

Persepsi Digitalisasi Keuangan Pedagang Pakaian di Pasar Tradisional Rengel - Tuban

Dewi Masruroh

S1 Ekonomi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya, Indonesia
Email: dewi.21058@mhs.unesa.ac.id

Prayudi. S. Prabowo

S1 Ekonomi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya, Indonesia
Email: prayudiprabowo@unesa.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan persepsi pedagang pakaian di Pasar Tradisional Desa Rengel terhadap digitalisasi keuangan. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan triangulasi metode dan sumber. Data dikumpulkan melalui wawancara (terstruktur dan semi terstruktur), observasi langsung, dan dokumentasi foto. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi pedagang masih bervariasi, tergantung pada tingkat pemahaman, pengalaman, dan akses terhadap teknologi. Sebagian pedagang menilai metode pembayaran digital seperti e-wallet (DANA, OVO), QRIS, dan transfer bank bermanfaat (perceived usefulness), namun penggunaan masih terbatas pada transfer bank, bahkan sering dibantu oleh keluarga. Sementara itu, penggunaan QRIS dan e-wallet masih pada tahap pengenalan karena pemahaman teknis yang rendah. Kendala lain yang ditemukan adalah akses internet yang kurang stabil dan keterbatasan perangkat seperti smartphone. Secara umum, penerimaan terhadap digitalisasi keuangan masih berada pada tahap awal. Hal ini menunjukkan perlunya edukasi, pendampingan, dan dukungan sarana seperti pelatihan penggunaan QRIS dan penyediaan akses internet untuk mendorong adopsi digitalisasi keuangan di pasar tradisional secara bertahap.

Kata Kunci : digitalisasi keuangan, pedagang pakaian, persepsi, transaksi digital, pasar tradisional rengel

Abstract

This study aims to describe the perceptions of clothing traders in Rengel Village Traditional Market regarding financial digitalization. A descriptive qualitative approach was applied using method and source triangulation. Data were collected through structured and semi-structured interviews, direct observations, and photo documentation. The findings reveal that traders' perceptions vary depending on their understanding, experience, and technology access. Some perceive digital payments such as e-wallets (DANA, OVO), QRIS, and bank transfers as useful (perceived usefulness), but actual use remains limited to bank transfers, often with family assistance. QRIS and e-wallets are still in the introductory stage due to limited technical knowledge. Other obstacles include unstable internet access and limited device ownership. Overall, the acceptance of digital finance among traditional market traders is still at an early stage. Therefore, education, guidance, and infrastructure support are needed to gradually enhance the adoption of financial digitalization in traditional markets.

Keywords: financial digitalization, clothing traders, perception, digital transactions, Rengel traditional market

PENDAHULUAN

Pasar tradisional memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia. Pasar ini tidak hanya menjadi tempat pemenuhan kebutuhan sehari-hari, tetapi juga berfungsi sebagai pusat interaksi sosial masyarakat dan penggerak ekonomi lokal. Menurut (Ariyani & Nurcahyono, 2014), pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli secara langsung dalam proses tawar-menawar yang bersifat fleksibel. Fisik pasar umumnya terdiri dari kios, los, atau lapak yang digunakan oleh pedagang dan dikelola oleh pengelola pasar (Herman Malano, 2011). Barang yang dijual pun sangat beragam, mulai dari kebutuhan pokok hingga barang sekunder seperti pakaian. Dalam konteks ini, pedagang pakaian menjadi salah satu kelompok pelaku usaha yang terdampak langsung oleh perubahan perilaku konsumen, terutama sejak pandemi dan meningkatnya arus digitalisasi. Pasar Rengel di Kabupaten Tuban merupakan salah satu pasar tradisional yang memiliki fungsi ekonomi dan sosial yang vital bagi masyarakat desa, sekaligus menjadi lokasi utama penelitian ini.

Namun, sejak pandemi COVID-19 melanda pada awal tahun 2020, terjadi perubahan signifikan dalam pola aktivitas perdagangan di pasar tradisional. Pembatasan sosial dan kekhawatiran masyarakat terhadap penularan virus menyebabkan penurunan drastis jumlah pengunjung pasar. Kondisi ini mendorong masyarakat untuk mulai beralih ke sistem belanja daring atau melalui media sosial karena dianggap lebih aman dan praktis. Fenomena ini berdampak besar pada pedagang, terutama pedagang pakaian yang mengalami penurunan pendapatan. Dalam interaksi awal sebelum wawancara, salah satu informan pedagang mengungkapkan bahwa pendapatannya kini hanya setengah dari biasanya, bahkan tak jarang dalam satu hari ia tidak mendapatkan penghasilan sama sekali, berbeda dengan kondisi sebelum pandemi.

Perubahan perilaku konsumen selama pandemi menjadi momentum awal bagi transformasi digital di berbagai sektor, termasuk pasar tradisional. Digitalisasi keuangan, seperti penggunaan QRIS, dompet digital, dan transfer bank mulai diperkenalkan sebagai solusi alternatif yang dapat mempermudah transaksi tanpa kontak fisik. Menurut (Gouveia & Mamede, 2022), pandemi telah mempercepat proses digitalisasi, bahkan pada sektor informal sekalipun. Namun, realitas di lapangan menunjukkan bahwa adopsi teknologi keuangan digital di pasar tradisional masih sangat terbatas dan belum merata.

Di Pasar Rengel, penggunaan sistem pembayaran digital masih rendah. Mayoritas pedagang tetap mengandalkan transaksi tunai karena keterbatasan literasi digital, kurangnya pelatihan teknis, dan belum tersedianya infrastruktur penunjang seperti koneksi internet yang memadai. (Ly & Ly, 2024) menyatakan bahwa UMKM di negara berkembang sering kali menghadapi kendala dalam mengadopsi teknologi akibat rendahnya literasi digital dan minimnya infrastruktur. (Rais et al., 2024) juga menambahkan bahwa penerapan QRIS di pasar tradisional menghadapi tantangan besar karena kurangnya sosialisasi dan dukungan teknis dari lembaga terkait.

Selain kendala teknis, faktor sosial seperti usia dan pendidikan juga memengaruhi tingkat penerimaan terhadap teknologi digital. Sebagian besar

pedagang di Pasar Rengel merupakan kelompok usia lanjut dengan pendidikan formal yang terbatas. (Joseph & Suryadi, 2024) menunjukkan bahwa tingkat pendidikan memiliki pengaruh signifikan terhadap kesiapan pelaku UMKM dalam mengadopsi teknologi digital. Pelaku usaha dengan pendidikan yang lebih tinggi cenderung memiliki pemahaman yang lebih baik terhadap sistem digital dan lebih terbuka terhadap perubahan berbasis teknologi.

Tidak hanya dari sisi pedagang, dari sisi konsumen pun ditemukan hambatan serupa. Banyak pembeli yang belum familiar atau tidak memiliki akses terhadap aplikasi pembayaran digital. Beberapa di antaranya masih menggunakan ponsel dengan spesifikasi terbatas dan merasa lebih aman bertransaksi secara tunai. (Islam et al., 2023) mencatat bahwa rendahnya literasi digital konsumen dan minimnya kepercayaan terhadap sistem keuangan digital menjadi penghambat utama dalam proses transformasi digital pada sektor informal.

Di sisi lain, digitalisasi keuangan tetap memiliki potensi besar dalam meningkatkan efisiensi transaksi dan memperluas jangkauan layanan usaha bagi pedagang kecil. Sebuah survei oleh (PhonePe & Nielsen, 2024) di India menunjukkan bahwa 73% UMKM mengalami pertumbuhan bisnis setelah mengadopsi sistem pembayaran digital, seperti UPI dan aplikasi berbasis smartphone. Teknologi digital dinilai mampu mempercepat proses transaksi, memperluas jangkauan pelanggan, serta memperbaiki efisiensi operasional. Selain itu, (Alom et al., 2025) menegaskan bahwa adopsi sistem pembayaran digital dapat meningkatkan kepuasan pelanggan serta memberikan keunggulan kompetitif di tengah perubahan pola konsumsi masyarakat.

Untuk itu, keberhasilan digitalisasi keuangan di pasar tradisional seperti Pasar Rengel memerlukan dukungan yang menyeluruh, baik dari segi kebijakan, infrastruktur, maupun pendampingan. Program pemerintah seperti Gerakan Nasional Non-Tunai (GNNT) dan inisiatif digitalisasi UMKM perlu diterapkan secara lebih efektif di daerah pedesaan. (Auwal Kabir et al., 2015) menekankan bahwa inklusi digital hanya akan berhasil apabila sistem pendukung di lingkungan sekitar juga siap, termasuk dalam hal regulasi, edukasi, dan teknologi.

Sebagaimana disampaikan oleh (Ozili, 2018), inklusi keuangan digital yang efektif hanya dapat terwujud melalui sinergi antara kesiapan teknologi, kebijakan yang mendukung, dan peningkatan literasi masyarakat. Oleh karena itu, strategi pemberdayaan pedagang pasar harus dilakukan dengan pendekatan edukatif berbasis kebutuhan lokal dan dilakukan secara bertahap, tidak semata-mata dengan mendorong penggunaan teknologi secara instan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji persepsi pedagang pakaian di Pasar Tradisional Rengel terhadap digitalisasi keuangan. Fokus utama diarahkan pada bentuk transaksi digital seperti QRIS, transfer bank, dan dompet digital, serta bagaimana faktor kemanfaatan, kemudahan, dukungan sosial, dan risiko psikologis memengaruhi adopsi teknologi di lingkungan pasar tradisional.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami secara mendalam persepsi pedagang pakaian di Pasar Tradisional

Rengel terhadap digitalisasi keuangan. Fokus utamanya adalah menggali sikap, pengalaman, dan hambatan yang mereka hadapi dalam penggunaan sistem pembayaran digital seperti QRIS, e-wallet, maupun transfer bank. Pendekatan ini dipilih karena mampu menangkap realitas sosial secara langsung dan utuh dari sudut pandang para pelaku usaha, tanpa intervensi atau manipulasi.

Adapun lokasi penelitian ditentukan secara purposif, yaitu Pasar Rengel, Kabupaten Tuban, yang dikenal sebagai pusat kegiatan ekonomi masyarakat pedesaan. Pasar ini dipilih karena sedang mengalami pergeseran dalam sistem transaksi akibat meningkatnya penggunaan layanan keuangan digital. Pengumpulan data dilakukan dari bulan Agustus 2024 hingga data dianggap mencukupi dengan mengacu pada prinsip data saturation, yaitu saat wawancara tidak lagi menghasilkan informasi baru yang signifikan.

Sebelum melakukan wawancara utama, peneliti terlebih dahulu melakukan penjajakan lapangan dan berdiskusi informal dengan pihak pengelola pasar, kepala desa, dan pengurus BUMDes untuk memperoleh gambaran umum terkait kondisi digitalisasi keuangan di pasar. Meskipun mereka tidak dijadikan informan utama, informasi dari mereka berperan penting dalam memahami konteks dan memperkuat validitas data melalui triangulasi sumber.

Informan utama dalam penelitian ini adalah pedagang pakaian yang telah aktif berdagang minimal sepuluh tahun dan memiliki pengalaman dalam transaksi tunai maupun digital. Informan dipilih menggunakan teknik purposive sampling, dengan jumlah total enam orang: terdiri dari dua pedagang pakaian sebagai subjek utama, serta empat pembeli sebagai informan pelengkap.

Selanjutnya, pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik utama, yaitu: (1) wawancara mendalam secara semi-terstruktur untuk menggali persepsi, pengalaman, dan hambatan adopsi teknologi keuangan; (2) observasi langsung terhadap aktivitas jual beli, terutama penggunaan atau ketidakhadiran metode pembayaran digital dalam praktik; dan (3) dokumentasi berupa foto kondisi pasar, serta kegiatan wawancara dengan pedagang dan pembeli. Seluruh data yang dikumpulkan dicatat secara rinci dalam catatan lapangan untuk menjaga keterlacakan proses pengumpulan data.

Dalam proses ini, peneliti berperan langsung sebagai instrumen utama dengan menggunakan pedoman wawancara yang disusun berdasarkan indikator dari teori Technology Acceptance Model (TAM), yaitu persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan sikap terhadap teknologi. Pedoman wawancara dirancang agar pertanyaannya mudah dipahami, relevan, dan sesuai dengan konteks pasar tradisional. Pertanyaan disesuaikan dengan jenis informan, di mana pedagang dan pembeli mendapatkan pertanyaan yang berbeda sesuai tujuan informasi yang ingin digali. Untuk menjaga kualitas data, peneliti menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh informan serta pendekatan wawancara yang fleksibel, ramah, namun tetap terarah.

Untuk menjaga keabsahan data, digunakan teknik triangulasi sumber dan metode. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan data dari pedagang, pembeli, dan hasil observasi lapangan, sementara triangulasi metode menggabungkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Di samping itu, dilakukan juga member checking atau konfirmasi ulang hasil wawancara kepada

informan untuk memastikan akurasi informasi. Semua proses pencatatan dan dokumentasi dilakukan secara sistematis untuk menjaga transparansi dan integritas dalam proses penelitian.

Terakhir, data dianalisis menggunakan model dari Miles dan Huberman yang mencakup tiga tahap utama: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Analisis dilakukan dengan mengelompokkan informasi sesuai dengan fokus-fokus utama penelitian, seperti persepsi kemudahan, manfaat, dan hambatan penggunaan teknologi keuangan di kalangan pedagang. Hasil analisis ini digunakan untuk memberikan gambaran yang menyeluruh mengenai bagaimana para pedagang merespons kehadiran digitalisasi keuangan, berdasarkan situasi nyata dan pengalaman mereka di lapangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Persepsi Kemanfaatan (Perceived Usefulness) terhadap Digitalisasi Keuangan

Beberapa pedagang dan konsumen di Pasar Rengel menunjukkan bahwa sistem pembayaran digital seperti transfer bank atau QRIS memiliki manfaat yang dirasakan, terutama dalam hal efisiensi dan kemudahan transaksi jarak jauh. Misalnya, Ibu Su menyampaikan bahwa ia terbiasa melakukan transfer antarbank, meskipun belum nyaman menggunakan QRIS: *“Saya sih bisa transfer-transfer biasa, Mbak, ...tapi kalau untuk pembayaran pakai QRIS atau scan barcode gitu, saya belum pernah.”* (Informan Pelanggan 4). Hal ini menunjukkan bahwa perceived usefulness mulai terbentuk, meskipun belum disertai dengan kemauan penuh untuk menggunakan metode tersebut.

Ibu Jum sebagai pelanggan juga mengakui kemudahan yang ditawarkan sistem transfer saat harus membayar setelah barang laku terjual: *“...Biasanya saya ambil beberapa baju dulu, nanti dibayar belakangan pas udah laku. Kadang juga transfer dari rumah aja.”* (Informan pelanggan 3). Dengan demikian, bagi sebagian pedagang dan pelanggan, digitalisasi keuangan memiliki potensi mempermudah alur transaksi, terutama dalam konteks langganan dan pembelian partai besar.

Persepsi Kemudahan (Perceived Ease of Use) dalam Penggunaan Sistem Digital

Meskipun kemanfaatan dirasakan, tidak semua pedagang merasa mudah menggunakan sistem digital. Beberapa justru menyampaikan kesulitan dan rasa tidak percaya diri dalam menjalankan transaksi digital. Ibu Zul mengatakan, *“Saya pakai HP cuma buat nelpn, SMS, sama WhatsApp-an kalau perlu aja. Kalau beli ya biasa bayar langsung pakai uang tunai.”* (Informan Pelanggan 1). Ini mencerminkan keterbatasan pemahaman dan ketidaknyamanan dalam menggunakan aplikasi keuangan.

Ibu Partin juga menyampaikan bahwa meskipun telah diajari anaknya, ia masih ragu dan takut salah saat mencoba transaksi mandiri: *“...Masih sering takut salah kalau harus bayar sendiri. Kalau QRIS malah belum tahu caranya sama sekali.”* (Informan pelanggan 2).

Bahkan bagi yang telah bisa menggunakan transfer bank, seperti Ibu Su, QRIS masih dianggap rumit dan membingungkan. *“...Saya belum paham betul*

dan agak ragu takut salah pencet." (Informan pelanggan 4). Hal ini mengindikasikan bahwa persepsi terhadap kemudahan penggunaan masih menjadi tantangan besar dalam adopsi teknologi digital di kalangan pedagang dan pembeli di pasar tradisional.

Dukungan Sosial dan Lingkungan terhadap Adopsi Digitalisasi

Dukungan dari keluarga, terutama anak-anak, menjadi salah satu faktor penting dalam membantu pedagang mengakses teknologi digital. Ibu Sudarwati menyampaikan, *"...Saya juga dibantu sama anak saya kalau soal transfer, ga bisa kalau sendiri, takut salah."* (Informan pedagang 2).

Senada dengan itu, Ibu Partin menyatakan, *"...Saya pernah diajarin anak soal cara transfer lewat HP, tapi belum pernah nyoba sendiri."* (Informan pelanggan 2). Bahkan, Ibu Jum juga mengetahui tentang QRIS dari ponakannya saat berbelanja di kota: *"Iya, Mbak, saya tahu QRIS itu, pernah diajarin sama ponakan waktu ke kota."* (Informan pelanggan 3).

Selain keluarga, dorongan dari pelanggan juga menjadi penggerak adopsi teknologi. Ibu Jum menjelaskan bahwa ia lebih suka transfer saat membeli barang dalam jumlah besar dan mendorong pedagang untuk menyediakan opsi tersebut. *"Saya ambil barang agak banyak, jadi saya yang nawarin bayar lewat transfer biar gampang."* (Informan pelanggan 3). Hal ini memperlihatkan bahwa lingkungan sosial dapat mempengaruhi niat pedagang untuk mencoba sistem baru.

Preferensi dan Kebiasaan Konsumen terhadap Pembayaran

Mayoritas pembeli di Pasar Rengel masih lebih nyaman menggunakan uang tunai. Ibu Partin menyatakan, *"...Kadang malah ribet, harus buka aplikasi, terus harus tahu saldonya cukup atau nggak."* (Informan pelanggan 2).

Ibu Jum menambahkan bahwa kondisi pasar yang kadang sinyalnya buruk menjadikan tunai lebih praktis: *"...Kalau di pasar, sinyal sering susah, HP lowbat, malah jadi ribet. Jadi lebih enak pakai tunai, cepat selesai."* (Informan pelanggan 3).

Menurut Ibu Su, pembayaran digital hanya menjadi alternatif: *"Pembayaran tunai masih jadi pilihan utama buat saya. QRIS atau metode digital lainnya itu cuma sebagai tambahan."* (Informan pelanggan 4). Kebiasaan menggunakan uang fisik dan rasa aman dalam transaksi tunai membuat adopsi digital berjalan lambat di kalangan konsumen pasar tradisional.

Faktor Psikologis dan Risiko dalam Penggunaan Teknologi Digital

Ketakutan terhadap risiko teknologi juga menjadi penghambat adopsi. Ibu Jum menyampaikan kekhawatiran tentang kehilangan ponsel yang berdampak pada kehilangan akses ke uang: *"...Kalau misal HP-nya hilang gimana Mbak? Bisa-bisa uangnya juga ikut hilang."* (Informan pelanggan 3).

Ibu Lilik menambahkan, *"...Saya sebenarnya pengen nyoba pakai QRIS, tapi takut ribet urusannya. Harus sering verifikasi, takut akun kena hack."* (Informan pedagang 1). Sementara itu, Ibu Partin menyatakan rasa cemas terhadap kemungkinan salah transfer dan kesulitan mengingat PIN: *"Saya takut salah pencet, nanti malah kirimnya ke orang lain."* (Informan pelanggan 2).

Pernyataan-pernyataan ini memperlihatkan bahwa hambatan bukan hanya teknis, tetapi juga menyangkut kepercayaan dan rasa aman. Tanpa pendampingan

dan edukasi yang memadai, resistensi terhadap sistem digital cenderung tetap tinggi.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi pedagang pakaian di Pasar Tradisional Rengel terhadap digitalisasi keuangan masih sangat beragam. Faktor-faktor seperti usia, tingkat literasi digital, pengalaman dalam menggunakan teknologi, serta dukungan lingkungan sosial memengaruhi kesiapan mereka dalam mengadopsi sistem pembayaran digital seperti QRIS, transfer bank, dan e-wallet.

Sebagian pedagang menunjukkan sikap positif dan bersedia mencoba pembayaran digital, terutama mereka yang lebih terbiasa menggunakan perangkat smartphone atau mendapat bantuan dari keluarga. Namun, sebagian besar lainnya, khususnya pedagang berusia lanjut, masih menghadapi kendala dalam hal pemahaman, kepercayaan terhadap sistem digital, serta keterbatasan teknis seperti perangkat dan jaringan internet.

Meskipun demikian, para pedagang pada umumnya tidak menolak kehadiran teknologi digital secara mutlak. Ada harapan dan keinginan untuk belajar, asalkan tersedia pendampingan dan pelatihan yang sesuai dengan kondisi mereka. Pihak pengelola pasar dan pemerintah desa memiliki peran penting dalam menyediakan dukungan, baik melalui sosialisasi langsung maupun penyediaan sarana penunjang yang relevan. Oleh karena itu, digitalisasi keuangan di pasar tradisional seperti Pasar Rengel perlu dilakukan secara bertahap dengan pendekatan edukatif yang kontekstual, infrastruktur yang memadai, serta dukungan kebijakan yang responsif terhadap kondisi lokal.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa persepsi pedagang pakaian terhadap digitalisasi keuangan di Pasar Rengel pada dasarnya belum sepenuhnya negatif, tetapi masih membutuhkan proses adaptasi. Digitalisasi dipandang sebagai sesuatu yang bermanfaat, namun belum semua merasa siap menggunakannya secara mandiri. Oleh karena itu, pendekatan yang tepat, seperti edukasi yang kontekstual, penyediaan infrastruktur yang mendukung, serta pelatihan langsung yang ramah bagi pedagang lansia, menjadi kunci untuk membangun persepsi positif yang dapat mendorong adopsi teknologi secara lebih merata dan berkelanjutan.

REFERENSI

- Alom, K., Rahman, M. Z., Khan, A. I., Akbar, D., Hossain, M. M., Ali, M. A., & Mallick, A. (2025). Digital finance leads women entrepreneurship and poverty mitigation for sustainable development in Bangladesh. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 14(1). <https://doi.org/10.1186/s13731-025-00471-2>
- Ariyani, N. I., & Nurcahyono, O. (2014). Digitalisasi Pasar Tradisional: Perspektif Teori Perubahan Sosial. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 3(1), 1–12. <https://doi.org/10.20961/jas.v3i1.17442>
- Auwal Kabir, M., Zabedah Saidin, S., Ahmi, A., & Auwal Kabir, M. (2015). *Adoption of e-Payment Systems: A Review of Literature*. 2012. www.icoec.my

- Gouveia, F. D., & Mamede, H. S. (2022). Digital Transformation for SMES in the Retail Industry. *Procedia Computer Science*, 204(2021), 671–681. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2022.08.081>
- Herman Malano. (2011). *Selamatkan Pasar Tradisional: Potret Ekonomi Rakyat Kecil*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Islam, A. A. A., Trinugroho, I., & Suryanto. (2023). Smes' Flight To Digital and Green Economy: Evidence From Indonesia. *International Journal of Business and Society*, 24(1), 362–379. <https://doi.org/10.33736/ijbs.5622.2023>
- Joseph, A., & Suryadi, D. (2024). INDONESIAN SMEs' ATTITUDE TOWARD INTERNET USAGE AS A PREREQUISITE OF INDUSTRY 4.0 TECHNOLOGY ADOPTION. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 8(1), 1–12. <https://doi.org/10.29040/ijebar.v8i1.12666>
- Ly, R., & Ly, B. (2024). Digital payment systems in an emerging economy. *Computers in Human Behavior Reports*, 16(January), 100517. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2024.100517>
- Ozili, P. K. (2018). Impact of digital finance on financial inclusion and stability. *Borsa Istanbul Review*, 18(4), 329–340. <https://doi.org/10.1016/j.bir.2017.12.003>
- PhonePe & Nielsen. (2024). 73% MSMEs report business growth via digital adoption, led by UPI and smartphones: Survey. *The Economic Times*. <https://economictimes.indiatimes.com/small-biz/sme-sector/73-msmes-report-business-growth-via-digital-adoption-led-by-upi-and-smartphones-survey/articleshow/122124007.cms>
- Rais, M., Hasan, A., Ari, A., & Amal, S. (2024). *YUME : Journal of Management Persepsi Pedagang Dan Pembeli Terhadap Keterterimaan Qris*. 7(2), 706–711.