



## Peran penting QRIS dalam sistem pembayaran terhadap marketing kewirausahaan

Niken Viona Patrisia<sup>1</sup>, Vina Rismayani<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Islam Negeri Raden Intan, Lampung, Indonesia  
[vinarismayani55@gmail.com](mailto:vinarismayani55@gmail.com)<sup>2</sup>

### ABSTRACT

Entrepreneurial marketing is an important strategy for business actors in creating product excellence and innovation that can answer consumer needs while increasing competitiveness in the market. In the digital era, the use of technology in marketing activities is a crucial aspect, one of which is implementing a digital payment system based on the Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS). QRIS provides various benefits for business actors, such as reducing the risk of counterfeit money, preventing the need to provide change, recording transactions automatically, separating personal and business finances, and simplifying the financial reconciliation process. In technology-based entrepreneurship, five marketing concepts can be applied to support business effectiveness. This article aims to review the importance of QRIS integration in entrepreneurial marketing strategies and present ideas for community service in the form of QRIS usage training for MSME actors. Thus, this article is expected to be a reference in efforts to educate and empower business actors to be more adaptive to the development of digital technology in entrepreneurship.

### ARTICLE INFO

#### Article History:

Received: 9 Dec 2022

Revised: 24 May 2023

Accepted: 2 Jun 2023

Available online: 13 Jun 2023

Publish: 23 Jun 2023

#### Keywords:

entrepreneurial marketing; QRIS;  
reconciliation; technology

#### Open access

Jurnal Abmas

is a peer-reviewed open-access journal

### ABSTRAK

Marketing kewirausahaan merupakan strategi penting bagi pelaku usaha dalam menciptakan keunggulan produk serta inovasi yang dapat menjawab kebutuhan konsumen sekaligus meningkatkan daya saing di pasar. Di era digital, pemanfaatan teknologi dalam kegiatan pemasaran menjadi aspek krusial, salah satunya melalui penerapan sistem pembayaran digital berbasis Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS). Penggunaan QRIS memberikan berbagai manfaat bagi pelaku usaha, seperti mengurangi risiko uang palsu, tidak perlu menyediakan uang kembalian, transaksi tercatat secara otomatis, memisahkan keuangan pribadi dan usaha, hingga mempermudah proses rekonsiliasi keuangan. Dalam konteks kewirausahaan berbasis teknologi, terdapat lima konsep pemasaran yang dapat diterapkan untuk mendukung efektivitas bisnis. Artikel ini bertujuan untuk mengulas pentingnya integrasi QRIS dalam strategi marketing kewirausahaan, serta menyajikan gagasan pengabdian masyarakat dalam bentuk pelatihan penggunaan QRIS kepada pelaku UMKM. Dengan demikian, artikel ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam upaya edukasi dan pemberdayaan pelaku usaha agar lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi digital dalam dunia kewirausahaan.

**Kata Kunci:** marketing kewirausahaan, QRIS; rekonsiliasi; teknologi

### How to cite (APA Style)

Patrisia, V., & Rismayani, V. (2023). Peran penting QRIS dalam sistem pembayaran terhadap marketing kewirausahaan. *Jurnal Abmas*, 23(1), 17-22.

### Peer review

This article has been peer-reviewed through the journal's standard double-blind peer review, where both the reviewers and authors are anonymised during review.

### Copyright

2023, Niken Viona Patrisia, Vina Rismayani. This an open-access is article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International (CC BY-SA 4.0) <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original author, and source are credited. \*Corresponding author: [vinarismayani55@gmail.com](mailto:vinarismayani55@gmail.com)

## INTRODUCTION

Kewirausahaan merupakan usaha seseorang yang menjualkan produknya 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 seorang wirausaha dalam menghadapi berbagai permasalahan terkait dalam usaha mendapatkan peluang usaha yang dilakukan. Maka dalam setiap kegiatan kewirausahaan pasti memiliki strategi untuk usaha tersebut 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 modal usaha, kualitas produk, dan pemasaran. Marketing kewirausahaan berpengaruh agar perusahaan dapat bertahan dalam persaingan, memberikan inspirasi pelanggan, relevansi, kepuasan dan loyalitas di lingkungan pasar (Alareeni *et al.* 2022). Meskipun pada dasarnya marketing Kewirausahaan ini tetap memiliki risiko sehingga terdapat beberapa orang yang tidak terlalu memprioritaskan marketing kewirausahaan ke dalam kegiatan usahanya (Sadiku-Dushi *et al.*, 2019).

Strategi pemasaran dalam era 4.0, masyarakat kini semakin mengadopsi teknologi dalam berbelanja *online*, melakukan transaksi *online*, dan berbagai aktivitas lainnya. Pemanfaatan teknologi dalam marketing menjadi upaya yang sangat mungkin dilakukan dalam kegiatan kewirausahaan serta memudahkan konsumen untuk melakukan transaksi (Krisnawati, 2018; Mustika, 2019). Oleh karena itu, banyak pengusaha saat ini memasarkan produk mereka melalui platform *online*. Selain itu, semakin banyak pengusaha yang menerapkan sistem pembayaran dengan menggunakan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) karena dinilai lebih praktis dan tidak rumit (Setiawan & Mahyuni, 2020).

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. Melalui pendekatan marketing kewirausahaan yang menggabungkan strategi pemasaran dan penggunaan teknologi, pelaku usaha diharapkan dapat meningkatkan daya saing dan menjangkau pasar yang lebih luas. Artikel ini merupakan bagian dari tahapan pengabdian. Pengabdian yang dimaksud berkaitan dengan pelatihan dan pemanfaatan penggunaan QRIS sebagai bagian dari upaya marketing kewirausahaan.

## METHODS

Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif 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 mempengaruhi pemasaran kewirausahaan dalam konteks pembayaran digital.

## RESULTS AND DISCUSSION

### **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 memberikan kepuasan konsumen sebagai alat transaksi (Silalahi *et al.*, 2022). QRIS juga memberikan perbedaan pendapatan untuk beberapa UMKM lainnya (Carera *et al.*, 2022).

Berdasarkan informasi yang disampaikan oleh Bank Indonesia (BI) QRIS memiliki beberapa karakteristik yang diidentifikasi melalui akronim "UNGGUL," yang merujuk pada (lihat: [https://www.bi.go.id/en/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/SP\\_216219.aspx](https://www.bi.go.id/en/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/SP_216219.aspx)):

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.

Standarisasi QR Code dengan QRIS memberikan berbagai manfaat, termasuk:

1. 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.
2. 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.

QRIS memiliki peran penting dalam memfasilitasi pembayaran digital dan memberikan manfaat baik bagi pengguna aplikasi pembayaran maupun pedagang. Implementasi penggunaan QRIS pada kegiatan kewirausahaan, pada beberapa kasus meningkatkan penjualan dan juga kepuasan pelanggan ketika bertransaksi (Wahyudin *et al.*, 2022). Para pelaku usaha merasa aman menggunakan QRIS karena dapat 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 (Afriyanti, 2022).

Dilansir dari berbagai sumber, tahapan membuat QRIS dapat diikuti dengan mudah oleh berbagai kalangan selama jenis usaha yang dilakukan dan persyaratannya lengkap. Berikut merupakan langkah-langkah yang dapat dilakukan ketika akan membuat QRIS khususnya untuk para pelaku usaha (lihat: <https://gopay.co.id/blog/buat-qr-is-gratis>).

Langkah-langkah umum untuk membuat QRIS:

1. Pilih PJP: Pilih PJP yang sesuai dengan kebutuhan usaha yang dijalani. PJP dapat berupa bank, fintech, atau lembaga keuangan lainnya yang telah terdaftar di Bank Indonesia. Pelaku usaha, perlu memeriksa PJP yang akan digunakan.

2. Daftar sebagai *Merchant*: Lakukan pendaftaran *online* atau *offline* melalui situs web atau aplikasi PJP yang dipilih. Tergantung pilihan pelaku usaha.
3. Siapkan dokumen yang dibutuhkan: Paling umum ditanyakan adalah KTP, NPWP, surat keterangan usaha, dan foto lokasi usaha.
4. Isi formulir: Isi formulir pendaftaran dengan lengkap dan benar.
5. Verifikasi: Verifikasi identitas dan usaha sesuai dengan prosedur yang ditetapkan oleh PJP. Pada tahap ini memerlukan beberapa waktu.
6. Tunggu pengaktifan: Tunggu pengaktifan akun *merchant* dan kode QRIS dari PJP.
7. Cetak dan Pasang: Cetak kode QRIS yang diberikan dan pasang di lokasi usaha.

### **Pemanfaatan QRIS sebagai Bagian dari Marketing Kewirausahaan**

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. Namun pada pelaksanaannya banyak yang masih ragu dengan keamanan QRIS serta dianggap masih rumit dalam pembuatannya. Padahal apabila menelisik lebih jauh di lapangan, sebetulnya penggunaan QRIS memudahkan transaksi dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Pada beberapa kasus, terdapat beberapa orang yang terkadang tidak memegang uang tunai sehingga memutuskan untuk menggunakan QRIS untuk pembayaran. QRIS sebagai bagian dari marketing kewirausahaan dapat menjadi opsi pembayaran tambahan dan dapat menjadi bagian dari penerapan teknologi dan daya tarik bagi pelanggan ketika akan membeli suatu produk tertentu (Maryanti, 2020). QRIS tidak hanya berfungsi sebagai alat pembayaran, tetapi juga dapat menjadi bagian dari strategi pemasaran yang memberi nilai tambah dalam kegiatan kewirausahaan. Penggunaan QRIS memberi kesan bahwa usaha tersebut sudah modern, praktis, dan mengikuti perkembangan zaman, yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen.

### **Gagasan Pengabdian kepada Masyarakat Pemanfaatan QRIS untuk Pelaku Usaha**

Melalui pengabdian kepada masyarakat, pelatihan penggunaan QRIS dapat menjadi sarana pemberdayaan masyarakat pelaku usaha agar siap menghadapi tantangan pasar digital saat ini. Pelatihan yang dirancang dapat mencakup materi pengenalan QRIS, manfaat dan fitur, langkah-langkah pembuatan QRIS melalui PJSP resmi, serta pengintegrasian QRIS ke dalam strategi marketing usaha secara menyeluruh. Marketing kewirausahaan menjadi hal penting untuk dilakukan agar dapat meningkatkan daya tarik produk usaha yang ditawarkan. Selain itu, pelatihan juga dapat disertai dengan praktik langsung seperti simulasi transaksi digital, cara memantau riwayat transaksi, dan pemisahan keuangan pribadi dan bisnis menggunakan QRIS. Pendekatan ini tidak hanya memberi pemahaman teoritis, tetapi juga perlu meningkatkan keterampilan teknis pelaku usaha dalam mengadopsi teknologi. Gagasan pengabdian masyarakat dalam bentuk pelatihan QRIS ini menjadi langkah strategis dalam mendorong literasi digital pelaku usaha, sekaligus memperkuat ekosistem kewirausahaan berbasis teknologi di tingkat lokal

## **CONCLUSION**

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 *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* 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.

Pemanfaatan QRIS sebagai bagian dari strategi marketing kewirausahaan menjadi langkah penting dalam mendorong adaptasi teknologi di kalangan pelaku usaha. Sebagai sistem pembayaran digital yang praktis, aman, dan efisien, selain mempermudah transaksi, QRIS juga memperkuat citra usaha dengan kesan yang lebih modern dan profesional. Melalui gagasan kegiatan pengabdian masyarakat berupa pelatihan penggunaan QRIS sebagai bagian dari strategi marketing kewirausahaan, pelaku usaha dapat memperoleh pemahaman dan keterampilan teknis yang dibutuhkan untuk mengadopsi pemanfaatan teknologi dalam kegiatan kewirausahaan yang dilakukan. Pelatihan ini juga dapat menjadi sarana pemberdayaan masyarakat khususnya pelaku usaha yang relevan dengan kebutuhan pasar digital saat ini. Dengan demikian, integrasi QRIS dalam kegiatan kewirausahaan tidak hanya meningkatkan efisiensi usaha, tetapi juga menjadi bagian penting dalam membangun ekosistem bisnis yang inovatif dan berkelanjutan.

### **AUTHOR'S NOTE**

Penulis menyatakan bahwa tidak ada konflik kepentingan terkait publikasi artikel ini. Penulis menegaskan bahwa data dan isi artikel bebas dari plagiarisme.

### **REFERENCES**

- Afriyanti, D. (2022). Dampak penggunaan QRIS pada UMKM di kota Pekanbaru dalam rangka mendorong perkembangan ekonomi digital. *Jurnal Khazanah Ulum Perbankan Syariah (JKUPS)*, 7(1), 1-6.
- Alareeni, B., Hamdan, A., Hamdan, R., & Shoaib, H. M. (2022). Marketing and entrepreneurship: Challenges and opportunities. *Journal of Strategic Marketing*, 2022(1), 1-8.
- Carera, W. B., Gunawan, D. S., & Fauzi, P. (2022). Analisis perbedaan omset penjualan UMKM sebelum dan sesudah menggunakan QRIS di Purwokerto. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi*, 24(2), 48-57.
- Krisnawati, D. (2018). Peran perkembangan teknologi digital pada strategi pemasaran dan jalur distribusi UMKM di Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 6(1), 69-74.
- Mayanti, R. (2020). Faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan user terhadap penerapan Quick Response Indonesia Standard sebagai teknologi pembayaran pada dompet digital. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 25(2), 123-135.
- Mustika, M. (2019). Penerapan teknologi digital marketing untuk meningkatkan strategi pemasaran snack tiwul. *Journal Scientific and Applied Informatics*, 2(2), 165-171.
- Sadiku-Dushi, N., Dana, L. P., & Ramadani, V. (2019). Entrepreneurial marketing dimensions and SMEs performance. *Journal of Business Research*, 100(1), 86-99.
- Setiawan, I. W. A., & Mahyuni, L. P. (2020). QRIS di mata UMKM: Eksplorasi persepsi dan intensi UMKM menggunakan QRIS. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 10(9), 921-946.

- Silalahi, P. R., Tambunan, K., & Batubara, T. R. (2022). Dampak penggunaan QRIS terhadap kepuasan konsumen sebagai alat transaksi. *Ulil Albab: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(2), 122-128.
- Wahyudin, N., Herlissha, N., Christianingrum, C., & Aldiesi, D. R. (2022). The utilization of e-commerce and QRIS as digital payment tools to improve sales performance through competitive advantage in MSME. *Journal of Consumer Sciences*, 7(2), 135-148.