

## Peran Penting QRIS Dalam Sistem Pembayaran Terhadap Marketing Kewirausahaan

Niken Viona Patrisia, Vina Rismayani\*

*Fakultas Ekonomi Bisnis Dan Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung*

### Abstract

Entrepreneurial marketing is a strategy for entrepreneurs in creating superior products and innovations that will meet consumer needs and increase the competitiveness of other entrepreneurs. In entrepreneurship, it is important to apply a digital payment method, namely QRIS because it avoids counterfeit money, there is no need to provide change, transactions are recorded automatically and can be viewed at any time, money is separated for business and personal, facilitates reconciliation and has the potential to prevent acts of fraud from accounting for cash transactions. Within the scope of entrepreneurship in technology, there are 5 marketing concepts carried out by entrepreneurs.

**Keywords:** Entrepreneurial Marketing, QRIS, Technology, Reconciliation.

### Abstrak

Marketing kewirausahaan adalah strategi pengusaha dalam menciptakan keunggulan produk dan inovasi yang akan memenuhi kebutuhan konsumen dan meningkatkan daya saing bagi pengusaha lain. Dalam kewirausahaan penting menerapkan metode pembayaran digital yaitu QRIS dikarenakan terhindar dari uang palsu, tidak perlu menyediakan uang kembalian, transaksi tercatat otomatis dan bisa dilihat setiap saat, terpisahnya uang untuk usaha dan personal, memudahkan rekonsiliasi dan berpotensi mencegah tindak kecurangan dari pembukuan transaksi tunai. Dalam ruang lingkup kewirausahaan dalam teknologi memiliki 5 konsep pemasaran yang dilakukan pengusaha.

**Kata kunci:** Marketing kewirausahaan, QRIS, Teknologi, Rekonsiliasi.

**Corresponding author:** vinarismayani55@gmail.com

### PENDAHULUAN

Kewirausahaan merupakan usaha seseorang yang menjualkan produk nya pada konsumen yang akan menghasilkan keuntungan bagi pengusaha tersebut, dengan konsep pemasaran kewirausahaan pada dasarnya merupakan disiplin ilmu yang mempelajari tentang nilai, kemampuan, (ability) dan perilaku seseorang wirausaha dalam menghadapi berbagai permasalahan terkait dalam usaha mendapatkan peluang usaha yang dilakukan. Maka dalam setiap kegiatan kewirausahaan pasti memiliki strategi untuk usaha tersebut, yang dimana setiap usaha membutuhkan sebuah marketing untuk meningkatkan penjualan produk bagi usaha sendiri. Marketing kewirausahaan adalah strategi pengusaha dalam menciptakan keunggulan produk dan inovasi yang akan memenuhi

kebutuhan konsumen dan meningkatkan daya saing bagi pengusaha lain. Dalam marketing kewirausahaan memiliki beberapa tahap yaitu:

#### 1. Modal usaha

Modal usaha adalah modal pertama yang digunakan untuk menjalankan usaha agar tetap berjalan. Maka modal penting bagi kewirausahaan untuk mengetahui berapa dana yang akan dikeluarkan seorang pengusaha dalam menjalankan usahanya.

#### 2. Kualitas produk

Kualitas produk menurut Kotler and Armstrong (2012: 283) adalah “the ability of a product to perform its functions, it includes the product’s overall durability, reliability, precision, ease of operation and repair, and other valued attributes” dengan arti kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk

keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.

### 3. Pemasaran

Pemasaran adalah strategi dalam mentargetkan produksi produk dalam segi harga, lingkungan, kebutuhan konsumen yang mencapai target yang telah ditentukan. Jadi kewirausahaan dalam pemasaran sangatlah penting untuk memastikan atau menganalisis target pasar.

Strategi pemasaran dalam era 4.0, masyarakat kini semakin mengadopsi teknologi dalam berbelanja online, melakukan transaksi online, dan berbagai aktivitas lainnya. Oleh karena itu, banyak pengusaha saat ini memasarkan produk mereka melalui platform online. Selain itu, semakin banyak pengusaha yang menerapkan sistem pembayaran dengan menggunakan QRIS karena dinilai lebih praktis dan tidak rumit.

Menurut laporan dari bisnis.com, penggunaan QRIS telah mencapai 30,87 juta pengguna dengan jumlah pedagang/merchant QRIS mencapai 24,9 juta. Bank Indonesia juga mencatat bahwa penggunaan QRIS telah mencapai 24,9 juta pengguna hingga Februari 2023. Hal ini menunjukkan adopsi yang pesat terhadap teknologi QRIS dalam aktivitas transaksi dan pembayaran di masyarakat.

### **METODE PENELITIAN**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk menggambarkan fenomena yang diteliti secara alamiah dan mendapatkan data yang objektif. Menurut Sugiyono (2015: hlm. 209), metode penelitian kualitatif digunakan oleh peneliti dalam konteks objek yang alamiah. Moleong (2009: hlm. 6) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai "penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena, seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan sebagainya, secara holistik. Penelitian ini menggambarkan fenomena tersebut dalam bentuk kata-kata dan bahasa, dalam konteks alamiah tertentu, dan menggunakan berbagai metode alamiah."

Dari pengertian di atas, penelitian kualitatif merupakan penelitian yang berfokus pada fenomena alamiah, dengan data hasil penelitian berupa deskripsi. Dalam penelitian ini, kami mengadopsi pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Penelitian ini memusatkan perhatian secara mendalam pada satu obyek penelitian tertentu yang dianggap sebagai kasus. Data untuk studi kasus ini diperoleh dari artikel, jurnal, dan situs web yang relevan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi peran penting teknologi QRIS dalam sistem pembayaran terhadap pemasaran kewirausahaan. Dalam era digital saat ini, QRIS dianggap memiliki potensi untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi dengan memfasilitasi transaksi pembayaran digital. Oleh karena itu, penelitian ini akan menginvestigasi bagaimana QRIS memengaruhi pemasaran kewirausahaan dalam konteks pembayaran digital.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **Peran Penting Qris Dalam Sistem Pembayaran**

Menurut sumber lansiran dari bi.go.id, Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) adalah sebuah standar pembayaran yang menggunakan metode QR Code yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia. Tujuan dari pengenalan QRIS adalah untuk menyederhanakan, mempercepat, dan meningkatkan keamanan dalam proses transaksi menggunakan QR Code. Saat ini, banyak aplikasi yang telah mengadopsi QRIS sebagai metode pembayaran, dengan jumlah mencapai 30 aplikasi yang menggunakan QRIS.

QRIS memiliki beberapa karakteristik yang diidentifikasi melalui akronim "UNGGUL," yang merujuk pada:

1. Universal: QRIS mampu menerima pembayaran dari berbagai aplikasi pembayaran yang menggunakan QR Code. Hal ini memungkinkan masyarakat untuk melakukan transaksi tanpa perlu mengunduh banyak aplikasi pembayaran yang berbeda.

2. Gampang: Proses pembayaran dengan QRIS sangat sederhana. Masyarakat hanya perlu melakukan pemindaian (scan) QR Code dan mengklik untuk menyelesaikan pembayaran. Sama halnya, bagi pedagang (merchant), mereka hanya perlu menampilkan satu QRIS yang dapat digunakan untuk menerima pembayaran dari berbagai aplikasi pembayaran QR.

3. Untung: Pengguna dapat menggunakan akun pembayaran QR apapun untuk melakukan pembayaran, sedangkan merchant hanya perlu memiliki minimal satu akun untuk menerima pembayaran melalui QR Code.

4. Langsung: Transaksi dengan QRIS diproses secara instan, sehingga pengguna dan pedagang (merchant) mendapatkan notifikasi transaksi secara langsung.

#### Manfaat QRIS:

Standarisasi QR Code dengan QRIS memberikan berbagai manfaat, termasuk:

Bagi pengguna aplikasi pembayaran: Kemudahan dalam melakukan pembayaran tanpa perlu membawa uang tunai, kekinian, dan tidak perlu memikirkan jenis QR Code yang digunakan. Selain itu, QRIS memberikan perlindungan karena penyelenggara QRIS telah memiliki izin dan diawasi oleh Bank Indonesia.

Bagi pedagang (merchant): Potensi peningkatan penjualan karena dapat menerima pembayaran dari berbagai aplikasi QR, peningkatan branding, kepraktisan dengan hanya menggunakan satu QRIS, pengurangan biaya pengelolaan kas, perlindungan dari uang palsu, tidak perlu menyediakan uang kembalian, transaksi tercatat otomatis, dan memudahkan rekonsiliasi. Selain itu, QRIS dapat membantu membangun profil kredit yang bermanfaat untuk mendapatkan kredit di masa depan.

Dengan demikian, QRIS memiliki peran penting dalam memfasilitasi pembayaran digital dan memberikan manfaat baik bagi pengguna aplikasi pembayaran maupun pedagang.

Dalam menggunakan QRIS ada 3 jenis pembayaran yaitu:



**Gambar 1.** Jenis pembayaran

#### Merchant Presented Mode (MPM) Statis

Dalam mode ini, proses pembayaran dengan QRIS sangat sederhana. Merchant hanya perlu menampilkan satu stiker atau cetakan QRIS, dan ini dilakukan secara gratis. Pengguna hanya perlu melakukan pemindaian (scan) QRIS, memasukkan nominal pembayaran, menginput PIN, dan mengklik untuk menyelesaikan pembayaran. Notifikasi transaksi akan diterima dengan segera oleh pengguna maupun merchant. Mode MPM Statis QRIS sangat cocok digunakan oleh usaha mikro dan kecil.

#### Merchant Presented Mode (MPM) Dinamis

Pada mode ini, QR Code dihasilkan melalui perangkat seperti mesin EDC atau smartphone, dan ini juga tersedia secara gratis. Merchant harus menginputkan nominal pembayaran terlebih dahulu, kemudian pelanggan melakukan pemindaian QRIS yang muncul atau tercetak. Mode MPM Dinamis QRIS sangat sesuai digunakan oleh merchant dengan skala usaha menengah dan besar, atau yang memiliki volume transaksi yang tinggi.

#### Customer Presented Mode (CPM)

Dalam mode ini, pelanggan hanya perlu menunjukkan QRIS yang ditampilkan melalui aplikasi pembayaran mereka kepada merchant. Merchant kemudian melakukan pemindaian QRIS tersebut. Mode CPM QRIS lebih cocok digunakan oleh merchant yang membutuhkan transaksi cepat, seperti penyedia layanan transportasi, parkir, dan ritel modern.

Dalam konteks kewirausahaan, menerapkan metode pembayaran QRIS dianggap penting

karena praktis, cepat, dan dapat membantu menghindari uang palsu. Metode ini memfasilitasi berbagai jenis usaha dalam melakukan transaksi dengan lebih efisien dan aman.

### **Marketing Kewirausahaan Dalam Teknologi Pembayaran**

Menurut Muchson (2017, hal. 13), kewirausahaan merujuk pada dunia usaha atau bisnis yang berhubungan dengan identifikasi peluang, pengelolaan sumber daya, dan upaya untuk mencapai keuntungan. Keberhasilan dalam berwirausaha dapat dipengaruhi oleh kemampuan, motivasi, ketekunan, pengetahuan tentang peluang, dan kemampuan untuk mengambil tindakan saat peluang muncul. Sebaliknya, faktor-faktor kegagalan berwirausaha, seperti yang dikemukakan oleh Zimmer, mencakup kurangnya kompetensi manajerial, kurangnya pengalaman, kesulitan dalam mengelola keuangan, kurangnya perencanaan, lokasi yang tidak optimal, kurangnya pemeliharaan peralatan, kurangnya tekad, dan kesulitan dalam melakukan transisi bisnis.

Kewirausahaan dan pemasaran memiliki keterkaitan yang erat, karena pemasaran merupakan salah satu komponen penting dari kewirausahaan. Kewirausahaan melibatkan pengambilan risiko yang berkaitan dengan pemanfaatan peluang dan pengelolaan sumber daya secara kreatif dan inovatif untuk mencapai keuntungan. Di sisi lain, pemasaran digital adalah ilmu dan seni dalam menjelajahi, menciptakan, dan memberikan nilai kepada target pasar melalui internet dengan tujuan mencapai keuntungan. Dari perspektif tujuan, baik kewirausahaan maupun pemasaran digital memiliki kesamaan, yaitu mencapai keuntungan. Perbedaannya terletak pada fokusnya: kewirausahaan lebih menyoroti sikap wirausaha terhadap kegiatan usaha, sedangkan pemasaran digital lebih menekankan aspek digital dalam menjalankan usaha.

### **Ruang Lingkup Rencana Pemasaran (Marketing Plan) Dalam Usaha**

Dalam konteks kewirausahaan, ada beberapa konsep pemasaran yang perlu dipahami:

1. Konsep Produksi (Production Concept): Konsep ini berasumsi bahwa konsumen menginginkan produk yang murah dan mudah diakses. Produsen yang menganut konsep ini cenderung memproduksi dalam skala besar dengan penekanan pada efisiensi biaya untuk menawarkan harga jual yang lebih rendah.
2. Konsep Produk (Product Concept): Pada tahap ini, produsen fokus pada aspek teknis pembuatan produk. Mereka belum mempertimbangkan selera konsumen secara mendalam. Produk hanya dibuat sesuai dengan preferensi dan selera produsen.
3. Konsep Penjualan (Selling Concept): Dalam konsep ini, produsen membuat produk terlebih dahulu, kemudian berusaha menjualnya dengan berbagai teknik pemasaran agar produk terjual.
4. Konsep Pasar (Marketing Concept): Konsep ini menekankan pentingnya memahami dan memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen. Produsen fokus pada pemahaman terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen.
5. Konsep Pemasaran dengan Tanggung Jawab Sosial (Societal Concept Responsibility): Prinsip ini menekankan bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab moral untuk memberikan layanan yang bermanfaat bagi masyarakat. Ini melibatkan produksi barang yang aman bagi kesehatan masyarakat dan menjalankan bisnis dengan etika yang baik.

Dalam usaha kewirausahaan, pemahaman konsep-konsep pemasaran ini sangat penting untuk merancang strategi pemasaran yang efektif dan menghadapi persaingan pasar dengan baik.

## KESIMPULAN

Dalam rangka mengembangkan wirausaha, kewirausahaan mengacu pada upaya individu untuk menjual produk atau layanan dengan tujuan memperoleh keuntungan. Konsep pemasaran dalam kewirausahaan adalah disiplin ilmu yang mempelajari nilai, kemampuan, dan perilaku seorang wirausaha dalam menghadapi berbagai tantangan yang terkait dengan mencari peluang usaha.

Beberapa tahapan penting dalam marketing kewirausahaan meliputi modal usaha, kualitas produk, dan strategi pemasaran. Penggunaan teknologi QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) telah menjadi standar pembayaran yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia. Hal ini bertujuan untuk membuat proses transaksi dengan QR Code menjadi lebih mudah, cepat, dan aman. Pengguna aplikasi pembayaran dapat dengan mudah melakukan pemindaian QR Code untuk melakukan pembayaran tanpa perlu membawa uang tunai. Selain itu, pengguna QRIS terlindungi karena penyelenggara QRIS memiliki izin dan diawasi oleh Bank Indonesia.

Kesuksesan dalam berwirausaha dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kemampuan, motivasi, tekad, kerja keras, pemahaman terhadap peluang, dan kemampuan untuk mengambil tindakan ketika peluang muncul. Di sisi lain, faktor-faktor kegagalan berwirausaha melibatkan kurangnya kompetensi manajerial, kurangnya pengalaman, masalah pengaturan keuangan, kurangnya perencanaan, lokasi yang tidak memadai, kurangnya pengawasan peralatan, kurangnya ketekunan, dan kesulitan dalam melakukan transisi bisnis.

Dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat, pemahaman konsep pemasaran kewirausahaan menjadi kunci dalam merancang strategi pemasaran yang efektif. Dengan mempertimbangkan aspek-aspek ini, wirausaha dapat meningkatkan peluang kesuksesan dalam usaha mereka.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adhimah, S. (2020). Peran Orang Tua Dalam Menghilangkan Rasa Canggung Anak Usia Dini (Studi Kasus Di Desa Karangbong Rt. 06 Rw. 02 Gedangan-Sidoarjo). *Jurnal Pendidikan Anak*, 9(1), 57–62.
- Ali, A (2022). *Modul Ajar Kewirausahaan*. Sumatra Barat: CV. Mitra Cendekia Media.
- Candra, A. I., Gunarto, A., & Candra, A. I. (2021). Digital Marketing Pesantren Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(N), 2–7. Tautan sumber
- Hadiyati, E. (2012). Kreativitas Dan Inovasi Pengaruhnya Terhadap Pemasaran Kewirausahaan Pada Usaha Kecil. *Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan*, 1(3), 135–151.
- Hakim, A., Sukmawati, C. E., & Malamila, Kedai. (2022). Inovasi Sistem Pembayaran Digital Qris Pada Umkm Kedai Malamila Di Desa Kalijati. 2(2), 8034–8038.
- Sundari, S., & Lestari, H. D. (2022). Pemasaran Digital Dalam Kewirausahaan. WIKUACITYA: *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 94–99.
- Winata, I. G. K. A. (2021). Pemasaran Kewirausahaan Dan Kapabilitas Operasi Untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing Lpd. *Kinerja*, 18(3), 323–329. Tautan sumber