari sisi akademik, kegiatan ini juga merupakan implementasi keilmuan Manajemen Strategik, khususnya pada kajian transformasi digital, kapabilitas organisasi, dan pengembangan keunggulan bersaing UMKM.

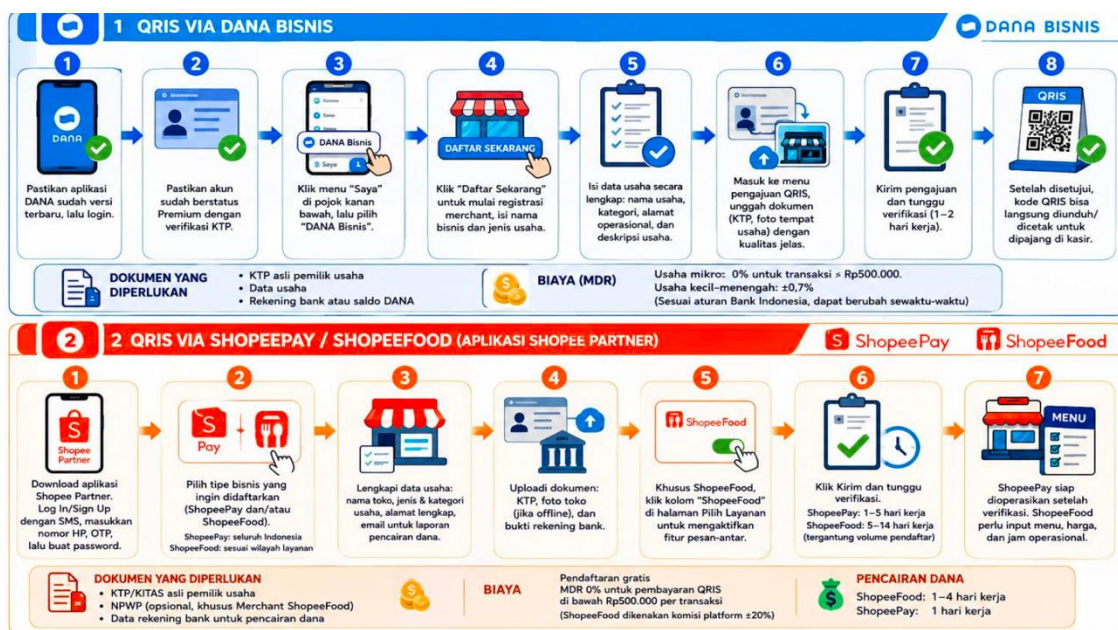
Berdasarkan permasalahan tersebut, tujuan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah: (1) meningkatkan literasi digital dan literasi keuangan pelaku UMKM mengenai sistem pembayaran QRIS; (2) meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam melakukan proses onboarding dan pengelolaan merchant ShopeeFood; (3) memperkuat kapabilitas strategis UMKM melalui integrasi sistem pembayaran digital dan platform pemasaran digital; serta (4) meningkatkan daya saing dan akses pasar UMKM di Kelurahan Kebon Nanas melalui penerapan strategi transformasi digital.

Rencana pemecahan masalah dilakukan melalui pendekatan partisipatif dan pendampingan berkelanjutan yang terdiri atas beberapa tahapan, yaitu: (1) identifikasi kebutuhan dan tingkat kesiapan digital UMKM; (2) pelaksanaan pre-test untuk mengukur tingkat literasi digital peserta; (3) penyampaian materi mengenai transformasi digital UMKM dari perspektif manajemen strategik; (4) pelatihan penggunaan QRIS mulai dari proses registrasi hingga simulasi transaksi; (5) workshop *onboarding* ShopeeFood yang mencakup registrasi merchant, pengelolaan menu, penentuan harga, pengunggahan foto produk, dan pengelolaan pesanan; (6) pendampingan implementasi pada masing-masing UMKM; (7) pelaksanaan post-test untuk mengukur peningkatan kompetensi peserta; serta (8) monitoring dan evaluasi implementasi pascapelatihan. Pendekatan tersebut diharapkan mampu menghasilkan perubahan pengetahuan, keterampilan, dan perilaku pelaku UMKM sehingga digitalisasi tidak berhenti pada tahap adopsi teknologi, tetapi

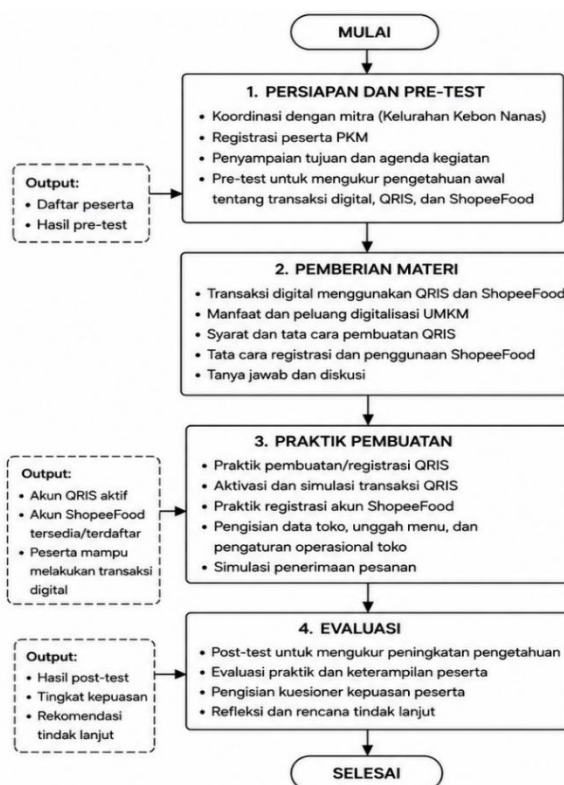
menjadi bagian dari strategi bisnis yang berkelanjutan dan berorientasi pada peningkatan daya saing.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan selama satu hari, yaitu pada 2 Juli 2026, bertempat di Kelurahan Kebon Nanas, Kota Tangerang, Provinsi Banten. Peserta kegiatan adalah para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan *Participatory Learning and Empowerment* melalui penyuluhan, pelatihan, demonstrasi, praktik langsung, diskusi interaktif, dan evaluasi. Kegiatan diawali dengan persiapan, koordinasi dengan pihak kelurahan dan mitra UMKM, registrasi peserta, serta pelaksanaan pre-test untuk mengukur pengetahuan awal peserta mengenai literasi transaksi digital, penggunaan QRIS, dan platform ShopeeFood. Selanjutnya, peserta memperoleh materi mengenai pentingnya transformasi digital bagi UMKM, manfaat transaksi digital, mekanisme pembayaran QRIS, syarat dan tata cara pembuatan QRIS, serta prosedur onboarding sebagai merchant ShopeeFood. Tahap berikutnya difokuskan pada praktik langsung dengan pendampingan tim dosen dan mahasiswa. Peserta didampingi dalam proses registrasi dan aktivasi QRIS, pembuatan akun merchant ShopeeFood, pengisian profil usaha, pengunggahan menu dan foto produk, serta simulasi penggunaan aplikasi. Pada akhir kegiatan dilakukan post-test berbasis Google Form, observasi praktik, dan diskusi reflektif untuk mengevaluasi peningkatan pengetahuan, keterampilan, serta kendala implementasi. Melalui metode partisipatif dan aplikatif ini, kegiatan PKM diharapkan mampu meningkatkan literasi digital, mendorong adopsi pembayaran nontunai, memperluas akses pasar digital, dan memperkuat daya saing UMKM Kebon Nanas secara berkelanjutan.



Gambar 1. Flowchart cara pembuatan QRIS via Dana dan Shopee Partner



Gambar 2. Bagan Alir Proses Pelaksanaan PKM

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan diikuti oleh lima pelaku UMKM yang bergerak pada sektor kuliner, makanan dan minuman, serta jasa. Rangkaian kegiatan terdiri atas tahap persiapan dan pre-test, penyampaian materi mengenai digitalisasi usaha, praktik pembuatan QRIS dan onboarding ShopeeFood, serta evaluasi melalui post-test. Pendekatan yang digunakan bersifat partisipatif sehingga peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan secara teoritis, tetapi juga melakukan praktik secara langsung dengan pendampingan dari tim pelaksana.

Pada tahap awal dilakukan pre-test untuk mengidentifikasi tingkat pemahaman peserta mengenai transaksi digital, penggunaan QRIS, dan pemanfaatan platform digital sebagai media pemasaran. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa sebagian besar peserta telah mengenal QRIS sebagai metode pembayaran digital, namun belum memahami proses registrasi, aktivasi, serta manfaat strategisnya bagi pengembangan usaha. Selain itu, sebagian besar peserta belum memiliki akun merchant ShopeeFood sehingga pemasaran produk masih didominasi oleh penjualan langsung dan promosi melalui media sosial sederhana. Kondisi tersebut sejalan dengan hasil penelitian (Fauziah 2025; Darioga et al., 2026; Larasati et al., 2026; Taryanda et al., 2024) yang menunjukkan bahwa literasi digital dan persepsi manfaat merupakan faktor utama yang memengaruhi intensi UMKM dalam menggunakan QRIS serta mendorong transformasi digital usaha (Ramadhan et al., 2023). Temuan tersebut juga didukung oleh Santika et al. (2024) yang menyatakan bahwa *performance expectancy*, *effort expectancy*, dan literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap niat pelaku UMKM dalam mengadopsi sistem pembayaran QRIS (Nurrohman & Nuryani, 2025).

Tahap penyampaian materi difokuskan pada konsep transformasi digital UMKM, manfaat sistem pembayaran QRIS, prosedur pembuatan QRIS, proses onboarding ShopeeFood, serta strategi pemanfaatan platform digital untuk memperluas akses pasar. Penyampaian materi dilakukan melalui ceramah interaktif, demonstrasi, dan sesi diskusi sehingga peserta dapat menghubungkan materi dengan kondisi usahanya masing-masing. Antusiasme peserta terlihat dari tingginya partisipasi dalam sesi tanya jawab, khususnya mengenai persyaratan pembuatan QRIS, mekanisme pencairan dana, proses verifikasi merchant ShopeeFood, serta strategi meningkatkan penjualan melalui aplikasi. Hasil ini menguatkan temuan (Lokuge et al., 2025) yang menjelaskan bahwa keberhasilan transformasi digital UMKM dipengaruhi oleh kesiapan organisasi, kemampuan belajar, serta dukungan terhadap adopsi teknologi digital. Selain itu, (González-Varona et al., 2021) menegaskan bahwa pengembangan kompetensi digital organisasi merupakan fondasi utama dalam meningkatkan kematangan digital (*digital maturity*) UMKM.



Gambar 3. Proses penyampaian materi kepada pelaku UMKM

Tahap praktik menjadi inti kegiatan PKM. Seluruh peserta didampingi secara langsung dalam proses registrasi QRIS sesuai ketentuan penyelenggara jasa pembayaran, aktivasi kode QRIS, serta proses onboarding ShopeeFood yang meliputi pembuatan akun merchant, pengisian profil usaha, pengunggahan menu dan foto produk, serta simulasi penerimaan pesanan. Pendekatan *hands-on training* memberikan pengalaman belajar yang lebih efektif karena peserta dapat langsung mengoperasikan aplikasi menggunakan telepon pintar masing-masing. Pada akhir sesi praktik, sebagian besar peserta telah berhasil menyelesaikan proses registrasi QRIS, sedangkan peserta yang memenuhi persyaratan administrasi juga berhasil menyelesaikan proses pendaftaran merchant ShopeeFood. Hasil ini menunjukkan bahwa pendampingan teknis mampu mengurangi hambatan adopsi teknologi yang selama ini dialami oleh pelaku UMKM.



Gambar 4. Praktik pembuatan QRIS

Tahap akhir kegiatan dilakukan melalui post-test dan evaluasi terhadap keterampilan peserta dalam mengoperasikan QRIS dan ShopeeFood. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai manfaat transaksi digital, tata cara penggunaan QRIS, serta strategi pemasaran melalui platform digital. Selain itu, peserta menyatakan lebih percaya diri untuk menerapkan transaksi nontunai dan memanfaatkan platform digital dalam aktivitas usahanya. Temuan ini konsisten dengan penelitian (Savitri Primasari et al., 2025) yang menyimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan keamanan berpengaruh positif terhadap penggunaan QRIS pada UMKM. Penelitian lain oleh (Zalsadilla & Yuldinawati, 2024) juga menunjukkan bahwa integrasi penggunaan e-commerce dan QRIS berkontribusi terhadap peningkatan kinerja penjualan UMKM melalui penguatan keunggulan bersaing.

Dari perspektif manajemen strategik, kegiatan PKM ini menunjukkan bahwa digitalisasi tidak hanya berfungsi sebagai inovasi teknologi, tetapi juga merupakan strategi pengembangan kapabilitas organisasi (*strategic capability*) yang dapat meningkatkan daya saing UMKM (Nella Pinem et al., 2026). Integrasi sistem pembayaran QRIS dengan platform ShopeeFood memberikan nilai tambah melalui peningkatan efisiensi transaksi, kemudahan pelayanan pelanggan, perluasan akses pasar, dan peningkatan visibilitas produk. Kondisi tersebut sejalan dengan pendekatan Resource-Based View (RBV) yang menempatkan kemampuan digital sebagai sumber daya strategis yang mampu menciptakan keunggulan bersaing apabila dikelola secara efektif. Selain itu, teori Dynamic Capability menjelaskan bahwa kemampuan organisasi dalam mengidentifikasi peluang (*sensing*), memanfaatkan peluang (*seizing*), dan melakukan transformasi (*transforming*) menjadi faktor penting dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis digital. Lokuge dan Duan (2021) serta Gonzalez-Varona et al. (2024) menegaskan bahwa pengembangan kapabilitas digital merupakan prasyarat bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing dan mempertahankan keberlanjutan usaha pada era ekonomi digital.

Hasil kegiatan ini juga mendukung kebijakan Bank Indonesia yang menempatkan QRIS sebagai entry point digitalisasi UMKM dalam rangka memperkuat inklusi ekonomi dan keuangan nasional. Melalui implementasi QRIS, pelaku UMKM memperoleh sistem pembayaran yang lebih cepat, mudah, murah, aman, dan andal sehingga mampu meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen sekaligus mendukung pencatatan transaksi yang lebih baik. Integrasi dengan ShopeeFood semakin memperluas peluang pemasaran digital sehingga pelaku usaha tidak hanya memperoleh kemudahan transaksi, tetapi juga memiliki akses terhadap pasar yang lebih luas. Dengan demikian, kegiatan PKM ini memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan literasi digital, percepatan adopsi pembayaran nontunai, serta penguatan daya saing UMKM di Kelurahan Kebon Nanas melalui penerapan strategi transformasi digital yang berkelanjutan.



Gambar 5. Hasil Kegiatan

SIMPULAN

Kegiatan Pendampingan Strategis Digitalisasi UMKM melalui Integrasi Sistem Pembayaran QRIS dan Onboarding ShopeeFood berhasil mengembangkan kapasitas pelaku UMKM dalam mengadopsi teknologi digital sebagai bagian dari strategi penguatan daya saing usaha. Implementasi kegiatan melalui tahapan *pre-test*, penyampaian materi, diskusi interaktif, praktik penggunaan QRIS, pendampingan *onboarding* ShopeeFood, dan *post-test* menunjukkan bahwa pendekatan pembelajaran partisipatif berbasis praktik (*experiential learning*) mampu meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta dalam memanfaatkan sistem pembayaran digital serta platform pemasaran berbasis aplikasi. Pendampingan teknis yang diberikan memungkinkan peserta tidak hanya memahami aspek operasional penggunaan QRIS dan ShopeeFood, tetapi juga mampu mengimplementasikannya secara langsung sesuai dengan karakteristik usahanya. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kegiatan PKM telah berkontribusi terhadap peningkatan literasi digital dan kesiapan transformasi digital UMKM sebagai fondasi dalam mengembangkan model bisnis yang lebih adaptif terhadap dinamika ekonomi digital.

Dari perspektif manajemen strategik, kegiatan ini mengonfirmasi bahwa integrasi sistem pembayaran digital dan platform *online food delivery* merupakan bagian dari pengembangan kapabilitas strategis (*strategic capability*) yang mendukung peningkatan keunggulan bersaing UMKM. Pemanfaatan QRIS dan ShopeeFood tidak hanya meningkatkan efisiensi transaksi dan akses pasar, tetapi juga memperkuat kemampuan pelaku usaha dalam merespons perubahan perilaku konsumen, memanfaatkan peluang pasar digital, dan meningkatkan kualitas layanan. Dengan demikian, digitalisasi usaha perlu dipandang sebagai proses transformasi organisasi yang memerlukan penguatan kompetensi, pendampingan berkelanjutan, dan sinergi antara perguruan tinggi, pemerintah daerah, lembaga keuangan, serta penyedia platform digital. Ke depan, model pendampingan ini berpotensi direplikasi pada komunitas UMKM di wilayah lain dengan mengintegrasikan aspek literasi digital, penguatan kapasitas manajerial, dan evaluasi dampak terhadap kinerja usaha, sehingga dapat memberikan kontribusi yang lebih luas terhadap pengembangan ekosistem UMKM yang inovatif, inklusif, dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Darioga, T., Askandar, N. S., & Alrasyid, H. (2026). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Risiko, dan Literasi Keuangan Terhadap Penggunaan QRIS oleh UMKM di Era Ekonomi Digital (Studi Kasus UMKM di Kota Malang)*.
- González-Varona, J. M., López-Paredes, A., Poza, D., & Acebes, F. (2021). Building and development of an organizational competence for digital transformation in SMEs. *Journal of Industrial Engineering and Management*, 14(1), 15–24. <https://doi.org/10.3926/jiem.3279>
- Larasati, A., Numawaty, D., & Yudha Pratimor, R. (2026). *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Edukasi Digital Marketing Untuk Perilaku Hidup Sehat*. 09(02), 353–365. <https://doi.org/10.30998/2s3g6t68>
- Lokuge, S., Sedera, D., Grover, V., & Sarker, S. (2025). Orchestrating digital technologies with incumbent enterprise systems for attaining innovation. *Information and Management*, 62(1). <https://doi.org/10.1016/j.im.2024.104066>

- Nella Pinem, W., Khanifah Pakpahan, Z., Kurniawan Siagian, Y., Studi Administrasi Bisnis, P., Administrasi Niaga, F., & Negeri Medan, P. (2026). Penggunaan Qris Terhadap Perilaku Konsumen Dan Pelaku Usaha Di Era Ekonomi Digital. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 3(3), 403–413. <https://doi.org/10.62017/jemb>
- Nurrohmah, A., & Nuryani, Y. (2025). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan dan Kemudahan terhadap Keputusan Penggunaan Digital Payment QRIS pada UMKM di Kabupaten Bandung. *Cakrawala: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 2(3), 508–517. <https://doi.org/10.70451/cakrawala.v2i3.635>
- Ramadhan, D., Asri, H. R., Gisjanto, H. A., Hartanti, N. D., & Setyarini, E. (2023). *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Digital Terhadap Keputusan Penggunaan QRIS pada Generasi Muda*.
- Savitri Primasari, N., Muttaqin, N., Putri, R., Budiarti, N., & Satrio, D. (2025). *The Utilization of QRIS as a Digital Payment Innovation to Improve Operational Efficiency and Profitability of MSMEs with Digital Financial Literacy as a Moderating Variable*.
- Solihat, A., Helmi, A., Azis, Y., & Komaladewi, R. (2025). The importance of social media influencers in increasing an intention to buy local sneakers in Indonesia through engagement. *Innovative Marketing*, 21(4), 290–304. [https://doi.org/10.21511/im.21\(4\).2025.21](https://doi.org/10.21511/im.21(4).2025.21)
- Taryanda, M. A., Ferawati, R., & Andriani, B. F. (2024). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Qris Pada Masyarakat Di Kota Jambi*.
- Zalsadilla, S., & Yuldinawati, L. (2024). Export Capability and Performance in West Java: Evidence From Women's MSMEs in West Java. In *Journal of Information Systems Engineering and Management* (Vol. 2025, Number 50s). <https://www.jisem-journal.com/>