

Implementasi E-Commerce dan QRIS Dalam Peningkatan Pendapatan Pada UMKM Cemilan Sultan di Kota Parepare

Sariana Damis^{1*}, Rusmin Nuryadin², Masnawati³, Nur Intan⁴

¹⁻⁴ Universitas Muhammadiyah Parepare, Indonesia

Alamat: Jl.Jend,Ahmad Yani no.KM.6,Bukit Harapan kecamatan Soreang ,Kota Parepare,Sulawesi Selatan

*Korespondensi penulis: sarianadamis@gmail.com

Abstract. *The development of e-commerce as part of digital transformation has changed marketing and business transaction patterns, including in the Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) sector. This study aims to analyze the implementation of e-commerce and the Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) payment system in increasing revenue for the Sultan Snacks MSME in Parepare City. This study used a qualitative approach with a case study method. Data collection techniques included in-depth interviews, observation, and documentation with business owners and related parties. The data obtained were analyzed using descriptive qualitative analysis techniques through the stages of data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The results show that the implementation of e-commerce at the Sultan Snacks MSME is carried out through the use of digital platforms and social media as a means of product promotion and sales, which can expand market reach and increase the number of orders. Furthermore, the implementation of the QRIS payment system provides convenience and speed in the transaction process and helps business owners maintain more orderly financial records.*

Keywords: E-commerce, QRIS, Income, MSMEs, Sultan Snacks

Abstrak. Perkembangan e-commerce sebagai bagian dari transformasi digital telah mengubah pola pemasaran dan transaksi usaha, termasuk pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi e-commerce dan sistem pembayaran Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) dalam peningkatan pendapatan UMKM Cemilan Sultan di Kota Parepare. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi terhadap pemilik usaha serta pihak terkait. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif melalui tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan e-commerce pada UMKM Cemilan Sultan dilakukan melalui pemanfaatan platform digital dan media sosial sebagai sarana promosi dan penjualan produk, yang mampu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan jumlah pesanan. Selain itu, penerapan sistem pembayaran QRIS memberikan kemudahan dan kecepatan dalam proses transaksi serta membantu pelaku usaha dalam pencatatan keuangan yang lebih tertib. Implementasi e-commerce dan QRIS secara bersama-sama memberikan dampak positif terhadap peningkatan pendapatan usaha, meskipun peningkatan tersebut terjadi secara bertahap. Kendala yang dihadapi dalam penerapan teknologi digital meliputi keterbatasan pemahaman teknologi, kualitas jaringan internet, serta persaingan harga di platform e-commerce. Namun, kendala tersebut dapat diatasi melalui proses pembelajaran dan penyesuaian strategi usaha. Implementasi e-commerce dan QRIS berperan penting dalam mendukung peningkatan pendapatan dan pengembangan UMKM di era digital. Oleh karena itu, pelaku UMKM disarankan untuk terus mengoptimalkan pemanfaatan teknologi digital guna meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha.

Kata kunci: E-commerce, QRIS, Pendapatan, UMKM, Cemilan Sultan

1. LATAR BELAKANG

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar penting dalam perekonomian nasional karena mampu menyerap tenaga kerja, mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Alfira, 2023). Di era digital saat ini, UMKM menghadapi tantangan untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perkembangan teknologi agar dapat meningkatkan pendapatan dan daya saing

usaha Abdillah (2023) Kemajuan teknologi digital membuka peluang besar bagi UMKM untuk memasarkan produk secara lebih luas, mempercepat transaksi, serta meningkatkan efisiensi operasional Khairani (2025).

Salah satu inovasi penting dalam Peningkatan Pendapatan UMKM adalah penerapan e-commerce, yaitu penggunaan platform digital untuk menjual produk secara online. E-commerce memberikan kemudahan bagi pelaku UMKM dalam menjangkau konsumen di luar wilayah lokal, menampilkan produk secara profesional, serta memanfaatkan strategi promosi digital untuk meningkatkan penjualan (Wijaya, 2024) Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa UMKM yang mengadopsi e-commerce mengalami peningkatan omzet yang signifikan, terutama ketika dikombinasikan dengan strategi promosi kreatif dan manajemen toko digital yang baik Puspita (2025).

Selain e-commerce, QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) juga berperan penting dalam transformasi digital UMKM. QRIS mempermudah proses pembayaran, meningkatkan efisiensi pencatatan keuangan, dan memberikan rasa aman serta nyaman bagi pelanggan (Shihabuddin & Juniar, 2023; Alifyah (2024) Dengan menggabungkan e-commerce dan QRIS, pelaku UMKM dapat menciptakan sinergi yang tidak hanya meningkatkan pendapatan, tetapi juga mendorong profesionalisme, inovasi produk, serta keberlanjutan usaha di era digital (Selly Silviawati, 2025).

Kota Parepare sebagai salah satu kota di Sulawesi Selatan memiliki potensi UMKM yang cukup besar, terutama di sektor perdagangan, kuliner, dan kerajinan. Namun, literasi digital yang rendah, keterbatasan modal, serta kurangnya pemahaman pelanggan terhadap pembayaran digital menjadi kendala utama dalam pemanfaatan teknologi ini ((Selly Silviawati, 2025) Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menggali bagaimana implementasi e-commerce dan QRIS dapat digunakan sebagai strategi pengembangan UMKM di Kota Parepare guna meningkatkan pendapatan, memperluas pasar, dan mendorong inovasi usaha di era digital.

Cemilan Sultan merupakan salah satu UMKM kuliner di Kota Parepare yang telah menerapkan e-commerce dan QRIS dalam menjalankan kegiatan usahanya. Implementasi teknologi digital ini dilakukan sebagai upaya untuk meningkatkan pendapatan, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan efisiensi operasional usaha. Cemilan Sultan merupakan salah satu UMKM kuliner di Kota Parepare yang secara nyata telah mengimplementasikan e-commerce dan sistem pembayaran QRIS dalam kegiatan operasional usahanya. Berdasarkan observasi awal dan informasi dari pemilik usaha, pemasaran dan penjualan produk Cemilan Sultan dilakukan melalui media sosial dan

platform digital sebagai sarana promosi serta pemesanan produk. Selain itu, QRIS telah digunakan sebagai metode pembayaran non-tunai untuk mempermudah transaksi antara pelaku usaha dan konsumen.

Penerapan e-commerce dan QRIS tersebut menunjukkan adanya upaya adaptasi terhadap perkembangan teknologi digital serta perubahan perilaku konsumen yang cenderung mengutamakan kemudahan dan kecepatan dalam bertransaksi. Namun demikian, dampak dari implementasi e-commerce dan QRIS terhadap peningkatan pendapatan usaha Cemilan Sultan belum dianalisis secara sistematis dan mendalam. Oleh karena itu, diperlukan penelitian berbasis studi kasus untuk mengkaji bagaimana proses implementasi teknologi digital.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis bagaimana implementasi e-commerce dan QRIS pada UMKM Cemilan Sultan di Kota Parepare serta dampaknya terhadap peningkatan pendapatan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran nyata mengenai peran digitalisasi dalam pengembangan UMKM, khususnya di sektor kuliner.

2. KAJIAN TEORITIS

1. E-commerce

Pengertian E-Commerce

E-Commerce merupakan aktivitas jual beli barang dan jasa yang dilakukan melalui jaringan elektronik, khususnya internet, yang memungkinkan terjadinya transaksi bisnis tanpa batasan ruang dan waktu. Menurut Laudon dan Traver (2020), e-commerce adalah penggunaan teknologi digital dan internet untuk menjalankan proses bisnis utama berupa pembelian, penjualan, dan pertukaran produk, jasa, serta informasi.

Dalam konteks UMKM, e-commerce berperan sebagai sarana pemasaran yang efisien karena mampu memperluas jangkauan pasar, menekan biaya operasional, serta meningkatkan daya saing usaha. Kotler dan Keller (2019) menyatakan bahwa pemanfaatan platform digital memungkinkan pelaku usaha membangun komunikasi dua arah dengan konsumen secara lebih personal dan berkelanjutan. Dengan demikian, e-commerce menjadi strategi penting bagi UMKM untuk meningkatkan visibilitas produk dan mendorong pertumbuhan pendapatan.

Indikator E-commerce

Indikator e-commerce dalam penelitian ini mengacu pada kemampuan UMKM dalam memanfaatkan platform digital secara optimal, meliputi:

- a. Jangkauan pasar mencerminkan kemampuan usaha dalam memperluas akses penjualan dan distribusi produk kepada konsumen yang lebih luas, tidak hanya terbatas pada wilayah lokal, tetapi juga mencakup tingkat nasional hingga internasional melalui pemanfaatan marketplace dan media sosial. Menurut Laudon dan Traver (2020), e-commerce memungkinkan pelaku usaha menembus batas geografis dengan biaya relatif rendah, sehingga peluang peningkatan jumlah pelanggan dan volume penjualan menjadi lebih besar.
- b. Kemudahan akses menunjukkan tingkat fleksibilitas dan kenyamanan yang dirasakan konsumen dalam melakukan transaksi tanpa terikat oleh waktu dan lokasi. Melalui platform e-commerce, konsumen dapat melakukan pemesanan kapan saja dan dari mana saja tanpa harus hadir secara fisik di lokasi usaha. Kotler dan Keller (2019) menyatakan bahwa kemudahan akses dalam berbelanja online meningkatkan pengalaman konsumen dan mendorong keputusan pembelian, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap kinerja penjualan UMKM.
- c. Promosi digital merupakan aktivitas pemasaran yang memanfaatkan media online untuk menyampaikan informasi produk kepada konsumen secara menarik dan interaktif. Bentuk promosi ini meliputi penggunaan konten kreatif, pemberian diskon, program bundling, serta strategi pemasaran melalui media sosial dan marketplace. Chaffey dan Ellis-Chadwick (2019) menegaskan bahwa promosi digital yang efektif mampu meningkatkan kesadaran merek (brand awareness), menarik minat beli, serta membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen.
- d. Efisiensi operasional mengacu pada kemampuan usaha dalam mengelola proses bisnis secara lebih efektif melalui pemanfaatan teknologi digital. Sistem e-commerce memungkinkan pelaku usaha memantau ketersediaan stok, mengelola pesanan, serta memproses transaksi secara real-time. Turban et al. (2018) menyatakan bahwa penerapan sistem digital dalam operasional usaha dapat mengurangi kesalahan administrasi, menekan biaya operasional, dan meningkatkan produktivitas, sehingga mendukung keberlanjutan usaha.

2. QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*)

Pengertian Qris

QRIS merupakan standar kode QR nasional yang ditetapkan oleh Bank Indonesia untuk menyatukan berbagai sistem pembayaran digital dari penyelenggara jasa sistem pembayaran. Bank Indonesia (2019) menjelaskan bahwa QRIS bertujuan untuk menciptakan sistem pembayaran yang efisien, aman, dan mudah digunakan, khususnya bagi pelaku UMKM.

Penerapan QRIS mendorong terwujudnya ekosistem transaksi non-tunai yang transparan dan terintegrasi. Menurut Suryani (2021), penggunaan QRIS tidak hanya mempermudah proses pembayaran, tetapi juga meningkatkan kepercayaan konsumen karena seluruh transaksi tercatat secara digital dan dapat ditelusuri.

Indikator QRIS

Indikator QRIS dalam penelitian ini meliputi:

- a. Kecepatan transaksi menunjukkan tingkat kemudahan dan efisiensi waktu dalam proses pembayaran menggunakan QRIS dibandingkan dengan metode pembayaran tunai. Melalui pemindaian kode QR, transaksi dapat diselesaikan secara cepat tanpa perlu menghitung uang kembalian. Bank Indonesia (2019) menyatakan bahwa QRIS dirancang untuk mempercepat proses pembayaran serta mengurangi antrean, sehingga meningkatkan kenyamanan baik bagi pelaku UMKM maupun konsumen.
- b. Akuntabilitas keuangan mencerminkan kemampuan QRIS dalam mendukung pencatatan transaksi yang lebih tertib dan sistematis. Dengan adanya rekaman transaksi digital, pelaku UMKM dapat melakukan evaluasi keuangan secara lebih akurat, mulai dari penghitungan pendapatan harian hingga penyusunan laporan keuangan sederhana. Rahmawati (2020) menyatakan bahwa penggunaan sistem pembayaran non-tunai membantu UMKM meningkatkan ketertiban administrasi dan mengurangi kesalahan pencatatan manual.
- c. Ketersediaan layanan menunjukkan fleksibilitas QRIS dalam mendukung berbagai model transaksi usaha, baik transaksi langsung di lokasi, pembayaran pre-order, maupun layanan pesan antar. QRIS dapat digunakan pada berbagai platform dan terintegrasi dengan layanan digital lainnya, sehingga memberikan kemudahan bagi pelaku UMKM dalam mengembangkan model bisnis. Bank Indonesia (2019) menegaskan bahwa QRIS mendukung inklusi keuangan dengan menyediakan sistem pembayaran yang mudah diakses dan dapat digunakan secara luas oleh UMKM.

3. Peningkatan Pendapatan

Pengertian Peningkatan Pendapatan

Peningkatan pendapatan merupakan indikator keberhasilan usaha yang ditunjukkan oleh kenaikan omzet, volume penjualan, dan jumlah pelanggan dalam periode tertentu. Menurut Kasmir (2018), pendapatan adalah arus masuk ekonomi yang diperoleh perusahaan dari aktivitas operasional utama.

Dalam konteks UMKM, peningkatan pendapatan sering dikaitkan dengan keberhasilan adaptasi teknologi digital. Digitalisasi melalui e-commerce dan sistem pembayaran non-tunai memungkinkan UMKM meningkatkan efisiensi usaha serta memperluas pasar, yang pada akhirnya berdampak pada pertumbuhan pendapatan secara berkelanjutan (Tambunan, 2020).

Indikator Peningkatan Pendapatan

Indikator peningkatan pendapatan meliputi:

- a. Volume penjualan menggambarkan tingkat keberhasilan usaha dalam menjual produk atau jasa dalam jumlah tertentu selama periode waktu tertentu. Peningkatan volume penjualan menunjukkan adanya peningkatan permintaan pasar serta efektivitas strategi pemasaran yang diterapkan oleh pelaku usaha. Kasmir (2018) menyatakan bahwa volume penjualan merupakan indikator utama dalam menilai kinerja usaha karena berhubungan langsung dengan kemampuan perusahaan menghasilkan pendapatan.
- b. Pertumbuhan basis pelanggan menunjukkan bertambahnya jumlah konsumen yang melakukan pembelian, khususnya pelanggan baru yang berasal dari luar wilayah lokal berkat pemanfaatan teknologi digital. Menurut Tambunan (2020), akses digital memungkinkan UMKM menjangkau pasar yang lebih luas sehingga memperbesar peluang memperoleh pelanggan baru dan meningkatkan potensi pendapatan usaha secara berkelanjutan.
- c. Loyalitas pelanggan tercermin dari kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian ulang terhadap produk atau jasa yang sama. Loyalitas ini dipengaruhi oleh kemudahan transaksi, kualitas pelayanan, serta pengalaman berbelanja yang positif. Kotler dan Keller (2019) menjelaskan bahwa pelanggan yang loyal memberikan kontribusi yang stabil terhadap pendapatan usaha karena biaya mempertahankan pelanggan lama relatif lebih rendah dibandingkan menarik pelanggan baru.

- d. Tren omzet menggambarkan pola pergerakan pendapatan usaha dalam jangka waktu tertentu. Peningkatan omzet yang terjadi secara bertahap dan konsisten menunjukkan bahwa usaha mampu mempertahankan kinerja penjualan dan memperoleh kepercayaan konsumen. Suryani (2021) menyatakan bahwa tren omzet yang positif merupakan indikator keberhasilan adaptasi usaha terhadap perubahan lingkungan bisnis, termasuk pemanfaatan teknologi digital.

4. UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah)

Pengertian UMKM

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan unit usaha produktif yang memiliki peran strategis dalam mendukung perekonomian nasional, terutama dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mendorong pemerataan ekonomi. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, UMKM diklasifikasikan berdasarkan besaran aset dan omzet usaha yang dimiliki, yang mencerminkan skala dan kapasitas kegiatan usahanya.

Dalam era digital, peran UMKM semakin penting karena dituntut untuk mampu beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis yang dinamis dan berbasis teknologi. Pemanfaatan teknologi digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana pemasaran, tetapi juga sebagai alat untuk meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing usaha. Tambunan (2020) menyatakan bahwa keberlanjutan UMKM sangat dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam mengadopsi teknologi digital secara efektif dan inovatif agar mampu bertahan dalam persaingan pasar yang semakin kompetitif.

Indikator UMKM

Indikator UMKM dalam penelitian ini meliputi:

- a. Literasi digital mencerminkan tingkat pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dalam menggunakan perangkat teknologi, platform digital, serta aplikasi pendukung usaha seperti media sosial, marketplace, dan sistem pembayaran digital. Menurut Tambunan (2020), literasi digital menjadi fondasi utama bagi UMKM untuk memanfaatkan peluang ekonomi digital dan meningkatkan kinerja usaha secara berkelanjutan.
- b. Inovasi produk dan layanan menunjukkan kemampuan UMKM dalam menyesuaikan karakteristik produk, kualitas, kemasan, serta layanan sesuai

dengan kebutuhan dan preferensi konsumen. Kotler dan Keller (2019) menjelaskan bahwa inovasi yang berorientasi pada konsumen dapat meningkatkan nilai produk dan memperkuat posisi usaha di tengah persaingan pasar.

- c. Adaptabilitas menggambarkan kesiapan pelaku UMKM dalam menghadapi perubahan teknologi, selera konsumen, serta dinamika persaingan pasar digital. Hal ini mencakup kemampuan mengatasi kendala teknis, seperti gangguan jaringan atau perubahan kebijakan platform digital. Rahmawati (2020) menyatakan bahwa tingkat adaptabilitas yang baik memungkinkan UMKM merespons perubahan pasar dengan cepat dan tetap menjaga keberlanjutan usaha.
- d. Profesionalisme manajemen mengacu pada kemampuan UMKM dalam mengelola usaha secara tertib, terencana, dan akuntabel. Hal ini ditunjukkan melalui pencatatan keuangan yang rapi, pengelolaan stok yang terkontrol, serta pengambilan keputusan yang berbasis data. Kasmir (2018) menegaskan bahwa penerapan manajemen yang profesional menjadi faktor penting dalam meningkatkan kinerja dan daya saing UMKM.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan desain studi kasus tunggal (single case study) untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai implementasi e-commerce dan sistem pembayaran QRIS dalam peningkatan pendapatan UMKM Cemilan Sultan di Kota Parepare. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada penggalian proses, pengalaman, dan persepsi pelaku usaha terhadap pemanfaatan teknologi digital dalam aktivitas bisnis sehari-hari, yang tidak dapat diukur secara kuantitatif semata (Miles & Huberman, 1994). Studi kasus digunakan karena objek penelitian memiliki karakteristik unik, yakni UMKM kuliner yang secara aktif telah mengadopsi e-commerce dan QRIS sebagai strategi pengembangan usaha di tingkat lokal, sehingga memungkinkan peneliti untuk menganalisis fenomena secara kontekstual dan mendalam (Tambunan, 2020).

Pemilihan informan dilakukan melalui teknik purposive sampling, dengan mempertimbangkan keterlibatan langsung informan dalam pengambilan keputusan dan pengelolaan usaha. Informan utama dalam penelitian ini adalah satu orang pemilik UMKM Cemilan Sultan yang secara langsung mengelola pemasaran digital dan transaksi

non-tunai melalui QRIS. Untuk meningkatkan validitas data, penelitian ini juga melibatkan informan pendukung, seperti pendamping UMKM dan pihak terkait, sebagai sumber triangulasi. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam semi-terstruktur, observasi langsung terhadap aktivitas usaha dan proses transaksi, serta dokumentasi pendukung. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman yang meliputi tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Miles & Huberman, 1994). Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber dan teknik, serta member checking untuk memastikan kesesuaian interpretasi peneliti dengan pengalaman informan (Rahmawati, 2020; Suryani, 2021).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan hasil wawancara mendalam, observasi langsung di lokasi usaha, serta dokumentasi yang diperoleh selama proses penelitian pada UMKM Cemilan Sultan di Kota Parepare, ditemukan bahwa usaha ini telah mengimplementasikan e-commerce dan sistem pembayaran QRIS sebagai bagian dari strategi pengembangan usaha. Implementasi tersebut dilakukan sebagai bentuk adaptasi terhadap perkembangan teknologi digital yang semakin pesat serta perubahan perilaku konsumen yang cenderung mengutamakan kemudahan, kecepatan, dan efisiensi dalam proses pemesanan dan pembayaran. Langkah ini menunjukkan adanya kesadaran pemilik usaha terhadap pentingnya digitalisasi sebagai upaya meningkatkan daya saing usaha di tengah persaingan UMKM yang semakin ketat.

Hasil wawancara dengan informan utama, yaitu pemilik UMKM Cemilan Sultan, menunjukkan bahwa penerapan e-commerce dilakukan sebagai upaya untuk menyesuaikan usaha dengan perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen. Informan menyampaikan bahwa penggunaan platform digital dan media sosial membantu usaha dalam mempromosikan produk secara lebih luas dan mempermudah konsumen dalam melakukan pemesanan tanpa harus datang langsung ke lokasi usaha. Informan juga menyatakan bahwa sejak memanfaatkan e-commerce, jumlah pesanan mengalami peningkatan, terutama dari konsumen di luar wilayah sekitar usaha. Selain itu, informan mengungkapkan bahwa penerapan sistem pembayaran QRIS memberikan kemudahan dalam proses transaksi karena pembayaran menjadi lebih cepat, praktis, dan tercatat dengan baik, sehingga membantu pengelolaan keuangan usaha secara lebih tertib.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan e-commerce pada Cemilan Sultan dilakukan melalui pemanfaatan berbagai platform digital dan media sosial sebagai sarana

promosi dan penjualan produk. Melalui media tersebut, informasi mengenai produk, harga, varian, serta cara pemesanan dapat disampaikan secara lebih luas, cepat, dan mudah diakses oleh konsumen. Kondisi ini menyebabkan jangkauan pasar Cemilan Sultan tidak lagi terbatas pada wilayah sekitar lokasi usaha, melainkan mampu menjangkau konsumen dari luar daerah. Konsumen juga memiliki fleksibilitas waktu dalam melakukan pemesanan tanpa harus datang langsung ke tempat usaha, sehingga mendorong peningkatan jumlah pesanan, khususnya dari pelanggan yang mengutamakan kenyamanan dan efisiensi dalam berbelanja.

Selain pemanfaatan e-commerce, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa Cemilan Sultan telah menerapkan sistem pembayaran QRIS untuk mendukung kelancaran transaksi usaha. Penggunaan QRIS dinilai memberikan kemudahan baik bagi konsumen maupun bagi pelaku usaha. Dari sisi konsumen, transaksi menjadi lebih cepat, praktis, dan aman karena tidak perlu membawa uang tunai. Sementara itu, dari sisi pelaku usaha, penggunaan QRIS membantu mengurangi risiko kesalahan perhitungan dalam transaksi tunai serta mempermudah pencatatan keuangan karena seluruh transaksi tercatat secara otomatis dalam sistem. Dengan demikian, penerapan QRIS turut mendukung pengelolaan keuangan usaha yang lebih tertib dan transparan.

Berdasarkan temuan di lapangan, implementasi e-commerce dan QRIS memberikan dampak positif terhadap peningkatan pendapatan Cemilan Sultan. Pemilik usaha menyatakan bahwa setelah menerapkan sistem digital, terjadi peningkatan jumlah pelanggan serta frekuensi pembelian, baik dari pelanggan lama maupun pelanggan baru. Meskipun peningkatan pendapatan belum terlihat secara signifikan pada tahap awal penerapan, namun secara bertahap menunjukkan tren yang positif seiring dengan meningkatnya kepercayaan konsumen serta semakin terbiasanya pelanggan menggunakan platform digital dalam melakukan transaksi. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi usaha memiliki potensi besar dalam mendorong pertumbuhan pendapatan UMKM secara berkelanjutan.

Namun demikian, hasil penelitian juga mengungkapkan adanya beberapa kendala dalam proses implementasi e-commerce dan QRIS. Kendala yang dihadapi antara lain keterbatasan pemahaman teknologi pada tahap awal penggunaan, kualitas jaringan internet yang belum stabil, serta tingkat persaingan harga yang cukup ketat di platform e-commerce. Kondisi tersebut menuntut pelaku usaha untuk terus belajar dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi serta strategi pemasaran digital. Meskipun demikian, kendala-kendala tersebut dapat diatasi secara bertahap melalui pengalaman penggunaan,

peningkatan keterampilan digital, serta penyesuaian strategi usaha yang lebih efektif dan efisien.

Pembahasan

Temuan penelitian menunjukkan bahwa penerapan e-commerce pada Cemilan Sultan berperan penting dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan aksesibilitas produk kepada konsumen. Melalui pemanfaatan platform digital dan media sosial, Cemilan Sultan mampu menginformasikan produk secara cepat dan luas sehingga jangkauan pasar tidak lagi terbatas pada wilayah lokal di Kota Parepare. Hal ini sejalan dengan temuan Wijaya (2024) yang menyatakan bahwa e-commerce memungkinkan UMKM menjangkau konsumen yang lebih luas dengan biaya operasional yang relatif rendah. Peningkatan visibilitas produk dan kemudahan pemesanan yang dirasakan konsumen pada akhirnya berdampak langsung pada peningkatan jumlah pesanan dan volume penjualan.

Penerapan QRIS sebagai sistem pembayaran digital juga terbukti mendukung kelancaran transaksi dan efisiensi operasional pada UMKM Cemilan Sultan. Penggunaan QRIS memberikan kemudahan, kecepatan, dan keamanan bagi pelanggan karena tidak perlu membawa uang tunai. Selain kepuasan pelanggan, dari sisi internal usaha, QRIS mempermudah pencatatan keuangan karena setiap transaksi tercatat secara otomatis, sehingga mengurangi risiko kesalahan hitung manual. Temuan ini memperkuat penelitian Shihabuddin & Juniar (2023) serta Alifiyah (2024) yang menegaskan bahwa penggunaan pembayaran non-tunai meningkatkan efisiensi, akuntabilitas, dan profesionalisme pengelolaan keuangan UMKM.

Lebih lanjut, hasil penelitian menunjukkan adanya sinergi yang kuat antara e-commerce dan QRIS dalam meningkatkan kinerja pendapatan. E-commerce berfungsi sebagai garda depan pemasaran dan penjualan, sementara QRIS berperan sebagai infrastruktur pendukung transaksi yang memberikan rasa aman. Kombinasi kedua teknologi ini menciptakan pengalaman berbelanja modern yang mendorong loyalitas dan pembelian ulang dari pelanggan. Hal ini didukung oleh Selly Silviawati et al. (2025) yang menyatakan bahwa integrasi teknologi digital secara bersama-sama menciptakan operasional yang lebih efisien dan peningkatan omzet yang signifikan.

Meskipun terdapat kendala seperti keterbatasan pemahaman teknologi di awal penerapan dan kualitas jaringan internet yang tidak stabil, hal tersebut tidak menjadi

hambatan permanen bagi Cemilan Sultan. Melalui proses pembelajaran mandiri dan penyesuaian strategi, pelaku usaha mampu mengatasi tantangan tersebut secara bertahap. Temuan ini menunjukkan bahwa kesiapan sumber daya manusia untuk beradaptasi merupakan faktor kunci dalam keberhasilan digitalisasi, sejalan dengan kajian Khairani (2025) mengenai pentingnya literasi digital dalam mendukung keberlanjutan usaha di era kompetitif.

Secara keseluruhan, implementasi e-commerce dan QRIS pada Cemilan Sultan memberikan dampak positif yang nyata terhadap peningkatan pendapatan secara bertahap serta mendorong transformasi usaha menjadi lebih profesional dan inovatif.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa implementasi e-commerce dan sistem pembayaran QRIS pada UMKM Cemilan Sultan di Kota Parepare berperan signifikan dalam mendukung peningkatan pendapatan usaha secara bertahap. Pemanfaatan platform digital dan media sosial sebagai sarana pemasaran dan penjualan terbukti mampu memperluas jangkauan pasar, meningkatkan visibilitas produk, serta memberikan kemudahan akses bagi konsumen dalam melakukan pemesanan. Sementara itu, penerapan QRIS memberikan efisiensi dalam proses transaksi, meningkatkan ketertiban pencatatan keuangan, serta memperkuat profesionalisme pengelolaan usaha. Sinergi antara e-commerce dan QRIS tidak hanya berdampak pada aspek finansial, tetapi juga mendorong transformasi pola usaha UMKM menuju model bisnis yang lebih adaptif, modern, dan berorientasi pada kebutuhan konsumen. Meskipun peningkatan pendapatan belum bersifat signifikan dalam jangka pendek, tren pertumbuhan yang positif menunjukkan bahwa digitalisasi memiliki potensi besar dalam mendukung keberlanjutan dan daya saing UMKM di era digital.

Saran

Berdasarkan temuan penelitian, pelaku UMKM disarankan untuk terus meningkatkan kapasitas literasi digital agar mampu mengelola pemasaran online, transaksi non-tunai, serta pencatatan keuangan secara lebih optimal dan berkelanjutan. Pemerintah daerah dan lembaga pendukung UMKM diharapkan dapat memperkuat program pendampingan, pelatihan teknis, serta penyediaan infrastruktur pendukung, khususnya akses internet yang stabil dan edukasi penggunaan pembayaran digital bagi masyarakat.

Selain itu, pelaku UMKM perlu secara aktif mengembangkan inovasi produk, kualitas layanan, serta strategi promosi digital agar mampu bersaing di tengah ketatnya persaingan pada platform e-commerce. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian dengan cakupan informan yang lebih luas atau menggunakan pendekatan metode campuran agar diperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai dampak digitalisasi terhadap kinerja dan pendapatan UMKM di berbagai sektor usaha.

DAFTAR REFERENSI

- Abdillah, M. D. , & A. M. A. (2023). Pengaruh E Commerce dan Inovasi Teknologi terhadap Pertumbuhan dan Peningkatan Daya Saing UMKM (Studi Kasus UMKM di Kota Solo).
- Alfira, M. T. B. , & S. (2023). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan UMKM Menggunakan QRIS dan Pengaruhnya Terhadap Penghasilan UMKM di Pasar Rakyat Kota Malang.
- Alifyah, P. D. , & P. L. (2024). “Pengaruh Penggunaan Marketplace dan QRIS Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM.” *Jurnal Kewirausahaan dan Inovasi*, 3(3), 836–851. jki.ub.ac.id+1.
- Andi AR. (2021). *ENGARUH SISTEM INFORMASI AKUNTANSI, SISTEM PENGENDALIAN INTERN DAN SASARAN ANGGARAN TERHADAP KUALITAS LAPORAN KEUANGAN PT. MAPPADECENG JAYA LESTARI KOTA PAREPARE. Masters thesis, Institut Teknologi Dan Bisnis Nobel Indonesia*
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. London: Pearson Education.
- Damis, S., & Harun, H. (2024). Peningkatan Pendapatan Usaha Umkm Asoka Desa Tanra Tuo Kecamatan Cempa Kabupaten Pinrang Melalui Digitalisasi Bisnis. *Economics and Digital Business Review*, 5(1).
- Jumira, J., Dangnga, M. S., & Nuryadin, R. (2022). Pengaruh Beban Kerja dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan di Kota Parepare. *DECISION: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 3(2), 157-163.
- Kasmir. (2018). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Khairani, N. , A. F. , K. N. S. , & G. P. A. (2025).). “Inovasi Kewirausahaan di Era Digital: Kajian Literatur tentang Model Bisnis UMKM Berbasis Teknologi.” *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 5(3), 4592–4602. Innovative.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2020). *E-Commerce: Business, Technology, Society*. New York: Pearson.
- Puspita, D. E. , & S. N. (2025). Peran Pemasaran dan Inovasi Digital melalui QRIS dalam Mendorong Pertumbuhan UMKM: Studi Kasus di 15A Iringmulyo, Metro Timur.” *Jurnal Ekonomi, Akuntansi, dan Perpajakan (JEAP)*, 2(3), 224–234. Areai Journal.
- Rahmawati, A. (2020). Digitalisasi UMKM dan Sistem Pembayaran Non Tunai. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 5(2), 112–120.
- Selly Silviawati, E. S. W. N. A. W. S. W. & I. N. (2025). Peran E Commerce dalam Transformasi Digital UMKM Indonesia: Sebuah Kajian Literatur.” *JRIME (Jurnal Riset Manajemen dan Ekonomi)*, 3(4), 159–175. .

- Shihabuddin, M. R. , & F. S. M. J. (2023). UMKM dan E-Commerce Pada Teknologi.” MENAWAN : Jurnal Riset dan Publikasi Ilmu Ekonomi.
- Suryani, T. (2021). Peran Sistem Pembayaran Digital dalam Peningkatan Kinerja UMKM. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 10(1), 45–56.
- Tambunan, T. (2020). *UMKM di Indonesia: Perkembangan, Tantangan, dan Kebijakan*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Wijaya, W. (2024). Pengaruh penggunaan aplikasi e commerce dan inovasi dengan pengambilan risiko sebagai mediasi pada kinerja UMKM.” *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 8(4), 829–841