

Pengaruh Penggunaan QRIS terhadap Perilaku Konsumen

Johan Rahadi¹, Angel Agrecia, Glorya Putri Alisia P.³, Vella Gisella Valecia⁴, Fitri Ayu Nofirda⁵

^{1,2,3,4,5} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Riau

E-mail : johanrahadi22@gmail.com¹, fitriayunofirda@umri.ac.id²

Abstrak

Kemajuan teknologi informasi semakin berkembang seiring dengan berjalannya waktu. Salah satu cara penerapan teknologi informasi dan pertumbuhan keberadaan transaksi pembayaran non-tunai dikenal dengan ekonomi digital yang dapat meningkatkan kemajuan teknologi karena semakin efektif dan efisien dari waktu ke waktu. Kemajuan teknologi ini berupa alat pembayaran digital yang sangat berguna untuk mempercepat proses pembayaran. Qris adalah standar kode respon cepat indonesia yang merupakan standar kode qr nasional sebagai media pembayaran kode qr di indonesia yang diluncurkan oleh bank indonesia. Dengan satu e-wallet dapat digunakan untuk pembayaran beberapa merchant seperti link aja, gopay, ovo, dana, shopeepay, dan lainnya. Metode yang dilakukan untuk menyelesaikan artikel ini adalah google scholar database. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perubahan perilaku konsumen terhadap penggunaan qris yang memudahkan konsumen dalam melakukan pembayaran produk yang dibeli.

Kata Kunci : QRIS, QR, E-Wallet

Abstract

Advances in information technology are increasingly developing as time goes by. One way of implementing information technology and the growth in the existence of non-cash payment transactions is known as the digital economy, which can increase technological progress because it becomes more effective and efficient over time. This technological advancement is in the form of a digital payment tool which is very useful for speeding up the payment process. Qris is the indonesian quick response code standard which is the national qr code standard as a qr code payment medium in indonesia which was launched by bank indonesia. One e-wallet can be used to pay several merchants such as link aja, gopay, ovo, dana, shopeepay, and others. The method used to complete this article is the google scholar database. The research results show that changes in consumer behavior towards using qris make it easier for consumers to make payments for purchased products.

Keywords : QRIS, QR, E-Wallet

PENDAHULUAN

Qris merupakan singkatan dari Quick Response Code Indonesian Standard. Qris merupakan suatu standar sistem pembayaran berbasis QR Code yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia. Qris merupakan kombinasi berbagai QR Code dari berbagai penyelenggaraan jasa sistem pembayaran atau (PJSP), dimana hanya memiliki satu merchant Qris dari salah satu penerbit maka pemilik merchant sudah melakukan transaksi non-tunai berbasis QR Code dari penerbit yang berbeda-beda. Adanya Qris menjadikan transaksi jual beli secara non-tunai menjadi lebih cepat dan mudah. Penggunaan Qris merupakan salah satu trend positif bagi pelaku usaha dan konsumen (Bagus Prasasta Sudiarmika & Ayu Oka Martini, 2022).

Sistem Qris memberikan pembayaran yang cepat, tepat dan aman mendukung transformasi digital pada bidang bisnis. Transformasi digital bagian dari aktivitas bisnis dan organisasi, proses, kompetensi dan model untuk transformasi maksimum dari perubahan dan peluang campuran teknologi dan memberikan dampak percepatan pada masyarakat dengan cara yang strategis dan diprioritaskan.

Menurut penelitian yang diterbitkan (Juan & Indrawati, 2023), Banyak masyarakat yang memanfaatkan pembayaran menggunakan Qris, menurut informasi yang dikutip dari Gubernur BI Perry Wajiyono dan Mirza Adityaswara, Presiden Direktur Institut Perbankan Indonesia. Pada tahun 2020, terdapat 124 juta transaksi Qris, lalu pada tahun 2021, jumlah tersebut meningkat signifikan menjadi 375 juta transaksi. Selanjutnya, volume transaksi QRIS secara nasional meningkat menjadi 1 miliar pada tahun 2022, meningkat 117,59% dibandingkan tahun 2021. Kemudian pada Februari 2023 Bank Indonesia (BI) melaporkan bahwa, total transaksi QRIS meningkat menjadi Rp99,98 triliun atau meningkat 261,81% dan 24,9 juta pedagang kini menggunakan QRIS, Sedangkan secara keseluruhan tercatat 30,87 juta orang yang terdaftar sebagai pengguna QRIS.

Uang ialah alat bertransaksi yang sah untuk pembelian barang serta jasa. Majunya teknologi pada sistem pembayaran menggeser fungsi uang tunai menjadi non-tunai. Hal ini menggambarkan keinginan besar masyarakat dalam menggunakan uang elektronik. Uang digital memiliki kekuatan sebagai alat pengganti uang tunai sebagai alat pembayaran, pemerintah mensupport perubahan sistem pembayaran elektronik (Ramadani Silalahi et al., 2022).

Perkembangan teknologi tumbuh begitu pesat dan menjadi suatu hal yang tidak bisa dihindari sebab kemajuan teknologi berjalan beriringan dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan peradaban manusia. Dengan adanya perkembangan teknologi ini, masyarakat dituntut untuk cepat beradaptasi dalam menghadapi perubahan yang ada. Salah satu sektor yang ikut mengalami penyesuaian dengan perkembangan teknologi saat ini adalah sektor keuangan. Sehingga, membentuk sebuah ekosistem baru yaitu cashless society atau suatu perubahan dalam proses transaksi tunai menjadi non-tunai (OJK, 2019).

Industri teknologi mengalami kemajuan yang lambat sehingga membiasakan masyarakat dalam melakukan transaksi keuangan, terutama pembayaran internal bentuk digital atau yang dikenal dengan Financial Technology sejak beberapa tahun yang lalu. Kemudian, sudah ditetapkan transaksi non tunai atau yang disebut uang elektronik (E-Money) mengalami perkembangan pesat. Dengan kemajuan dan kemudahan penggunaan teknologi dalam pembayaran digital, muncul layanan baru yang disebut dompet digital (e-wallet), yang merupakan penerus uang elektronik atau e-money.

QRIS

Qris di sahkan oleh salah satu Bank di Indonesia yaitu, Bank Indonesia dengan tujuan sebagai upaya menjadikan transaksi pembayaran digital di Indonesia terfasilitasi dengan baik. Asosiasi Pembayaran Indonesia atau API selaku badan pengawas bersama yang mengembangkan Qris yang menyampaikan Code etik tersebut QR standar bertujuan untuk mengamankan pembayaran digital, mendukung kemajuan ekonomi, dan peningkatan akses digital terhadap layanan keuangan. QR Code pada Qris berfungsi untuk memungkinkan segala jenis transaksi dilakukan secara digital dapat difasilitasi dengan baik.

Qris (Quick Response Code Indonesia Standard) adalah standar QR Code untuk sistem pembayaran yang dikembangkan oleh Bank Indonesia dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (API). Sebelum menerapkan Qris, merchant harus menyediakan beberapa aplikasi pembayaran di tokonya. Konsumen yang membayar secara non tunai harus memastikan aplikasi pembayarannya tersedia di pedagang. Namun dengan penerapan Qris merchant tidak perlu menyiapkan banyak aplikasi pembayaran, hanya menyediakan satu QR Code di toko dan QR Code tersebut dapat dipindai oleh konsumen dengan berbagai aplikasi pembayaran di telepon pintar (Sihaloho et al., 2020). Bank Indonesia mengusung tema “ SUPERIOR “ dari keberadaan Qris. Arti kata luar biasa adalah :

- a) Universal. Universal disini maksud nya Qris dapat digunakan oleh seluruh lapisan masyarakat dan bisa digunakan dalam dan luar negeri.
- b) Mudah. Transaksi dapat dilakukan dengan mudah dan aman dalam satu genggam.
- c) Keuntungan. Qris sangat efisien, hanya dengan satu QR Code sudah bisa digunakan untuk semua aplikasi.
- d) Secara Langsung. Sistem Pembayaran dapat dilakukan dengan cepat dan instan.

QR

Kode QR merupakan salah satu jenis code matriks atau kode dua dimensi yang dikembangkan oleh Denso Wave dari perusahaan Jepang dan diterbitkan pada tahun 1994 dengan fungsi utama nya adalah mudah dibaca oleh alat pemindai. Code QR mampu menyimpan informasi secara horisontal dan vertikal, oleh karena itu code QR secara otomatis dapat menampung lebih banyak informasi (Mulyana & Wijaya, 2018).

Sistem QR Code di Qris menggunakan Merchant Presented Mode (MPM) dan didukung spesifikasi interkoneksi antar penyelenggara. Jadi, saat melakukan transaksi pengguna cukup scan QR yang tersedia di merchant (pelaku usaha) yang ada bekerja sama dengan penyedia jasa sistem pembayaran (PJSP) dan kasir yang memadai menyatukan status transaksi aplikasi. Standar Code QR nasional melalui QRIS memberikan banyak manfaat, antara lain (Hutagalung et al., 2021):

- a) Bagi pengguna aplikasi pembayaran:
 - 1. Lebih cepat dan kekinian
 - 2. Tidak perlu repot membawa uang tunai
 - 3. Aman dan terlindungi karena semua PJSP penyelenggara QRIS memiliki izin dan diawasi oleh bank Indonesia secara pasti
 - 4. Pengeluaran tercatat
- b) Bagi merchant:
 - 1. Transaksi tercatat dan langsung masuk ke rekening sehingga dapat dengan mudah di monitor dan di awasi perusahaan
 - 2. Mampu meningkatkan branding
 - 3. Lebih praktis karena hanya cukup menggunakan satu QRIS
 - 4. Mudah dan bebas biaya bagi usaha mikro

E-WALLET

Menurut penelitian yang diterbitkan (Ardhia Rahmania et al., 2022), E-Wallet adalah aplikasi yang memungkinkan seseorang melakukan transaksi e-commerce dengan menyimpan informasi di kartu kredit nya. Pembayaran melalui E-wallet dianggap sebagai salah satu metode transaksi yang paling menonjol saat ini karena transaksi elektronik menggunakan E-wallet memiliki keunggulan berupa kemudahan, sinkronisasi dan perlindungan. Seiring dengan meningkat nya jumlah sistem pembayaran elektronik, E-wallet menjadi populer dan menyediakan sejumlah besar layanan disektor pesan antar makanan dan pembayaran tagihan. Tidak hanya menguntungkan bagi pembeli, pedagang menerima E-wallet sebagai metode pembayaran karena pemrosesan transaksi nya yang tercepat, pengelolaan kas yang efisien, dan biaya tenaga kerja yang lebih rendah.

Menurut peraturan bank Indonesia no 16/8/PBI/2014, uang elektronik atau E- wallet adalah alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur sebagai berikut:

- a) Diterbitkan berdasarkan nilai uang yang disetorkan terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit.
- b) Nilai uang yang di simpan secara elektronik dalam media seperti server
- c) Digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan penerbit uang elektronik
- d) Nilai uang elektronik yang dikelola penerbit bukan merupakan titipan sebagaimana dimaksud dalam UUD yang mengatur perbankan.

METODE

Pendekatan deskriptif kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini untuk menciptakan gambaran luas dan utuh mengenai skenario nyata, merupakan strategi untuk mengkarakterisasi dan menafsirkan makna data yang dikumpulkan dengan melihat dan mendokumentasikan sebanyak mungkin komponen suatu peristiwa pada saat itu. Untuk menentukan sumber mana yang akan ditanyakan dalam kajian ini menggunakan *purposive Sampling*. Informan ialah Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Riau, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen. Melakukan penelitian melalui wawancara dan studi literature akan menjadi teknik pengumpulan data yang digunakan. Teknik pengkodean adalah suatu metode pengkodean data yang digunakan untuk mempercepat proses analisis data.

Responden diwawancarai secara langsung sebagai bagian dari instrumen penelitian. Peneliti berkomunikasi dengan responden secara lisan untuk mendapatkan informasi pada saat wawancara. Peneliti membuat serangkaian pertanyaan studi formal. Peneliti kemudian melakukan wawancara dengan informan. Wawancara online atau tatap muka keduanya dimungkinkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ada perubahan penting dalam cara bisnis berinteraksi sejak kode Respon Cepat diintegrasikan kedalam Sistem Informasi Kode QR (QRIS). Kami mengeksplorasi berbagai aspek teknologi ini dan bagaimana pengaruhnya terhadap perilaku pelanggan.

1. Kenyamanan dan Aksesibilitas

Menurut (Tjiptono, 2002), kenyamanan bertransaksi menjadikan persepsi pelanggan terhadap waktu dan biaya untuk mengadakan sebuah transaksi. Pelayanan ini berfokus pada hak-hak yang didapatkan pelanggan. Kemudahan dalam sebuah proses transaksi akan menjadi nilai tambah tersendiri bagi konsumen.

Meningkatkan kenyamanan pelanggan adalah salah satu manfaat utama penerapan QRIS. Peserta percakapan bahwa kode QR memudahkan pencarian informasi dengan cepat, sertas penawaran dan promosi. Produk dan layanan lebih sering digunakan karena betapan sederhananya memindai kode dengan ponsel cerdas.

2. Pengaruh Terhadap Keputusan Pembelian

Dari diskusi dengan peserta menunjukkan bahwa QRIS jelas mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Pelanggan dapat memperoleh informasi tambahan secara langsung dengan *scan* kode QR yang terdapat pada iklan atau pada kemasan produk. Dengan menawarkan wawasan mengenai spesifikasi produk, ulasan, atau bahkan kebijakan keberlanjutan, keterbukaan ini dapat mengubah persepsi dan pilihan pelanggan yang pada akhirnya mempengaruhi pengambilan keputusan.

3. Pemasaran dan Promosi

Promosi adalah suatu bentuk aktivitas komunikasi pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran atau perusahaan (Solihat, 2018). (Tjiptono, 2008) Mendefinisikan promosi adalah hal yang dapat membuat konsumen bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk perusahaan. (Kotler, 2001) Menyebutkan tujuan promosi penjualan yaitu : a) meningkatkan penjualan, b) mendorong pembelian, c) mendapatkan pelanggan baru.

Semua sepakat bahwa QRIS kini menjadi instrument yang sangat berguna untuk promosi dan pemasaran. Perusahaan menggunakan kode QR dengan cara yang inovatif, seperti skema loyalitas, promosi, interaktif, dan diskon khusus. Konsumen lebih cenderung berinteraksi dengan merek yang menggunakan teknik QRIS ketika mereka terpicu oleh janji penawaran individual.

4. Transaksi Tanpa Kontak dan Masalah Keamanan

Kenyamanan dalam menggunakan jasa atau melakukan pembayaran tanpa harus bertemu langsung dan tanpa harus membawa uang cash berpengaruh besar terhadap bagaimana pelanggan berperilaku.

5. Privasi dan Keamanan Data

Menurut penelitian yang diterbitkan (Amar Sabila, 2023), keamanan secara umum dapat diartikan sebagai keadaan bebas dari bahaya. Pengertian ini sangat luas dan meliputi rasa terlindung seseorang dari kejahatan baik disengaja maupun tidak disengaja seperti bencana alam. Sedangkan ancaman keamanan didefinisikan sebagai sebuah keadaan, kondisi atau peristiwa yang berpotensi terhadap data atau jaringan yang dapat berupa kerusakan, kebocoran, perubahan serta penyalahgunaan data.

Di sisi lain, pernyataan mengenai keamanan data dan privasi pun muncul. Kekhawatiran mengenai eksploitasi data pribadi yang diperoleh melalui kode QR disuarakan oleh beberapa individu. Saat menerapkan QRIS, menemukan keseimbangan antara keamanan dan kenyamanan data pelanggan terbukti menjadi hal yang sangat penting.

SIMPULAN

Istilah QRIS, yang merupakan singkatan dari *Quick Response Code Indonesia Standard*, pada dasarnya menggambarkan kode batang dua dimensi yang dapat dipindai untuk sejumlah fungsi, termasuk pemrosesan pembayaran dan akses informasi. Kode QR dapat digunakan secara berbeda di berbagai bisnis dan wilayah geografis.

Ada beberapa cara penerapan QRIS telah mengubah perilaku pelanggan. Pertimbangan penting mencakup kemudahan penggunaan, dampak terhadap pilihan pembelian, potensi pemasaran, dan peran dalam transaksi tanpa kontak fisik. Meskipun demikian, perhatian berkelanjutan terhadap masalah privasi data sangat penting untuk menjaga kepercayaan untuk memastikan kesuksesan QRIS yang berkelanjutan.

Pada akhirnya, ada banyak variabel yang mempengaruhi bagaimana pemanfaatan QRIS mempengaruhi perilaku pelanggan. Secara keseluruhan, kecepatan, keamanan, dan kemudahan penggunaan QRIS mungkin akan menarik rasa nyaman pelanggan dalam melakukan pembayaran dan berpartisipasi dalam pemasaran. Namun, untuk mengevaluasi perubahan lingkungan QRIS dan konsekuensinya terhadap perilaku konsumen, diperlukan studi dan pemantauan lebih lanjut.

DAFTAR PUSTAKA

- Amar Sabila, S. (2023). *Pengaruh kepercayaan, keamanan dan kenyamanan terhadap minat bertransaksi menggunakan finansial teknologi qris pada aplikasi bsi*.
- Ardhia Rahmania, D., Farchan Agil, M., Siswanto, S. A., & Datumaya Wahyudi Sumari, A. (2022). Pemanfaatan Video Edukasi Untuk Meningkatkan Literasi Digital Masyarakat Pada E-Wallet Di Masa Pandemi. *Jurnal Mnemonic*, 5(2), 136–144. <https://doi.org/10.36040/mnemonic.v5i2.4825>
- Bagus Prasasta Sudiarmika, N., & Ayu Oka Martini, I. (2022). Faktor-Faktor Mempengaruhi Niat Pelaku Umkm Kota Denpasar Menggunakan Qris. *Jmm Unram - Master of Management Journal*, 11(3), 239–254. <https://doi.org/10.29303/jmm.v11i3.735>
- Hutagalung, R. A., Nainggolan, P., & Panjaitan, P. D. (2021). Analisis Perbandingan Keberhasilan UMKM Sebelum Dan Saat Menggunakan Quick Response Indonesia Standard (QRIS) Di Kota Pematangsiantar. *Jurnal Ekuilnomi*, 3(2), 94–103. <https://doi.org/10.36985/ekuilnomi.v3i2.260>
- Juan, E., & Indrawati, L. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Melakukan Pembayaran Menggunakan Qris. *K&K_Jurnal Manajemen*, 2(1), 313–325.
- Kotler, A. (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Edisi Kedu). Erlangga.
- Mulyana, A., & Wijaya, H. (2018). Perancangan E-Payment System pada E-Wallet Menggunakan Kode QR Berbasis Android. *Komputika : Jurnal Sistem Komputer*, 7(2), 63–69. <https://doi.org/10.34010/komputika.v7i2.1511>
- OJK. (2019). *HIDUP PRAKTIS ALA CASHLESS SOCIETY*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan. <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/20557>
- Ramadani Silalahi, P., Tambunan, K., & Ramadhany Batubara, T. (2022). Dampak

- Penggunaan QRIS Terhadap Kepuasan Konsumen Sebagai Alat Transaksi. *ULIL ALBAB : Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(2), 122–128.
- Sihaloho, J. E., Ramadani, A., & Rahmayanti, S. (2020). Implementasi Sistem Pembayaran Quick Response Indonesia Standard Universitas Sumatera Utara (1)(2)(3). *Manajemen Bisnis*, 17(2), 287–297. <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/magister-manajemen/>
- Solihat, A. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Pelayanan. *Ilmu Komunikasi*, 5 No.1(1), 1–15.
- Tjiptono, F. (2002). Strategi Pemasaran. In *Yogyakarta : Andi*.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran* (Edisi III). Andi Offset.