

The Transformation of Consumer Shopping Behavior Following the Implementation of the One QRIS Code Policy: A Consumer Perspective at Universitas Islam Indonesia

Anisa Ayu Charisma, Maisaroh*

Bisnis Digital / Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia, Indonesia

[*maisaroh@uii.ac.id](mailto:maisaroh@uii.ac.id)

ABSTRACT

The rapid evolution of digital payment technologies, particularly the Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS), has significantly influenced consumer behavior, especially among university students who exhibit a high level of technology adoption. This qualitative study explores changes in consumer shopping behavior following the implementation of the QRIS One-Code policy and identifies the factors that contribute to these behavioral changes among consumers within the Universitas Islam Indonesia (UII) community. The study involved 14 student consumers and 7 merchants operating in the UII area as research participants. Data were collected through deep interviews. To ensure the credibility of the findings, source triangulation was applied. The data were subsequently analyzed using an iterative process of data reduction, data display, and conclusion drawing. The results reveal that the adoption of QRIS One Code has contributed to significant changes in consumers' shopping behavior, reflected in the transition from cash transactions to digital payments, higher transaction frequency, altered spending patterns, and an increased propensity for impulsive purchases due to the simplicity and convenience of the payment system. These changes are primarily driven by factors such as ease of use, transaction speed, security, convenience, promotional incentives and cashback offers, social influences, and time-saving benefits. Despite these advantages, several obstacles remain, including unstable internet connections, insufficient account balances, limitations of payment applications, administrative charges, and disparities in users' digital literacy levels. The findings demonstrate that QRIS functions not only as a payment mechanism but also as a catalyst for shaping consumer spending behavior in the digital economy. Consequently, continuous efforts to improve both financial and digital literacy are essential to encourage the effective, responsible, and sustainable use of QRIS.

Keywords: QRIS one code; consumer behavior; shopping; habits; digital payment.

Transformasi Perilaku Belanja Konsumen sebagai Dampak Implementasi Kebijakan QRIS Satu Kode: Perspektif Konsumen di Lingkungan Universitas Islam Indonesia

ABSTRAK

Perkembangan sistem pembayaran digital melalui *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) telah memberikan pengaruh yang besar terhadap perilaku konsumen, terutama pada kelompok mahasiswa yang memiliki tingkat penerimaan terhadap teknologi relatif tinggi. Penelitian kualitatif ini dilakukan untuk menganalisis perubahan perilaku belanja setelah implementasi kebijakan QRIS Satu Kode, sekaligus mengungkap berbagai faktor yang mendorong perubahan tersebut pada konsumen mahasiswa di Universitas Islam Indonesia

(UII). Informan penelitian terdiri atas 14 mahasiswa sebagai konsumen dan 7 pedagang yang beroperasi di kawasan kampus UII. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam kepada responden. Keabsahan data diuji menggunakan triangulasi sumber. Analisis data dilakukan melalui proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa penerapan QRIS Satu Kode telah mendorong transformasi perilaku belanja konsumen yang ditunjukkan oleh peralihan dari pembayaran tunai menuju pembayaran digital, meningkatnya frekuensi transaksi, perubahan pola pengeluaran, serta semakin tingginya kecenderungan melakukan pembelian impulsif karena proses pembayaran yang lebih praktis. Perubahan tersebut dipengaruhi oleh sejumlah faktor, antara lain kemudahan penggunaan, kecepatan transaksi, keamanan, kenyamanan, adanya promosi dan cashback, pengaruh lingkungan sosial, serta efisiensi waktu dalam bertransaksi. Namun demikian, implementasi QRIS juga masih menghadapi beberapa hambatan, seperti kualitas jaringan internet yang belum stabil, keterbatasan saldo maupun aplikasi pembayaran, biaya administrasi, serta rendahnya tingkat literasi digital pada sebagian pengguna. Temuan ini menegaskan bahwa QRIS berperan dalam inovasi sistem pembayaran digital, sekaligus menjadi salah satu faktor yang membentuk perubahan perilaku konsumsi masyarakat pada era digital. Oleh karena itu, penguatan literasi keuangan dan literasi digital perlu terus ditingkatkan agar penggunaan QRIS dapat dilakukan secara lebih efektif, cerdas, dan bertanggung jawab.

Kata Kunci: QRIS satu kode; perilaku konsumen; kebiasaan belanja; pembayaran digital

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital membawa perubahan yang besar di berbagai bidang kehidupan masyarakat, khususnya pada aktivitas pembayaran belanja dan perilaku konsumsi. Transformasi digital telah membawa perubahan yang luas, tidak hanya dalam cara masyarakat memanfaatkan teknologi, tetapi juga dalam membentuk perilaku konsumsi dan gaya hidup. Salah satu wujud nyata dari perubahan tersebut adalah sistem pembayaran digital yang mendorong pergeseran dari penggunaan uang tunai menuju berbagai metode pembayaran elektronik. Perkembangan ini melahirkan fenomena *cashless society*, yaitu kondisi dimana masyarakat semakin terbiasa dan bergantung pada instrumen pembayaran non-tunai dalam menjalankan berbagai aktivitas transaksi ekonomi (Fabris, 2019). Di Indonesia, perkembangan digitalisasi sistem pembayaran didorong oleh berbagai kebijakan pemerintah yang berorientasi pada peningkatan efisiensi transaksi, penguatan keamanan sistem pembayaran, serta perluasan akses masyarakat terhadap layanan keuangan.

Salah satu kebijakan penting yang mendukung transformasi tersebut adalah implementasi Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS), yaitu standar kode respons cepat nasional yang mengusung konsep satu kode untuk berbagai metode pembayaran digital. Kebijakan ini merupakan langkah strategis dalam mengintegrasikan beragam platform pembayaran yang sebelumnya beroperasi secara terpisah ke dalam satu sistem yang terstandar. Kehadiran QRIS tidak hanya meningkatkan kemudahan dan kenyamanan transaksi bagi konsumen, tetapi juga memperkuat ekosistem Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui penyediaan sistem pembayaran yang lebih praktis, aman, efisien, dan mudah diakses (Santosa, 2026). Literasi keuangan dan teknologi keuangan berpengaruh terhadap keberlanjutan usaha (Safitri et al., 2025). Melalui implementasi QRIS, pelaku UMKM hanya perlu menyediakan satu kode QR

yang dapat digunakan oleh berbagai aplikasi pembayaran digital. Standardisasi ini menyederhanakan proses transaksi, meningkatkan efisiensi operasional, serta memberikan kemudahan bagi konsumen dalam melakukan pembayaran menggunakan berbagai platform pembayaran elektronik (Anggarini, 2022).

Konsep QRIS Satu Kode menyediakan fasilitas kemudahan bagi konsumen dengan memungkinkan berbagai transaksi pembayaran dilakukan melalui beragam model pembayaran digital hanya menggunakan satu kode QR yang sama. Bagi pelaku usaha, sistem ini juga meningkatkan efisiensi operasional, khususnya dalam proses pencatatan transaksi dan pengelolaan keuangan. Dengan demikian, QRIS berfungsi sebagai platform yang mengintegrasikan berbagai penyedia layanan pembayaran ke dalam satu ekosistem digital yang saling terhubung. Karakteristik tersebut sejalan dengan kebutuhan Generasi Z yang dikenal memiliki tingkat adopsi teknologi tinggi dan cenderung memilih layanan yang cepat, praktis, serta efisien (Muarrafah et al., 2025).

Kemudahan penggunaan merupakan salah satu faktor pendorong masyarakat menggunakan QRIS (Putri, 2023). Faktor tersebut mencerminkan persepsi bahwa suatu teknologi dapat digunakan tanpa memerlukan usaha yang besar. Selain meningkatkan efisiensi transaksi, kemudahan penggunaan QRIS juga berpotensi memengaruhi perilaku konsumsi masyarakat. Dibandingkan metode pembayaran konvensional, QRIS memungkinkan proses pembayaran berlangsung lebih cepat serta sering kali didukung berbagai insentif, seperti diskon dan *cashback*, yang dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen (Erliyani, 2025).

Fenomena tersebut semakin menarik untuk dikaji di lingkungan pendidikan tinggi. Mahasiswa merupakan kelompok yang memiliki tingkat pembelajaran digital yang tinggi dan relatif cepat beradaptasi pada perkembangan teknologi, termasuk penggunaan sistem pembayaran digital. Didukung oleh ekosistem kampus yang telah banyak mengadopsi QRIS, seperti kantin, koperasi, dan berbagai pelaku usaha di sekitar kampus, mahasiswa menjadi bagian dari masyarakat yang intensif menggunakan pembayaran digital dalam aktivitas sehari-hari. Kondisi ini menjadikan mahasiswa sebagai kelompok yang relevan untuk mengkaji dampak implementasi QRIS terhadap perubahan perilaku konsumsi.

Zalukhu & Lattu (2025) menjelaskan bahwa Gen Z memiliki pandangan positif terhadap penggunaan QRIS karena QRIS dipandang sebagai sistem pembayaran digital yang menawarkan proses transaksi yang efisien, cepat dalam akses, dan praktis dibandingkan metode pembayaran konvensional. Selain meningkatkan kenyamanan dan menghemat waktu dalam bertransaksi, penggunaan QRIS juga berkontribusi pada berkurangnya ketergantungan masyarakat terhadap penggunaan uang tunai. Meskipun demikian, kemudahan yang ditawarkan oleh sistem pembayaran digital ini juga berpotensi mendorong meningkatnya perilaku konsumtif. Proses transaksi yang berlangsung secara cepat dan tanpa hambatan dapat membuat pengguna kurang menyadari besarnya pengeluaran yang telah dilakukan, sehingga pengelolaan keuangan menjadi kurang optimal. Kondisi ini berpotensi lebih besar terjadi pada mahasiswa yang

masih berada dalam tahap mengembangkan kemampuan mengelola keuangan pribadi secara mandiri.

Di sisi lain, adopsi pembayaran digital tidak semata-mata ditentukan oleh kemudahan yang ditawarkan oleh sistem. Individu yang memiliki kemampuan pengelolaan keuangan yang baik umumnya menunjukkan tingkat kepercayaan yang lebih tinggi dalam memanfaatkan layanan pembayaran digital. Namun, kepercayaan bukanlah satu-satunya faktor yang memengaruhi penggunaan QRIS. Sejumlah faktor lain, seperti manfaat yang dirasakan, tingkat literasi dan pengelolaan keuangan, pengaruh lingkungan sosial, serta intensitas penggunaan aplikasi pembayaran digital, turut berperan dalam membentuk perubahan perilaku belanja konsumen. Oleh karena itu, diperlukan pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana implementasi kebijakan QRIS Satu Kode memengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa, khususnya di lingkungan Universitas Islam Indonesia.

Berangkat dari kondisi tersebut, penelitian ini berfokus pada dampak kebijakan QRIS satu kode pada perubahan kebiasaan belanja konsumen mahasiswa di Universitas Islam Indonesia. Penelitian ini berupaya melengkapi penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Bani *et al.*, (2025) yang membahas tentang penerapan QRIS yang mengubah perilaku masyarakat menjadi lebih konsumtif, dengan melihat secara lebih mendalam bagaimana penggunaan QRIS Satu Kode memengaruhi kebiasaan belanja konsumen dalam kehidupan sehari-hari. Tidak hanya dari sisi cara pembayaran, penelitian ini juga mengkaji perubahan perilaku belanja yang terjadi serta faktor yang mempengaruhi konsumen memilih pemakaian QRIS dalam melakukan transaksi.

Untuk memahami perubahan kebiasaan belanja tersebut, terlebih dahulu perlu memahami konsep belanja, perilaku konsumen, dan QRIS sebagai dasar dalam penelitian ini. Belanja merupakan kegiatan memperoleh barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan melalui proses yang terarah dan terstruktur (Rismawan *et al.*, 2024). Dalam perkembangannya, aktivitas belanja semakin didukung oleh hadirnya QRIS Satu Kode sebagai inovasi sistem pembayaran secara digital sehingga proses transaksi menjadi lebih praktis, cepat, aman, serta efisien (Natalina *et al.*, 2024). Kemudahan yang ditawarkan oleh sistem pembayaran digital memiliki keterkaitan erat dengan perilaku pembelian konsumen, yaitu serangkaian aktivitas yang mencakup proses memilih, membeli, menggunakan, hingga mengevaluasi produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan maupun keinginan individu (Kristofani *et al.*, 2022). Apabila perilaku tersebut dilakukan secara berulang, maka akan terbentuk pola atau kebiasaan belanja yang dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kebutuhan, preferensi pribadi, dan lingkungan sosial (Dimas *et al.*, 2021). Di samping itu, pesatnya perkembangan media sosial serta promosi berbasis digital turut membentuk perilaku konsumsi masyarakat. Kondisi ini menyebabkan keputusan pembelian sering kali didorong oleh keinginan sesaat atau rangsangan eksternal dibandingkan dengan kebutuhan yang sebenarnya (Ahmadi, 2016).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perubahan kebiasaan belanja yang terjadi akibat penerapan kebijakan QRIS Satu Kode dari perspektif konsumen di lingkungan Universitas Islam Indonesia. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk

mengetahui bentuk-bentuk perubahan kebiasaan belanja yang dialami konsumen serta faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan QRIS Satu Kode dalam aktivitas belanja sehari-hari. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian mengenai perilaku konsumen di era pembayaran digital, sekaligus menjadi bahan masukan bagi berbagai pihak dalam memahami dampak penggunaan QRIS terhadap perubahan kebiasaan belanja masyarakat, khususnya di lingkungan perguruan tinggi.

METODE

Penelitian ini menerapkan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif untuk mengeksplorasi perubahan perilaku belanja konsumen sebagai dampak penggunaan QRIS Satu Kode di lingkungan Universitas Islam Indonesia (UII). Subjek penelitian adalah konsumen yang secara aktif memanfaatkan QRIS Satu Kode dalam aktivitas transaksi sehari-hari di kawasan UII, sedangkan pedagang kantin berperan sebagai informan pendukung guna memperkaya perspektif penelitian. Informan dipilih menggunakan teknik purposive sampling dengan mempertimbangkan kriteria yang telah ditetapkan sesuai dengan tujuan penelitian.

Sumber data penelitian meliputi data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara semi-terstruktur dan observasi terhadap aktivitas transaksi yang berlangsung di lingkungan UII. Sementara itu, data sekunder dikumpulkan dari berbagai sumber yang relevan, seperti buku, artikel ilmiah, regulasi Bank Indonesia, serta dokumen pendukung lainnya. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam kepada seluruh responden terpilih.

Keabsahan data dianalisis menggunakan teknik triangulasi sumber dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari konsumen dan pedagang di kantin UII. Selanjutnya, data dianalisis secara deskriptif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai perubahan perilaku belanja konsumen setelah implementasi QRIS Satu Kode, sekaligus mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi perubahan tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi QRIS telah mendorong transformasi perilaku belanja konsumen di Universitas Islam Indonesia. Perubahan tersebut tidak hanya tercermin dari pergeseran metode pembayaran dari transaksi tunai menuju pembayaran digital, tetapi juga memengaruhi persepsi konsumen terhadap proses transaksi, termasuk aspek kemudahan penggunaan, kecepatan, keamanan, dan kenyamanan dalam berbelanja. Temuan ini mengindikasikan bahwa perkembangan sistem pembayaran digital tidak sekadar mengubah media pembayaran yang digunakan masyarakat, melainkan juga berperan dalam membentuk perilaku konsumsi serta pola transaksi dalam aktivitas sehari-hari.

Sebagian besar konsumen memiliki persepsi yang positif terhadap penggunaan QRIS Satu Kode. Persepsi terhadap kemudahan penggunaan merupakan salah satu faktor

dominan yang memengaruhi preferensi konsumen dalam menggunakan QRIS. Keberadaan telepon pintar sebagai perangkat yang hampir selalu digunakan dalam aktivitas sehari-hari memungkinkan proses pembayaran dilakukan secara lebih praktis dan efisien. Sejalan dengan temuan tersebut, salah seorang informan menyatakan bahwa QRIS mempermudah proses transaksi karena pembayaran dapat diselesaikan tanpa perlu membawa uang tunai atau dompet serta tanpa harus menunggu uang kembalian dari penjual. Dari sisi pedagang, penggunaan QRIS juga dianggap lebih praktis karena dapat mengurangi permasalahan ketersediaan uang kembalian ketika kondisi kantin sedang ramai. Selain memberikan kemudahan, penggunaan QRIS juga dinilai lebih cepat dibandingkan pembayaran tunai karena proses transaksi dapat dilakukan hanya dengan memindai kode QR yang tersedia.

Dari aspek keamanan, konsumen merasa lebih aman menggunakan QRIS karena setiap transaksi dilengkapi dengan sistem keamanan pada aplikasi pembayaran, seperti password dan PIN. Selain itu, adanya riwayat transaksi memberikan kemudahan bagi pengguna untuk mengetahui dan memantau pengeluaran yang telah dilakukan. Salah satu informan menyatakan bahwa setelah pembayaran selesai terdapat riwayat transaksi yang dapat digunakan untuk melihat pengeluaran yang telah dilakukan. Pandangan serupa juga disampaikan oleh pedagang yang menilai bahwa pembayaran menggunakan QRIS lebih aman dibandingkan uang tunai karena nominal pembayaran yang diterima sesuai dan tidak menimbulkan kesalahan dalam memberikan uang kembalian. Kemudahan, kecepatan, dan keamanan tersebut pada akhirnya menciptakan kenyamanan dalam berbelanja sehingga konsumen terbiasa mengaplikasikan pembayaran secara digital dalam aktivitas sehari-hari.

Persepsi positif terhadap QRIS kemudian mendorong terbentuknya kebiasaan baru dalam bertransaksi. Sebelum menggunakan QRIS, sebagian besar konsumen lebih sering melakukan pembayaran secara tunai. Namun, semakin luasnya penggunaan QRIS di kantin dan toko-toko sekitar lingkungan UII membuat konsumen menjadi lebih terbiasa melakukan pembayaran secara digital. Salah satu informan menjelaskan bahwa QRIS telah menjadi metode pembayaran yang paling sering digunakan dalam setiap transaksi pembelian karena menawarkan kemudahan dan kecepatan proses pembayaran. Tingginya tingkat adopsi QRIS oleh berbagai toko juga semakin mendorong konsumen untuk memilih metode pembayaran tersebut. Kondisi ini menunjukkan bahwa perkembangan teknologi dan ketersediaan fasilitas pembayaran digital turut memengaruhi perubahan kebiasaan konsumen dalam melakukan transaksi.

Penggunaan QRIS yang semakin sering juga berdampak pada meningkatnya frekuensi transaksi konsumen. Kemudahan dalam melakukan pembayaran membuat konsumen lebih leluasa melakukan pembelian untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Selain itu, penggunaan QRIS turut memengaruhi pola pengeluaran konsumen. Kemudahan transaksi memungkinkan konsumen melakukan pembelian dengan nominal kecil secara lebih sering dibandingkan ketika menggunakan uang tunai. Meskipun demikian, adanya fitur riwayat transaksi pada aplikasi pembayaran dapat membantu konsumen dalam memantau pengeluaran yang dilakukan. Temuan ini menunjukkan

bahwa penggunaan QRIS tidak selalu berdampak pada peningkatan perilaku konsumtif, tetapi juga dapat membantu pengguna dalam mengelola pengeluaran mereka.

Di samping itu, kemudahan transaksi yang ditawarkan QRIS juga dapat mendorong munculnya perilaku pembelian secara langsung pada sebagian konsumen. Proses pembayaran yang cepat dan praktis membuat konsumen lebih mudah melakukan pembelian ketika melihat barang atau produk yang diinginkan. Temuan ini sejalan dengan penelitian [Bani et al. \(2025\)](#), yang menunjukkan bahwa kemudahan, kecepatan, dan kepraktisan penggunaan QRIS dapat mendorong perilaku konsumtif masyarakat. Namun, dalam penelitian ini ditemukan bahwa pengaruh tersebut tidak dialami oleh seluruh konsumen. Sebagian konsumen tetap mampu mengendalikan pengeluaran mereka dengan memanfaatkan fitur pencatatan transaksi yang tersedia pada aplikasi pembayaran. Hal ini menunjukkan bahwa dampak penggunaan QRIS terhadap perilaku konsumsi dapat berbeda pada setiap individu.

Perubahan kebiasaan belanja yang terjadi tidak terlepas dari beberapa faktor yang mendorong konsumen untuk semakin sering menggunakan QRIS. Faktor yang paling dominan dalam mendorong penggunaan QRIS adalah kemudahan akses terhadap layanan pembayaran. QRIS dapat digunakan melalui berbagai aplikasi pembayaran digital tanpa bergantung pada bank atau penyedia layanan tertentu, sehingga memberikan fleksibilitas yang lebih tinggi bagi konsumen dalam bertransaksi. Di samping itu, pengaruh lingkungan sosial juga menjadi faktor penting dalam membentuk perilaku penggunaan QRIS. Semakin luas penggunaan QRIS oleh teman, keluarga, maupun pedagang di lingkungan kampus mendorong konsumen untuk mengadopsi metode pembayaran yang sama sebagai bagian dari kebiasaan transaksi sehari-hari. Ketersediaan fasilitas QRIS di hampir seluruh kantin dan toko di lingkungan Universitas Islam Indonesia semakin memperkuat adopsi pembayaran digital dengan memberikan kemudahan dan akses yang lebih luas bagi konsumen dalam melakukan transaksi.

Selain kemudahan akses, efisiensi waktu turut menjadi pertimbangan utama dalam penggunaan QRIS. Konsumen menilai bahwa transaksi melalui QRIS dapat diselesaikan dalam waktu yang lebih singkat dibandingkan pembayaran tunai, sehingga mampu mengurangi waktu tunggu dan meningkatkan kenyamanan, khususnya ketika aktivitas transaksi di tempat usaha sedang padat. Sementara itu, faktor promosi dan cashback ternyata tidak terlalu berpengaruh terhadap perubahan kebiasaan belanja konsumen. Sebagian besar informan mengaku jarang memanfaatkan program promosi yang diberikan oleh aplikasi pembayaran karena promo lebih banyak tersedia pada transaksi tertentu dan tidak selalu dapat digunakan saat melakukan pembelian secara langsung. Dengan demikian, perubahan kebiasaan belanja yang terjadi lebih banyak dipengaruhi oleh aspek kemudahan dan efisiensi dibandingkan faktor promosi.

Meskipun menawarkan berbagai kemudahan dalam bertransaksi, implementasi QRIS Satu Kode masih menghadapi sejumlah kendala dalam praktiknya. Salah satu hambatan yang paling sering ditemui adalah ketidakstabilan jaringan internet. Mengingat sistem pembayaran QRIS bergantung pada koneksi internet, kualitas jaringan yang kurang memadai dapat memperlambat proses transaksi atau bahkan menyebabkan

transaksi tidak dapat diselesaikan. Kondisi ini menjadi kendala yang cukup signifikan, terutama ketika konsumen memerlukan proses pembayaran yang cepat atau pada saat aktivitas transaksi di tempat usaha sedang padat.

Selain gangguan jaringan, keterbatasan saldo dan masalah pada aplikasi pembayaran juga menjadi hambatan dalam penggunaan QRIS. Beberapa konsumen mengaku pernah mengalami saldo yang tidak mencukupi saat akan melakukan pembayaran atau mengalami gangguan pada aplikasi sehingga transaksi harus dilakukan menggunakan metode pembayaran lain. Tidak hanya itu, beberapa informan juga mengeluhkan adanya biaya administrasi yang dibebankan kepada pembeli oleh sebagian pedagang. Meskipun nominalnya sangat kecil, biaya tersebut menimbulkan ketidaknyamanan bagi konsumen dan menjadi salah satu faktor yang mengurangi minat penggunaan QRIS pada beberapa kondisi.

Di samping kendala teknis, variasi tingkat literasi digital di kalangan pengguna turut memengaruhi pemanfaatan QRIS. Perbedaan kemampuan dalam mengoperasikan teknologi digital menyebabkan proses adaptasi terhadap sistem pembayaran elektronik tidak berlangsung secara merata. Hambatan ini cenderung lebih banyak dialami oleh kelompok usia lanjut yang memiliki preferensi kuat terhadap penggunaan uang tunai sebagai metode pembayaran. Kurangnya pemahaman mengenai penggunaan aplikasi pembayaran membuat sebagian pengguna masih merasa lebih nyaman menggunakan transaksi tunai dibandingkan pembayaran digital. Hal ini menunjukkan bahwa perkembangan teknologi pembayaran perlu diimbangi dengan peningkatan pemahaman digital agar manfaat penggunaan QRIS dapat dirasakan secara lebih merata oleh seluruh masyarakat.

Secara umum, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi kebijakan QRIS Satu Kode telah mendorong perubahan perilaku belanja konsumen di lingkungan Universitas Islam Indonesia. Perubahan tersebut ditandai oleh pergeseran metode pembayaran dari transaksi tunai menuju pembayaran digital, meningkatnya frekuensi transaksi, perubahan pola pengeluaran, serta munculnya kecenderungan melakukan pembelian impulsif pada sebagian konsumen. Temuan penelitian mengindikasikan bahwa perubahan tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, yaitu kemudahan akses terhadap layanan pembayaran, pengaruh lingkungan sosial, serta efisiensi waktu dalam proses transaksi. Di sisi lain, implementasi QRIS masih menghadapi sejumlah tantangan, antara lain ketidakstabilan jaringan internet, keterbatasan saldo, biaya administrasi, serta perbedaan tingkat literasi digital di kalangan pengguna. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa sistem pembayaran digital tidak hanya mengubah mekanisme transaksi, tetapi juga berkontribusi dalam membentuk pola perilaku konsumsi baru di lingkungan perguruan tinggi, khususnya pada mahasiswa yang memiliki tingkat adopsi teknologi yang relatif tinggi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa implementasi kebijakan QRIS Satu Kode telah mendorong perubahan perilaku belanja konsumen di lingkungan

Universitas Islam Indonesia. Perubahan tersebut ditunjukkan oleh pergeseran metode pembayaran dari transaksi tunai menuju pembayaran digital, meningkatnya frekuensi transaksi, perubahan pola pengeluaran, serta meningkatnya kecenderungan melakukan pembelian impulsif pada sebagian konsumen. Kemudahan penggunaan, kecepatan proses transaksi, jaminan keamanan, dan kenyamanan yang ditawarkan oleh QRIS menjadi faktor utama yang mendorong konsumen untuk semakin mengadopsi pembayaran digital dalam aktivitas transaksi sehari-hari.

Perubahan kebiasaan belanja tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu kemudahan akses pembayaran, pengaruh lingkungan sosial, dan efisiensi waktu transaksi. Sementara itu, faktor promosi dan cashback tidak menjadi faktor utama yang mendorong penggunaan QRIS karena sebagian besar konsumen jarang memanfaatkan program tersebut. Ketersediaan fasilitas QRIS yang semakin luas di lingkungan kampus juga turut mendukung terbentuknya kebiasaan baru dalam bertransaksi secara digital.

Di samping berbagai manfaat yang dirasakan, penggunaan QRIS Satu Kode masih menghadapi beberapa kendala, seperti gangguan jaringan internet, keterbatasan saldo dan aplikasi pembayaran, adanya biaya administrasi pada beberapa tempat usaha, serta perbedaan tingkat pemahaman digital pengguna. Meskipun masih dijumpai berbagai kendala dalam implementasinya, hambatan tersebut tidak secara signifikan mengurangi minat konsumen untuk terus menggunakan QRIS. Hal ini disebabkan karena manfaat yang dirasakan, seperti kemudahan, kecepatan, dan efisiensi transaksi, dinilai lebih besar dibandingkan kendala yang dihadapi selama penggunaan.

Secara keseluruhan, temuan penelitian ini mengindikasikan bahwa implementasi QRIS Satu Kode tidak hanya mengubah metode pembayaran yang digunakan konsumen, tetapi juga berkontribusi terhadap perubahan perilaku belanja dalam aktivitas transaksi sehari-hari. Temuan ini memperlihatkan bahwa perkembangan sistem pembayaran digital telah membentuk pola konsumsi baru di lingkungan perguruan tinggi, khususnya di kalangan mahasiswa yang memiliki tingkat adaptasi yang tinggi terhadap perkembangan teknologi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, K. R. A. M. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Kebiasaan Belanja Konsumen Bagi Generasi X Y Z. *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia*, 1(1), 140–157.
- Anggarini, D. T. (2022). Application of Quick Response Code Indonesian as a Payment Tool in Digitizing MSMEs Globalization and innovation in information technology and financial technology have. *Sentralisasi*, 1–14.
- Bani, F. C. D., & Fadhila, N. (2025). Pengaruh penerapan teknologi pembayaran digital (QRIS) terhadap pola belanja masyarakat. *Integrative Perspectives of Social and Science Journal*, 2(03 Juli), 5041-5048.
- Dimas, R., Ricky, M., & Goni, S. Y. V. I. (2021).

- Dampak_Aplikasi_Belanja_Online_Online_Sh. 1(1), 1–9.
- Erliyani Ita. (2025). Pengaruh Kemudahan Pembayaran Menggunakan QRIS , Komunikasi Pemasaran , Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Abstrak. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 11(2), 736–744.
- Fabris, N. (2019). Cashless Society – The Future of Money or a Utopia ? *Xciendo*, 1, 53–66. <https://doi.org/10.2478/jcbtp-2019-0003>
- Kristofani, A., Kania, A., Felice, A., Cynthia, C., Christy, J., . N., Yosua, I., & Dahesihsari, R. (2022). Hubungan Pertimbangan Manfaat Dan Risiko, Alat Pembayaran, Dan Tempat Berbelanja Dengan Perilaku Konsumen Menjaga Protokol Kesehatan. *Jurnal Manajemen*, 18(2), 153–170. <https://doi.org/10.25170/jm.v2i18.2884>
- Muarrifah, S., Azizah, N., & Wijaya, R. (2025). Implementation of Technology Acceptance Model (TAM): Case Study on Generation Z in North Purwokerto Who Uses the BSI Mobile Application. *Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 7(1), 77–98. <https://doi.org/10.24090/mabsya.v7i1.13531>
- Rismawan, A. P., Hendriati, D. A. F., Chand, S. F. S. A., & Iryana, A. (2024). Pengaruh Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa di Masa Pandemi Covid-19. *Journal of Accounting Law Communication and Technology*, 2(1), 731–745. <https://doi.org/10.57235/jalakotek.v2i1.4886>
- Safitri, W., Kurnia, M., & Niagasi, A. F. (2025). *The Effect of Financial Literacy , Financial Technology , and Digital Marketing Effect on Business Sustainability in MSMEs in Magelang City*. 51–58. <https://doi.org/10.31603/itej.13148>
- Santosa, D. P. (2026). The Impact of QRIS on MSME Growth in Indonesia : A Strategic Framework for Digital Transformation. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business Vol.*, 9(1), 35–43.
- Sri Anugrah Natalina et al. (2024). *Quick Response Code Indonesia Standard (Qris) Sebagai Strategi Survive Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkh) Di Masa Pandemi Di Kota Kediri*. 2(2), 306–312.
- Zalukhu S.; Lattu A. (2025). The Influence of Using the QRIS Digital Payment Method on Customer Purchasing Decisions. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 13(1), 445–454. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v13i1.3064>