

ANALISIS STRATEGI DIGITAL MARKETING PEDAGANG KAKI LIMA YANG MENGGUNAKAN *SCAN QR CODE*

Naili Fauziyatul Husna^{a*}, Cikita Berlian Hakim^a, Nur Hayati^a

^aUniversitas Muhammadiyah Kudus

Jln. Ganesha 1 Purwosari Kudus, Indonesia

Email : nailiifauziyatul@gmail.com

Abstrak

Transaksi jual beli tidak hanya menggunakan uang kartal dan giral atau uang tunai, tetapi juga melalui aplikasi teknologi yang biasa disebut Financial Technology (Fintech). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana PKL mendorong perkembangan dompet digital di Kecamatan Kota Kudus. Untuk menganalisis serta mengetahui bagaimana dampak penggunaan dompet digital sebagai alat pembayaran nontunai bagi pedagang kaki lima (PKL) di Kecamatan Kudus. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif pendekatan studi kasus. Dari hasil wawancara informan menggunakan sistem pembayaran kode QR untuk mempermudah transaksi bagi pelanggan yang tidak membawa uang tunai atau yang sudah terbiasa dengan pembayaran cashless. Informan mempromosikan sistem ini melalui media sosial seperti, whatsapp dan instagram. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka penelitian mengenai analisis strategi digital marketing PKL yang menggunakan scan QR code dapat disimpulkan bahwa PKL menggunakan pembayaran sistem scan QR code yaitu pelanggan dapat melakukan transaksi pembayaran dengan cepat dan mudah tanpa harus membawa uang tunai dan menunggu kembalian. PKL juga memberikan pelayanan yang lebih baik dengan menyediakan berbagai pilihan pembayaran digital yang mendukung semua jenis aplikasi pembayaran sesuai dengan kebutuhan pelanggan. PKL dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan dengan menyediakan pembayaran scan QR code yang aman. PKL dapat mengadaptasi diri dengan perkembangan teknologi dompet digital yang semakin populer di masyarakat.

Kata Kunci: Pedagang kaki lima, Scan QR code, Pembayaran

Abstract

In the financial world, transactions not only use currency and chiral or cash, but also through technological applications commonly called Financial Technology (Fintech). This study aims to determine how street vendors encourage the development of digital wallets in Kudus City District. To analyze and find out how the impact of using digital wallets as a non-cash payment tool for street vendors (PKL) in Kudus District. This research uses a qualitative method case study approach. From the results of the interview, the informant uses a QR code payment system to facilitate transactions for customers who do not carry cash or who are accustomed to cashless payments. Based on the results of the research and discussion, the research on the analysis of the digital marketing strategy of street vendors using the QR code scan can be concluded that street vendors use the QR code scan payment system, namely customers can make payment transactions quickly and easily without having to carry cash and wait for change. PKL also provides better service by providing various digital payment options that support all types of payment applications according to customer needs. Street vendors can increase customer trust by providing secure QR code scan payments. Street vendors can adapt to the development of digital wallet technology that is increasingly popular in the community.

Keywords: Street vendors, Scan QR code, Payment

I. PENDAHULUAN

Strategi perdagangan digital berimplikasi pada kualitas bersaing UKM dalam

mempromosikan produknya sebesar 78% (Wardhana, 2015), lebih-lebih sanggup menaikkan perdagangan capai 100% (Pradiani, 2018). Digital marketing sungguh

menolong para pelaku PKL di Indonesia akibat mampu menaikkan omset perdagangan para pelaku PKL (Redjeki & Affandi, 2021). Sistem perdagangan lebih efisien akibat prosesnya lebih gampang (Zahrah & Fawaid, 2019), dana lebih ekonomis dengan menjangkau lebih lapang (Azmi Fadhilah & Pratiwi, 2021; Saputra & Ardani, 2020). Model perdagangan senantiasa perlu mencermati mutu produk akibat jual beli online berlainan dengan jual beli offline (Adjeng Mariana Febrianti et al., 2018). (Ira Promasanti Rachmadewi et al., 2021)

Teknologi telah berkembang pesat di Indonesia dan berdampak pada berbagai sektor ekonomi. Berasal dari keterbatasan hasil terciptalah semacam aktivitas yang cepat serta gampang, salah satu aktivitas yang dipengaruhi oleh teknologi merupakan alat pembayaran tunai misalnya uang. Sebelum uang diciptakan, barter adalah metode utama perdagangan, di mana barang ditukar dengan barang lain tanpa menggunakan uang. Namun, barter memiliki keterbatasan, seperti sulitnya menemukan orang yang saling membutuhkan barang dan perbedaan nilai barang, sehingga sulit untuk melakukan perdagangan. Nilai suatu barang pastilah berbeda-beda dengan demikian dalam perdagangan barter harus terdapat dua keinginan yang saling bersesuaian dan keadaan ini dalam istilah Inggris dinamakan *double coincidence of wants*, yang membuat barter menjadi kurang praktis dibandingkan dengan ekonomi berbasis uang di zaman modern (Sukino, 2015). Oleh karena itu, sistem barter memiliki banyak kelemahan dan barter bukan solusi tepat sebagai alat transaksi. Maka, terciptalah alat tukar baru, yaitu uang. (Chrysilla Zada et al., 2021)

Seiring dengan kemajuan zaman dan berkembangnya teknologi telah mengubah perilaku masyarakat dalam berbagai aspek kehidupan. termasuk, interaksi sosial, transportasi, jual beli dan layanan keuangan menggunakan digital atau *cashless*. Dalam dunia keuangan, transaksi tidak hanya menggunakan uang kartal dan giral, tetapi juga melalui aplikasi teknologi yang biasa disebut *Financial Technology (Fintech)*. Menurut Bank Indonesia (2019) *fintech* merupakan hasil perpaduan antara layanan

keuangan dengan teknologi yang mengubah model bisnis berbasis tunai menjadi *cashless*, mengubah sistem pembayaran publik, dan membantu mengurangi biaya yang berlebihan. Bank Indonesia sendiri terus mendorong pemakaian dan implementasi transaksi *e-money* untuk transaksi nontunai. Sudah banyak perusahaan perbankan dan perusahaan lain yang memakai layanan *e-money* untuk meningkatkan kenyamanan pengguna *e-money*. seperti layanan pembayaran digital di Indonesia yaitu OVO, DANA dan GOPAY. (Chrysilla Zada et al., 2021)

Penyampaian informasi melalui media sosial Instagram secara efektif meningkatkan minat konsumen hingga 50,2% (Indika & Jovita, 2017). Digital marketing memiliki dampak positif digital marketing bagi pertumbuhan dan perkembangan perusahaan, jika perusahaan ingin bertahan dalam persaingan industri di era digital, diperlukan pemahaman bersama. (Ira Promasanti Rachmadewi et al., 2021)

Dari blog radar kudu mengenai PKL yang menerapkan pembayaran non tunai menggunakan Scan QR Code. BRI mempromosikan sistem Scan QR Code dengan menggandeng PKL di kota Kudus. Mulai dari kawasan Alun-alun Simpang Tujuh Kudus serta yang berjualan di kawasan Balai Jagong. Adanya kerjasama dengan BRI diharapkan dapat mempromosikan dan menarik minat masyarakat melakukan transaksi nontunai, Bri kudu menggelar promo harga murah di setiap PKL yang ikut menjalin kerja sama. "Cukup dengan membayar Rp 5 sudah bisa makan siomay satu porsi atau es krim maupun makanan yang tersedia di warung kucingan," ujarnya. Promo harga Rp 5 untuk setiap transaksi pembelian makanan hanya berlaku untuk pengguna aplikasi BRImob atau mobile banking BRI berbasis data internet yang memberikan kemudahan bagi nasabah dalam bertransaksi secara nontunai. "Program tersebut kami berlakukan selama 15 hari saat Ramadhan. Kami akan mengevaluasi apakah minat masyarakat cukup bagus atau masih kurang. Tapi, kode Scan QR Code juga bisa digunakan untuk segala jenis dompet digital. Tidak hanya BRImob," ujarnya. Salah satu pedagang siomay dan batagor di Simpang

Tujuh Wawan mengaku, menyediakan pembayaran dengan Scan QR Code. Kebetulan saat ini ada promo hasil kerja sama dengan BRI Kudus Rp 5 ribu untuk satu porsi siomay atau batagor. Setiap hari, disediakan 50 porsi siomay atau batagor dengan harga promo khusus bagi pembeli yang membayarnya menggunakan aplikasi PRImo. Antusiasme pembeli yang menggunakan transaksi menggunakan Scan QR Code lumayan banyak. Terpisah, Kepala Dinas Perdagangan Kudus Sudiharti mengatakan, PKL Sunan Kudus sudah bisa melayani pembayaran nontunai, bagi yang sudah memiliki kode Scan QR Code. Bisa pembayaran menggunakan dompet digital, seperti Dana, Link Aja, Ovo, dan lainnya. "Adanya Scan QR Code ini, mempermudah transaksi nontunai. Terutama ojek online (ojol). Ya, ini kerja sama yang bermanfaat, agar PKL lebih update terkait dengan cara pembayaran nontunai. Sekarang ini arahnya pakai dompet digital. Dari sekarang memang dikenalkan bayar nontunai," imbuhnya. (Indah Susanti, 13/04/2022)

Penelitian ini hanya meneliti 3 dompet digital saja yaitu GOPAY, OVO dan DANA. Karena, di wilayah Banjarmasin kebanyakan PKL menggunakan jenis dompet digital tersebut dan perlu diketahui bahwa masih sedikit PKL yang menggunakan dompet digital sebagai alat transaksi pembayaran nontunai di Banjarmasin. Hal ini juga berkaitan dengan memilih Kecamatan Kudus sebagai lokasi penelitian karena populasi PKL yang menggunakan dompet digital sebagai alat pembayaran non-tunai untuk konsumen lebih banyak dibandingkan dengan Kecamatan lainnya.

Wawancara awal atau preliminary yang dilakukan peneliti pada Sabtu tanggal 25 Mei 2023 di kabupaten Kudus terhadap PKL yang menggunakan Scan QR Code. Dari wawancara awal narasumber SR informan menjelaskan bahwa dirinya merupakan salah satu pedagang kaki lima di kota kudus dan berjualan di pinggir jalan raya dekat dengan pasar kliwon dan informan merupakan penjual es Gempol Pleret dan juga mempunyai cabang di kota jepara tepatnya di pasar kalinyamat menggunakan Scan QR Code sejak tahun 2021, menurut dari

informan menggunakan Scan QR Code mempermudah pelanggan dalam melakukan pembayaran, hal itu juga mengikuti perkembangan zaman saat ini. Informan juga mempromosikan dagangannya melalui social media berupa instagram dan nomor whatsapp yang tercantum di cup minuman. PKL buka dari jam 10 pagi sampai jam 5 sore.

Rumusan masalah penelitian ini yaitu menganalisis dimensi-dimensi analisis strategi digital marketing pedagang kaki lima menggunakan scan QR Code.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana PKL mendorong perkembangan dompet digital di Kecamatan Kota Kudus. Untuk menganalisis serta mengetahui bagaimana dampak penggunaan dompet digital sebagai alat pembayaran nontunai bagi pedagang kaki lima (PKL) di Kecamatan Kudus.

II. LANDASAN TEORI

A. Pengertian Digital Marketing

“Menurut Lane (2008) dalam (Katherine Taken Smith, 2011) pemasaran digital merupakan praktik mempromosikan produk dan layanan melalui saluran distribusi digital. Pemasaran digital, juga dikenal sebagai e-marketing, termasuk juga iklan digital, yang mengirimkan pesan pemasaran kepada pelanggan.

Menurut Coviello et al, dalam (Fawaid, 2017) Digital Marketing merupakan penggunaan internet dan teknologi interaktif lainnya untuk menghasilkan dan menghubungkan dialog antara perusahaan dan konsumen tertentu. Mereka juga mengklaim bahwa e-marketing merupakan bagian dari e-commerce. (Aryani, 2021)

B. Pengertian Scan QR Code

1) Scan QR Code

Scan QR Code merupakan serangkaian kode yang berisikan keterangan/informasi, identitas pedagang/pengguna, nilai pembayaran, atau mata uang yang dapat dibaca oleh alat tertentu sehubungan dengan transaksi pembayaran.

Teknologi Scan QR Code telah berkembang untuk digunakan di berbagai

industri, termasuk pembayaran. Scan QR Code merupakan kode batang dua dimensi yang berisi lebih banyak informasi dari kode batang dan dapat dibaca dari berbagai arah secara horizontal dan vertikal. Sedangkan QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) merupakan standar pemindaian kode QR yang dikembangkan oleh Bank Indonesia dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) untuk pembayaran dalam sistem pembayaran Indonesia, yaitu standar pemindaian barcode untuk pembayaran melalui aplikasi e-money berbasis server based, dompet elektronik, ataupun mobile banking. (BAB - 201620201, n.d.)

2) Pedagang Kaki Lima (PKL)

Menurut Damsar (2002) PKL (Sektor Informal) merupakan mereka yang melakukan kegiatan usaha dagang sendiri atau berkelompok dan menggunakan tempat-tempat fasilitas umum, seperti trotoar, pinggir pinggir jalan umum, sebagai tempat jualannya. Pedagang yang melakukan aktivitas bisnisnya untuk jangka waktu tertentu di tempat dan juga peralatan yang dapat dengan mudah di bongkar, di pindahkan, dan digunakan di ruang publik. (31614-ID-Profil-Pedagang-Kaki-Lima-Pkl-Yang-Berjualan-Di-Badan-Jalan-Studi-Di-Jalan-Terat, n.d.)

C. Kajian Penelitian Sebelumnya

Penelitian yang telah dilakukan terkait dengan Dampak Pemasaran Digital terhadap Minat Beli. Katherine Research Taken Smith (2011) menemukan bahwa ketika konsumen meningkatkan pengguna media digital, semakin banyak perusahaan menggunakan pemasaran digital untuk menjangkau target pasar perusahaan. Di era milenial saat ini, pemasaran digital memberikan dampak positif di dunia perdagangan. Pemasaran media sosial merangsang faktor eksternal dan mempengaruhi persepsi konsumen, dan akhirnya dapat mempengaruhi minat beli konsumen.

Beberapa fakta dan penelitian yang telah dijalankan terkait dengan dampak kecerdasan buatan pada pemasaran digital. Dengan kemampuan Artificial Intelligence (AI) untuk mengubah data menjadi wawasan yang bermanfaat, dapat membantu penjual yang kini sering menggunakan media sosial sebagai

sarana pemasaran. Dengan 2,4 miliar orang di dunia berinteraksi dan berbagi konten melalui media sosial, serta kecanggihan AI yang berkembang pesat, AI serta media sosial memiliki masa depan yang cerah dalam dunia pemasaran (Permana 2017).

D. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Digital Marketing Pedagang Kaki Lima Yang Menggunakan Scan QR Code

Menurut Yazer Nasdini (2012) beberapa faktor yang mempengaruhi strategi digital marketing PKL yang menggunakan Scan QR Code:

1. *Accessibility* (aksesibilitas), merupakan kemampuan pengguna dalam mengakses informasi serta layanan yang ditawarkan melalui iklan online. *Accessibility* biasanya mengacu pada bagaimana pengguna mengakses situs sosial media.
2. *Entertainment* (hiburan), merupakan kemampuan dalam iklan untuk menghadirkan hiburan bagi konsumen. Secara umum sebenarnya banyak iklan yang memberikan hiburan sekaligus menambah informasi.
3. *Credibility* (kepercayaan), merupakan sejauh mana konsumen mempercayai iklan yang ditampilkan secara online, atau sejauh mana iklan memberikan informasi yang andal, tidak memihak, valid, kredibel, dan akurat tentang mereka.
4. *Irritation* (gangguan), merupakan gangguan terhadap iklan online. Seperti, manipulasi iklan dengan cara mengarahkan pada penipuan ataupun pengalaman konsumen yang buruk tentang iklan online.
5. *Informativeness* (informative), Kemampuan beriklan untuk memberikan informasi kepada konsumen yang merupakan inti dari periklanan. Iklan juga harus menyampaikan citra produk yang tepat sehingga dapat menghasilkan keuntungan finansial bagi konsumen. (Aryani, 2021)

Dimensi Digital Marketing

“Dimensi Pemasaran Digital sebagai bagian dari konsep bauran pemasaran 4P yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2012) mengacu pada empat elemen utama, yaitu:

a. Produk. Merupakan sesuatu yang ditawarkan kepada pasar untuk menarik perhatian dan memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen, yang nantinya dapat dibeli, digunakan, atau dikonsumsi.

b. Harga. Merupakan nilai yang dibayar oleh konsumen untuk memiliki atau menggunakan produk atau jasa. Harga ini dapat ditentukan melalui negosiasi atau ditetapkan oleh penjual, baik melalui kesepakatan dengan pembeli atau harga standar yang sama untuk semua pembeli.

c. Tempat. Mengacu pada saluran distribusi yang digunakan untuk mencapai target konsumen. Ini melibatkan lokasi, transportasi, serta aspek-aspek distribusi lainnya.

d. Promosi. Aktivitas yang bertujuan untuk mengkomunikasikan manfaat produk kepada konsumen dan mendorong mereka untuk melakukan pembelian. Ini mencakup berbagai strategi untuk mempromosikan produk kepada pasar.

Kerangka Konsep Faktor-Faktor Pengaruh

Kelompok Pedagang Kaki Lima (PKL) di Pekojan Kudus, yang menjual di Kudus City Walk, telah mengadopsi sistem pembayaran non tunai sebagai langkah untuk mencegah penyebaran Covid-19 melalui uang fisik. Ketua kelompok PKL tersebut, Mundloha, menyatakan bahwa mereka sekarang dapat menerima pembayaran non tunai melalui layanan seperti Ovo, Gopay, dan Shopee Pay.

Sebanyak 80 persen dari konsumennya sudah menggunakan opsi pembayaran elektronik ini. Terutama dalam situasi pesanan melalui layanan ojek online. Mundloha mengungkapkan bahwa keterbatasan ruang di dalam tenda mereka juga mengakibatkan pembatasan jumlah pengunjung. Mereka tidak diizinkan menggunakan tikar untuk berjualan, sehingga pesanan harus dibungkus. Pengunjung diizinkan dalam jumlah terbatas, sekitar 4-5 orang tergantung pada pengaturan tempat.

Jika tidak cukup ruang, pesanan akan dibungkus.

Mengenai pengelolaan sampah, kelompok PKL telah berkolaborasi dengan pemerintah desa. Mundloha menekankan pentingnya menjaga kebersihan dengan cara tidak membuang sampah ke selokan, melainkan memasukkannya ke dalam kantong plastik. Selain itu, pedagang juga diinstruksikan untuk tidak menumpuk piring di bawah wastafel cuci tangan, demi menjaga tampilan yang rapi dan tidak mengganggu pejalan kaki yang ingin menggunakan fasilitas cuci tangan. Dia berharap bahwa dengan mengikuti protokol ini, PKL dapat berjalan lancar dan pengunjung dapat menjalankan tindakan pencegahan Covid-19.

Dalam era Revolusi Industri 4.0, bisnis dalam segala skala harus mampu beradaptasi dengan perubahan, termasuk dengan memanfaatkan internet untuk pemasaran. Konsumen cenderung beralih dari belanja offline ke belanja online. Di Indonesia, usaha pedagang kaki lima juga berkembang pesat dan memiliki beragam bidang usaha. Namun, masih banyak di antara mereka yang belum siap menghadapi era Revolusi Industri 4.0. Banyak pedagang belum menggunakan teknologi digital seperti komputer, internet, dan media pemasaran online, sehingga mereka kesulitan bersaing dengan bisnis lain yang telah mengadopsi teknologi untuk operasional dan pemasaran (Ayodya 2019).

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah gaya hidup masyarakat Indonesia dari desa hingga kota. Penggunaan smartphone telah menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari, melibatkan komunikasi melalui saluran seluler dan media sosial. Telepon pintar menjadi alat yang tak terpisahkan dalam berbagai aktivitas, termasuk transaksi keuangan secara online. Pembayaran non tunai semakin populer dan berkembang, dengan inovasi yang memastikan keamanan, kecepatan, dan kenyamanan dalam penggunaannya.

III. METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian Kualitatif

Metodologi merujuk pada rangkaian proses, prinsip, dan prosedur yang diterapkan untuk mendekati permasalahan dan mencari solusi (Mulyana, 2008: 145). Sugiyono (2007: 1) mengemukakan bahwa penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk menginvestigasi objek secara alamiah, dengan peneliti sebagai instrumen utama, pengumpulan data dilakukan melalui berbagai teknik yang digabungkan, analisis data bersifat induktif, dan penelitian kualitatif menitikberatkan pada interpretasi makna daripada generalisasi. Tujuan dari penelitian kualitatif adalah untuk memahami dan menganalisis perilaku manusia dalam bentuk dan substansinya, tanpa mengkonversinya menjadi variabel-variabel kuantitatif (Mulyana, 2008: 150).

Teknik pengumpulan data yang diterapkan adalah pengumpulan data sekunder, di mana data dikumpulkan secara tidak langsung dengan mengamati objek yang terkait. Setelah menghimpun berbagai jurnal dan buku yang relevan dengan topik yang dibahas, data tersebut dianalisis melalui kajian pustaka dan hasil analisis dipaparkan secara deskriptif (Assyakurrohim et al., 2022).

B. Ciri-ciri Penelitian Studi Kasus

Seperti metode penelitian kualitatif lainnya seperti fenomenologi, etnografi, etnometodologi, grounded research, dan studi teks, Penelitian Studi Kasus juga dilakukan dalam konteks yang alamiah, komprehensif, dan mendalam. Alamiah dalam hal ini berarti bahwa pengumpulan data dilakukan dalam situasi kehidupan nyata (real-life events) tanpa campur tangan atau intervensi yang berarti terhadap subjek atau konteks penelitian. Semua peristiwa dibiarkan terjadi dengan cara yang alami. Komprehensif mengacu pada upaya peneliti untuk memperoleh informasi secara menyeluruh, sehingga tidak ada informasi yang ditinggalkan. Data dihasilkan untuk menggambarkan fakta atau realitas yang ditemukan. Peneliti Studi Kasus menggunakan wawancara mendalam untuk meraih informasi, tidak hanya dari partisipan dan informan kunci, melainkan juga dari

individu-individu terdekat dengan subjek penelitian. Selain itu, catatan harian tentang aktivitas subjek atau jejak perjalanan subjek juga dimanfaatkan.

Yunus (2010) menjelaskan bahwa dalam Studi Kasus, objek penelitian diimajinasikan secara mendalam untuk memperoleh pemahaman yang utuh mengenai objek tersebut (wholeness). Ini berarti bahwa data yang dikumpulkan dari penelitian tersebut harus mencakup keseluruhan aspek objek dan diintegrasikan secara baik. Oleh karena itu, Studi Kasus bersifat eksploratif. Keunikan objek penelitian menjadi faktor kunci yang diperhitungkan oleh peneliti dalam penyelidikan yang komprehensif. Peneliti harus memahami kasus tersebut secara menyeluruh dan mendetail. Salah satu teknik yang digunakan adalah wawancara mendalam. Selain itu, data tentang subjek Studi Kasus dapat diperoleh melalui rekam jejak hidup subjek tersebut.

Penelitian Studi Kasus memfokuskan pada objek tertentu yang disebut sebagai kasus, yang harus dianalisis secara menyeluruh untuk mengungkap realitas yang melatarbelakangi fenomena tersebut. Dalam paradigma fenomenologi, yang terlihat oleh mata bukanlah realitas sebenarnya, melainkan hanya gambaran dari realitas yang lebih dalam. Tugas peneliti Studi Kasus adalah untuk menginvestigasi aspek yang tak terlihat dan mengartikannya menjadi informasi yang dapat diamati. Oleh karena itu, Studi Kasus dapat diartikan sebagai sebuah proses penyelidikan.”

C. Langkah-langkah Penelitian Studi Kasus

Adapun beberapa langkah dalam menyusun penelitian studi kasus ini antara lain: (Mudjia Rahardjo, 2017)

1. Pemilihan Tema, topic dan kasus. Pada langkah awal ini, peneliti harus memastikan bahwa mereka memilih kasus terpilih yang bagian dari “*body of knowledge*” yang mereka pelajari. Contohnya, mahasiswa Manajemen Pendidikan dan harus memilih kasus yang harus benar-benar sesuai dengan bidang studi mereka.

2. Membaca Literatur. Setelah menerima kasus, peneliti mengumpulkan sebanyak mungkin literatur dan bahan bacaan berupa jurnal ilmiah, majalah, buku, peneliti terdahulu, surat kabar yang berkaitan dengan kasus tersebut.
 3. Perumusan Fokus dan Masalah Penelitian. Langkah yang sangat penting dalam setiap penelitian merupakan menjelaskan fokus dan masalah. Fokus penelitian perlu sedemikian rupa sehingga peneliti dapat fokus pada titik pusat perhatian.
 4. Pengumpulan Data. Seperti yang telah ditulis sebelumnya, data untuk penelitian studi kasus dapat diperoleh dengan menggunakan berbagai teknik. seperti wawancara, observasi pelibatan (*participant observation*), dan dokumentasi.
 5. Penyempurnaan Data. Data yang dikumpulkan harus sempurna. Bagaimana peneliti tahu bahwa data tersebut sebagian atau tidak lengkap? Caranya adalah dengan membaca keseluruhan data berdasarkan rumusan masalah yang diajukan.
 6. Pengolahan Data. Setelah data sudah sempurna, peneliti melakukan pengolahan data, dengan dilakukannya pengecekan kebenaran data, menyusun data, melaksanakan penyandian (*coding*), mengklasifikasi data, dan mengoreksi jawaban wawancara yang rancu. Tahap ini dilakukan untuk memudahkan tahap analisis.
 7. Analisis Data. Setelah mempertimbangkan data yang dianggap lengkap dan utuh berupa transkrip hasil wawancara dan observasi, maupun gambar, foto, catatan harian subjek, dll.
 8. Prose Analisis Data. Pada hakikatnya, analisis data ialah proses memberikan arti atau makna terhadap data dan mengidentifikasikannya dengan cara mengatur, mengategorikan, mengelompokkan, memberi kode atau tanda sedemikian rupa, sehingga dapat diperoleh suatu hasil dari rumusan masalah yang diajukan.
 9. Dialog Teoretik. Untuk menghasilkan temuan konseptual dalam bentuk "*thesis statement*", setelah pertanyaan penelitian sudah terjawab, penelitian studi kasus, terutama calon magister dan calon doktor, melakukan langkah selanjutnya, melakukan dialog mengenai temuan dan teori yang telah dibahas. Bagian kajian pustaka bulan sekadar ornamen belaka.
 10. Triangulasi Temuan (*Confirmability*). Peneliti harus melakukan triangulasi hasil dengan mengkomunikasikannya dengan temuan kepada informan yang diwawancarai agar tidak dianggap bias. Hal ini yang sering disebut dengan opsi konfirmabilitas.
 11. Simpulan Hasil Penelitian. Kesalahan umum bagian ini merupakan peneliti mengulangi atau meringkas apa yang telah dikemukakan di bagian sebelumnya, tapi kemudian meringkas dari semua yang telah dikemukakan sebelumnya. Pada bagian ini, peneliti mencantumkan implikasi
 12. Laporan Penelitian. Tahap terakhir kegiatan penelitian merupakan menyusun laporan penelitian. Laporan penelitian merupakan bentuk pertanggungjawaban kegiatan penelitian yang disampaikan dalam bahasa tertulis untuk kepentingan publik. (Assyakurrohim et al., 2022)
- Creswell berpendapat bahwa studi kasus melibatkan pengumpulan banyak data, karena peneliti mencoba untuk mendapatkan gambaran yang rinci tentang kasus tersebut. Hal ini membutuhkan analisis yang baik untuk membuat gambaran yang rinci tentang kasus yang telah terjadi. Misalnya, analisis tema atau isu, yaitu analisis terhadap konteks kasus atau keadaan dimana kasus tersebut dapat menjelaskan dirinya sendiri (Robert K. Yin, 1989). Creswell mengusulkan bahwa studi kasus membentuk struktur yang lebih besar dalam bentuk narasi yang terdokumentasi. Hal ini disebabkan studi kasus menggunakan teori dalam mendeskripsikan kasus atau beberapa analisis untuk menampilkan perbandingan kasus silang atau antar tempat (John W. Creswell, 1998).
- Dari pembahasan di atas, dapat dijelaskan bahwa "persiapan terbaik" dalam melakukan

analisis studi kasus memiliki strategi analisis. Tanpa strategi yang baik, analisis studi kasus peneliti “bermain dengan data” dan dengan begitu banyak alat. Kepada Robert K. Yin merekomendasikan enam tipe sumber informasi seperti yang telah dikemukakan pada bagian pengumpulan data. Jenis analisis untuk data ini bisa berupa analisis holistik. Analisis semua kasus atau analisis gabungan, yaitu analisis kasus yang spesifik, unik atau ekstrim (John W. Creswell, 1998). Lebih lanjut Yin membagi tiga teknik analisis untuk studi kasus, yaitu :

Pencocokan pola, dengan menggunakan logika pencocokan pola. Logika jenis ini membandingkan pola berdasarkan data empiris dengan pola yang diharapkan (atau dengan beberapa prediksi alternatif). Jika kedua pola ini menunjukkan persamaan, hasilnya dapat memperkuat validitas internal setiap studi kasus. Pembuatan eksplanasi, yang bertujuan untuk menganalisis data studi kasus dengan cara membuat suatu eksplanasi tentang kasus yang bersangkutan dan, Analisis deret waktu. yang banyak digunakan untuk studi kasus yang menggunakan pendekatan eksperimen dan kuasi eksperimen (Robert K. Yin, 1989). (Assyakurrohim et al., 2022)

D. Subyek Penelitian

Subjek penelitian ini merupakan pedagang kaki lima yang berjualan di pinggir jalan dan berpindah-pindah tempat. Subjek penelitian menggunakan pembayaran scan barcode (e-money) yang sudah melakukannya minimal 3 tahun.

E. Metode Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Secara sederhana, wawancara dapat dikatakan sebagai peristiwa atau proses interaksi antara pewawancara (interview) dengan sumber informasi atau yang diwawancarai (*interviewer*) dengan sumber informasi atau yang diwawancarai (*interviewer*) melalui komunikasi langsung (yusuf, 2014).

b. Observasi

Observasi berarti mengumpulkan informasi langsung di lapangan (Semiawan, 2010). Menurut Zainal Arifin dalam buku (Kristanto, 2018), observasi merupakan suatu proses pengamatan kemudian pencatatan yang bersifat sistematis, logis, objektif, dan rasional terhadap berbagai macam fenomena dalam situasi yang nyata, maupun situasi buatan.

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan metode pengumpulan data untuk menelusuri data historis. Dokumen tentang orang atau kelompok orang, peristiwa, atau kejadian dalam situasi sosial yang sangat bermanfaat bagi penelitian kualitatif (yusuf, 2014). (*Teknik Pengumpulan Data Metode Kualitatif*, n.d.)

F. Metode Analisis

Berdasarkan pendapat Noeng Muhadjir (1998), merupakan usaha mencari dan mengatur dengan sistematis catatan hasil wawancara, observasi, dan data lainnya, untuk memungkinkan peneliti memahami kasus yang diteliti dan menyajikannya sebagai temuan yang akan datang. Sehingga harus meningkatkan pemahaman analisis yang dilanjutkan dengan mencari makna. (Uin & Banjarmasin, 2018)

G. Kredibilitas Hasil Penelitian

Uji Kredibilitas (*Credibility*) dalam penelitian kuantitatif, kredibilitas disebut validitas internal. Dalam penelitian kualitatif, data dinyatakan kredibel apabila terdapat kesamaan antara apa yang dilaporkan peneliti dengan apa yang sebenarnya terjadi dengan objek yang diteliti. Jika di lapangan ditemukannya bahwa terdapat kekurangan tenaga kesehatan di rumah sakit, maka masalah kekurangan tenaga kesehatan ini akan dibahas secara lebih rinci oleh peneliti karena telah berkaitan dengan ketersediaan sarana dan prasarana kesehatan yang akan diteliti. Uji kredibilitas data atau kepercayaan data penelitian kualitatif terdiri atas perluasan pengamatan, peningkatan ketekunan, triangulasi, analisis kasus negatif, menggunakan bahan referensi dan member check. (Augina et al., n.d.)

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Dari hasil wawancara serta observasi yang telah penulis ajukan kepada informan yang masih aktif sebagai salah satu mahasiswa universitas muria kudus, maka diperoleh data sebagaimana diuraikan berikut:

a) Data diri informan Identitas

Informan dalam penelitian ini adalah sudah sesuai dengan uraian kriteria. Berikut ini uraian singkat data diri informan pada penelitian ini:

No.	Uraian	Keterangan
1	Nama	
2	Tempat, tanggal lahir	
3	Jenis kelamin	
4	Setatus	
5	Agama	
6	Alamat	

b) Aksesibilitas

kemampuan pengguna untuk mengakses informasi dan layanan yang disediakan secara online periklanan. istilah *Accessibility* umumnya terkait dengan cara pengguna dapat mengakses situs Sosial media.

Seperti beberapa pertanyaan yang diajukan dalam penelitian ini pada tahap menerima pertanyaan – pertanyaan yang sudah diajukan berikut ini merupakan hasil yang didapatkan :

Dari hasil penelitian ini didapatkan hasil dari wawancara dan observasi sebagai berikut ini, menurut informan dalam penelitian ini informan pernah Informan tahu cara pembayaran scan QR code dari teman-teman sesama pedagang yang sudah menggunakan sistem ini sebelumnya. Alasan informan menggunakan sistem pembayaran scan QR code, karena informan ingin memudahkan pelanggan yang tidak membawa uang tunai (Cash).

Hal yang membuat informan tertarik untuk mendaftar karena biaya transaksi dan administrasinya rendah bahkan gratis. Tujuan yang informan ingin raih dengan penggunaan pembayaran sistem scan QR code untuk meningkatkan omset dan keuntungan usahanya. Respon pelanggan saya sebagian

besar positif, mereka merasa senang dan puas dengan kemudahan dan kecepatan dalam transaksi.

Strategi pemasaran yang informan gunakan yaitu dengan media sosial, seperti whatsapp dan instagram untuk mempromosikan dan memesan produk informan. Biasanya pelanggan melakukan pembayaran scan QR code dengan cara men-scan QR Code yang tertempel di etalase belakang gerobak.

c) Hiburan

Kemampuan beriklan untuk memberi kesenangan atau hiburan kepada konsumen. Secara umum memang banyak iklan yang memberikan hiburan sambil menyisipkan informasi-informasi.

Dari hasil penelitian ini didapatkan hasil dari wawancara dan observasi sebagai berikut ini, menurut informan dalam penelitian ini dia pernah daya tarik yang informan pedagang kepada pelanggan bersifat khusus berupa layanan antar gratis, atau bonus produk bagi pelanggan yang membeli banyak atau pelanggan setia yang sering berbelanja. Informan juga menyediakan diskon atau promo khusus bagi pelanggan yang menggunakan sistem pembayaran scan QR code.

d) Kepercayaan

Dari hasil wawancara dengan informan, Cara informan membangun kepercayaan pelanggan terhadap produk informan dengan mempertahankan kualitas dan rasa yang konsisten. Informan sendiri yang bertanggung jawab atas penggunaan sistem pembayaran scan QR code karena itu usaha milik informan pribadi. Informan juga memiliki kebijakan pengembalian uang atau penggantian barang jika terjadi kesalahan dalam sistem pembayaran, seperti double payment, saldo tidak terpotong, atau barang tidak sesuai pesanan. Menurut informan sistem pembayaran menggunakan scan QR code memiliki kelebihan dan kekurangan dibandingkan dengan metode pembayaran lainnya, karena setiap metode pembayaran memiliki resiko dan manfaatnya masing-masing. Informan dapat memastikan keamanan dan kepercayaan pelanggan terhadap sistem pembayaran scan QR Code

dengan cara memberikan edukasi kepada pelanggan tentang cara menggunakan sistem ini dengan benar

e) *Gangguan*

Gangguan yang terjadi dalam iklan online, seperti manipulasi iklan sehingga mengarah pada penipuan atau pengalaman buruk konsumen tentang periklanan online.

Informan pernah mengalami hambatan saat sinyal internet tidak stabil atau aplikasi pembayaran bermasalah, Hal ini membuat informan harus menunggu lama untuk mendapatkan konfirmasi pembayaran atau bahkan gagal dalam bertransaksi. Informan sempat memiliki keraguan sebelum menggunakan sistem pembayaran scan barcode, informan tidak terlalu paham dengan teknologi dan cara kerja sistem ini, informan juga takut akan kesulitan dalam mengoperasikan atau mengurus administrasi sistem ini. Namun, setelah informan mendapatkan bimbingan dan dukungan dari pihak penyedia layanan pembayaran, informan mulai terbiasa dengan sistem ini.

Informan yang bertanggung jawab atas penggunaan sistem pembayaran scan barcode di usahanya. informan yang mendaftar, mengatur, dan memantau sistem ini. informan juga yang berkomunikasi dengan pihak penyedia layanan pembayaran jika ada masalah atau pertanyaan.

f) *Informatif*

Kemampuan iklan untuk mensuplai informasi kepada konsumen ialah hakikat dari sebuah iklan. Iklan juga harus memberikan gambaran yang sebenarnya mengenai sebuah produk sehingga bisa memberikan keuntungan ekonomis bagi konsumen.

Informan tahu cara pembayaran scan QR code dari teman-teman sesama pedagang yang sudah menggunakan sistem ini sebelumnya. Informan mempromosikan dengan menawarkan pembayaran scan QR Code ke pelanggan dan memberikan cara serta kelebihan dalam penggunaannya. Informan juga mendapatkan banyak manfaat setelah menggunakan pembayaran scan barcode, karena sistem ini membuat transaksi lebih cepat, mudah, dan aman. informan juga bisa menghemat biaya operasional, seperti uang kembalian, penghitungan uang, atau biaya

administrasi. Cara informan menarik dan mempertahankan pelanggan dengan cara mempertahankan rasa dan kualitas produk agar tidak berubah dan tetap konsisten, serta tempat yang bersih dan nyaman. Informan tidak memiliki panduan atau petunjuk penggunaan sistem pembayaran scan QR Code yang tersedia bagi pelanggan. Informan mengandalkan penjelasan lisan langsung kepada pelanggan yang ingin menggunakan sistem ini. Informan juga mengharapkan pelanggan sudah memiliki pengetahuan atau pengalaman sebelumnya tentang cara menggunakan aplikasi pembayaran dan scan QR code.

B. Pembahasan

Dari hasil wawancara informan menggunakan sistem pembayaran kode QR untuk mempermudah transaksi bagi pelanggan yang tidak membawa uang tunai atau yang sudah terbiasa dengan pembayaran cashless. Informan mempromosikan sistem ini melalui media sosial seperti, whatsapp dan instagram. Informan juga menawarkan pengiriman gratis dan bonus untuk pelanggan setia. Informan membangun kepercayaan dengan menjaga kualitas yang konsisten dan menawarkan pengembalian uang atau penggantian jika terjadi kesalahan pada sistem pembayaran.

Dari hasil wawancara informan belajar tentang sistem pembayaran dari pedagang lain dan mempromosikannya kepada pelanggan dengan menjelaskan manfaatnya. Informan juga pernah mengalami kesulitan dengan sinyal internet yang tidak stabil dan kerusakan aplikasi, tetapi telah belajar menggunakan sistem dengan bimbingan dari penyedia layanan pembayaran.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka penelitian mengenai analisis strategi digital marketing PKL yang menggunakan scan QR code dapat disimpulkan bahwa PKL menggunakan pembayaran sistem scan QR code yaitu pelanggan dapat melakukan transaksi pembayaran dengan cepat dan mudah tanpa harus membawa uang tunai dan menunggu kembalian. PKL juga memberikan pelayanan

yang lebih baik dengan menyediakan berbagai pilihan pembayaran digital yang mendukung semua jenis aplikasi pembayaran sesuai dengan kebutuhan pelanggan. PKL dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan dengan menyediakan pembayaran scan QR code yang aman. PKL dapat mengadaptasi diri dengan perkembangan teknologi dompet digital yang semakin populer di masyarakat.

Berdasarkan penelitian yang diperoleh di Kabupaten Kudus dalam penelitian ini maka menyarankan antara lain:

1. Sebaiknya informan menaruh stiker barcode di tempat strategis yang bisa langsung terlihat oleh pelanggan
2. Membuat banner atau spanduk yang menunjukkan bahwa pedagang kaki lima menerima pembayaran dengan scan barcode

Untuk yang akan penelitian diharapkan menambah jumlah subjek dari penelitian agar mendapatkan data yang relevan

DAFTAR PUSTAKA

- 31614-ID-profil-pedagang-kaki-lima-pkl-yang-berjualan-di-badan-jalan-studi-di-jalan-terat. (n.d.).
- Aryani, M. (2021). ANALISIS DIGITAL MARKETING PADA HOTEL KILA DI KABUPATEN LOMBOK BARAT TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN. In *Jurnal Visionary (VIS) Prodi AP UNDIKMA* (Vol. 6).
- Assyakurrohim, D., Ikhran, D., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2022). Metode Studi Kasus dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(01), 1–9.
<https://doi.org/10.47709/jpsk.v3i01.1951>
- Augina, A., Program, M., Ilmu, S., Masyarakat, K., Kedokteran, F., Kesehatan, I., Jambi, U., Letjend, J., No, S., 33, T., & Pura, J. (n.d.). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat. In *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat* (Vol. 12).
- BAB - 201620201. (n.d.).
- Ira Promasanti Rachmadewi, Auliya Firdaus, Qurtubi, Q., Wahyudhi Sutrisno, & Chancard Basumerda. (2021). Analisis Strategi Digital Marketing pada Toko Online Usaha Kecil Menengah. *Jurnal INTECH Teknik Industri Universitas Serang Raya*, 7(2), 121–128.
<https://doi.org/10.30656/intech.v7i2.3968>
- Media Komunikasi Bagi Remaja Perempuan Dalam Pencarian Informasi Kesehatan, P., Kualitatif tentang Penggunaan Media Komunikasi bagi Remaja Perempuan dalam Pencarian Informasi Kesehatan Ditha Prasanti, S., & Raya Jatinangor-Sumedang, J. K. (n.d.). PENGGUNAAN MEDIA KOMUNIKASI BAGI REMAJA PEREMPUAN DALAM PENCARIAN INFORMASI KESEHATAN. In *JURNAL LONTAR* (Vol. 6).
- Teknik Pengumpulan Data Metode Kualitatif. (n.d.).
- Transaksi Pengganti Uang Tunai Bagi UMKM di Kecamatan Banjarmasin Tengah Chrysilla Zada, A., Sopiana Jurusan Ilmu Ekonomi, Y., Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S., & Lambung Mangkurat, U. (2021). Penggunaan E-Wallet atau Dompet Digital sebagai. *JIEP: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Pembangunan*, 4(1), 251–268.
- Uin, A. R., & Banjarmasin, A. (2018). Analisis Data Kualitatif (Vol. 17, Issue 33).