

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai sektor, termasuk dalam sistem pembayaran. Transformasi digital ini menciptakan efisiensi dan transparansi dalam proses transaksi, serta mengubah kebiasaan masyarakat dari pembayaran tunai ke non-tunai. Salah satu bukti konkret dari digitalisasi pembayaran di Indonesia adalah meningkatnya penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS). Menurut data Bank Indonesia, hingga akhir 2023, jumlah merchant yang telah menggunakan QRIS mencapai lebih dari Rp.30 juta, dengan mayoritasnya adalah pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Digitalisasi pembayaran seperti QRIS membawa berbagai manfaat bagi pelaku usaha, seperti percepatan proses transaksi, pencatatan yang lebih akurat, dan kemudahan dalam mengakses pasar digital.¹

QRIS adalah standar QR code pembayaran nasional yang dikembangkan oleh Bank Indonesia dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI). QRIS dirancang untuk menyatukan berbagai metode pembayaran digital dalam satu kode yang dapat digunakan oleh semua penyedia layanan pembayaran. Tujuan utama dari QRIS adalah memudahkan konsumen dan pelaku usaha dalam melakukan

¹ Bank Indonesia. (2023). *Statistik Sistem Pembayaran dan Infrastruktur Pasar Keuangan*. Diakses dari: <https://www.bi.go.id>

transaksi nontunai. Bagi UMKM, QRIS memberikan solusi praktis dan efisien dalam menerima pembayaran tanpa harus memiliki banyak alat atau akun dari berbagai *platform*. Richard L. Daft juga mengungkapkan bahwa mudahnya sistem pembayaran yang secara elektronik dan mudah digunakan memiliki standarisasi yang jelas dan nilai plus pada penggunaannya akan lebih dipercaya.² Sebuah sistem pembayaran dapat dikatakan mudah apabila meningkatkan produktivitas dan membuat proses transaksi lebih efisien dan efektif.³

Pemerintah dan Bank Indonesia terus mendorong adopsi QRIS melalui berbagai kebijakan dan program edukasi untuk mempercepat transformasi digital sektor UMKM serta mendukung inklusi keuangan nasional.⁴ Tahu Takwa POO merupakan salah satu pelaku UMKM yang bergerak di sektor kuliner khas Kota Kediri, berdiri sejak tahun 1970 dan berlokasi di Jl. Yos Sudarso No.36, Kecamatan Kota, Kediri. Usaha ini dikenal luas karena memproduksi berbagai olahan tahu seperti tahu pong, tahu takwa, stik tahu, dan kerupuk tahu. Dari hasil observasi, diketahui bahwa Tahu Takwa POO memiliki skala usaha yang lebih besar dibandingkan dengan beberapa UMKM sejenis di lokasi yang sama, seperti Tahu Takwa LTT dan Tahu Takwa LTH. Outlet ini menjangkau pasar lebih luas dengan penjualan tidak hanya secara langsung di toko fisik, tetapi juga melalui marketplace (Shopee, GoFood) dan bekerja sama dengan jasa pengiriman. Sistem

² Ricard, *Era Baru Manajemen*, (Jakarta : Salemba Empat, 2010)

³ Gefen, *Trust And TAM In Online Shopping*, (Indonesia : 2008)

⁴ Bank Indonesia & ASPI. (2020). *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*. Diakses dari: <https://www.bi.go.id>

pembayaran yang digunakan pun sudah modern, yaitu dengan menyediakan QRIS, berbeda dari pesaing lain yang masih dominan menggunakan pembayaran tunai.

⁵Berikut data UMKM Tahu Takwa di Kediri dan hasil penjualan perbulan

Tabel 1.1
Data UMKM Tahu Takwa
di Kecamatan Kota Kediri
Tahun 2024

No.	Nama UMKM	Alamat	Tahun Berdiri	Hasil Penjualan Perbulan/ Pcs
1	Tahu Takwa POO	Jl. Yos Sudarso No.36 Kec. Kota, Kota Kediri - Jawa Timur	1970	Rp. 50.400.000,-
2	Tahu Takwa LTT	Jl. Yos Sudarso No.44 Kec. Kota, Kota Kediri - Jawa Timur	2013	RP. 25.535.000,-
3	Pusat Tahu Takwa GTT	Jl. Yos Sudarso No.202/192 Kec. Kota, Kota Kediri - Jawa Timur	2013	Rp. 26.375.510,-
4	Tahu Takwa LKK	Jl. Pattimura No.61 Kec. Kota, Kota Kediri - Jawa Timur	2015	Rp. 32.750.000,-
5	Tahu Takwa LTH	Jl. Pattimura No.64 Kec. Kota	2013	Rp. 20.190.991,-

⁵ Hasil Observasi dan Wawancara Pemilik Tahu Takwa Poo, 7 Juni 2024.

		Kota Kediri - Jawa Timur		
6	Tahu Takwa & Pong Soponyono	Jl. Pattimura No.69 Kec. Kota, Kota Kediri - Jawa Timur	2015	Rp. 15.510.000,-
7	Tahu dan Takwa Bah Kacung Cakrawijaya	Jl. Trunojoyo No.59 Kec. Kota, Kota Kediri - Jawa Timur	1912	Rp. 30.141.751

Sumber : Hasil Observasi⁶

Tabel 1.2
Data Perbandingan UMKM Tahu Takwa
Di Kecamatan Kota – Kota Kediri
Tahun 2024

Nama Tahu	4 P
Tahu Takwa POO	1. Produk : tahu pong, tahu takwa, tahu goreng, stik tahu, tahu kriuk, kerupuk tahu, kembang tahu, gethuk pisang. 2. Harga : Rp 3.000 – Rp 10.000 3. Tempat : outlet, Shopee, Gofood 4. Promosi : secara langsung, kemasan, Fb, IG. 5. Pengiriman : J&T, Antar aja, JNE, Ninja, Sicepat 6. Pembayaran : cash, QRIS
Tahu Takwa LTT	1. Produk : tahu takwa, stik tahu, keripik tahu, gethuk pisang 2. Harga : Rp 2.500 – Rp 8.000 3. Tempat : `outlet, Tokopedia dan Shopee 4. Promosi : secara langsung, kemasan, Fb. 5. Pengiriman : Gojek 6. Pembayaran : cash.
Tahu Takwa LTH	1. Produk : tahu kuning. stik tahu, kembang tahu, gethuk pisang

⁶<https://www.googlesebut.com/maps/dir//Jl.+Yos+Sudarso+No.36,+Pakelan,+Kec.+Kota,+Kota+Kediri,+Jawa+Timur+64129/@-7.8152055>,

	2. Harga : Rp 3.000 – Rp 10.000 3. Tempat Penjualan :Outlet 4. Promosi : secara langsung, kemasan. 5. Pengiriman : Ambil ditempat 6. Pembayaran : Cash
--	--

Sumber: Hasil Observasi

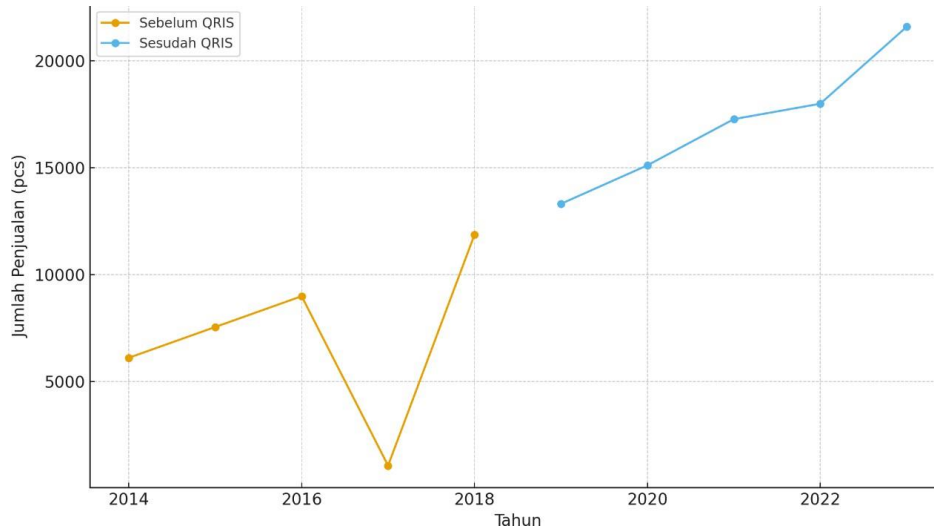
Dari sisi omset, Tahu Takwa POO mencatat pendapatan bulanan sebesar Rp 50.400.000, lebih tinggi dibandingkan Tahu Takwa LTT (Rp 25.535.000) dan LTH (Rp 20.190.991). Selain itu, usaha ini juga memasarkan produknya melalui platform e-commerce seperti Shopee dan GoFood serta menggunakan jasa pengiriman seperti J&T, JNE, dan Ninja Express. Sedangkan dari sisi perbandingan berdasarkan tabel di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa Tahu Takwa POO memiliki keunggulan pada sistem pembayaran melalui QRIS. Hal ini dibuktikan dalam penjualan produknya Tahu Takwa POO bekerja sama dengan platform jasa antar barang seperti J&T, Antaraja, JNE, Ninja, Sicepat serta e-commerce seperti Shopee, Gofood dan tidak hanya itu untuk pembayaran digital sendiri menggunakan QRIS yang diletakkan di setiap outlet miliknya. Sedangkan usaha lain yang sama-sama melakukan produksi di bidang makanan yaitu Tahu Takwa LTT dan Tahu Takwa LTH hanya memasarkan dengan konvensional dan sebagian menggunakan e-commerce seperti Tokopedia dan Shopee tanpa menggunakan pembayaran digital QRIS

Sebelum menggunakan QRIS, sistem pembayaran di Tahu Takwa POO masih didominasi oleh transaksi tunai. Hal ini menimbulkan beberapa kendala seperti pencatatan keuangan yang kurang akurat, keterbatasan pelayanan kepada pelanggan yang menginginkan pembayaran digital, serta keterlambatan dalam

proses transaksi saat kondisi ramai. Tantangan ini semakin dirasakan pada masa pandemi COVID-19, ketika interaksi fisik harus dibatasi. Dalam situasi tersebut, metode pembayaran digital menjadi solusi penting untuk tetap menjalankan operasional bisnis secara aman dan efisien.

Penggunaan QRIS di Tahu Takwa POO dimulai sejak masa pandemi, sebagai respons terhadap anjuran pemerintah untuk membatasi kontak fisik dalam transaksi. QRIS dipilih karena praktis, efisien, dan dapat digunakan oleh berbagai platform pembayaran digital. Dengan penerapan QRIS, diharapkan proses transaksi menjadi lebih cepat, penjualan meningkat, dan pengelolaan keuangan menjadi lebih baik. Selain itu, implementasi ini juga mendukung visi pemerintah dalam mewujudkan transformasi digital dan inklusi keuangan di sektor UMKM.

Untuk melihat dampak implementasi QRIS, berikut disajikan data penjualan Tahu Takwa POO sebelum dan sesudah penggunaan QRIS. Berdasarkan keterangan data yang diberikan oleh pemilik Tahu Poo penghasilan yang didapatkan selama tahun 2023 mengalami peningkatan dimana mencapai 50.400.000. Data Observasi penjualan pada periode 3 tahun terakhir juga mengalami peningkatan dari segi jumlah penjualan. Berdasarkan informasi yang didapatkan peneliti pada tahun 2019-2022 adanya pandemi membuat Outlet Tahu Takwa POO menggunakan inovasi baru dalam pembayaran yakni penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran dikarenakan tidak anjuran pemerintah untuk tidak bersentuhan. Berikut merupakan data hasil penjualan sebelum dan sesudah menggunakan QRIS

Grafik 1.1**Perbandingan Jumlah Pnejualan Sebelum dan Sesudah Menggunakan QRIS**

Sumber : Observasi Peneliti

Berdasarkan grafik di atas, terlihat adanya perbedaan yang cukup signifikan antara jumlah penjualan sebelum dan sesudah menggunakan QRIS. Pada periode sebelum menggunakan QRIS (2014–2018), jumlah penjualan cenderung mengalami peningkatan meskipun fluktuatif. Tahun 2014 penjualan tercatat sebanyak 6.120 pcs dan terus meningkat hingga 9.000 pcs pada tahun 2016. Namun, pada tahun 2017 sempat terjadi penurunan tajam menjadi 1.080 pcs, sebelum kembali meningkat menjadi 11.880 pcs pada tahun 2018.

Sementara itu, pada periode setelah menggunakan QRIS (2019–2023), tren penjualan menunjukkan peningkatan yang lebih stabil dan konsisten. Pada tahun 2019 penjualan mencapai 13.320 pcs, kemudian naik menjadi 15.120 pcs pada tahun 2020. Tren kenaikan ini berlanjut pada tahun-tahun berikutnya dengan

penjualan 17.280 pcs (2021), 18.000 pcs (2022), hingga mencapai puncaknya sebesar 21.600 pcs pada tahun 2023

Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa penerapan QRIS berkontribusi positif terhadap peningkatan jumlah penjualan. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan transaksi digital memberikan dampak pada peningkatan daya beli konsumen sekaligus memperluas akses pembayaran, sehingga penjualan lebih terjamin pertumbuhannya secara berkelanjutan.

Pada grafik tersebut dapat dilihat adanya perbedaan jumlah penjualan sebelum dan sesudah menggunakan QRIS di Outlet Tahu Takwa POO Kediri, hal ini juga merupakan satu hal yang menjadi alasan peneliti melakukan penelitian pada tempat tersebut karena pada situasi pandemi yaitu pada tahun 2019-2022. Pada saat itu kondisi pandemi ketika semua pelaku usaha mengalami penurunan omset yang drastis, karena adanya program jaga jarak. Fakta berbeda terlihat dari penjualan Tahu Takwa POO yang malah mengalami peningkatan dalam hal penjualannya produk tahunya karena menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran. Menurut Philip Kotler 4P – product (produk), price (harga), place (tempat), promotion (promosi). Teori 4P dalam peningkatan penjualan produk adalah strategi pemasaran yang terdiri dari empat elemen, yaitu product, price, place, dan promotion. Keempat elemen ini merupakan bagian dari bauran pemasaran, yaitu gabungan alat dan metodologi yang digunakan pemasar untuk mencapai tujuan pemasaran. Selain itu pada penelitian yang dilakukan Osef Evan Sihalohe terbukti bahwa QRIS memberikan dampak pada Perkembangan UMKM

hal tersebut berdasarkan dari jawaban informan dan temuan meningkatnya penjualan setelah diimplementasikannya.

Dari grafik tersebut juga terlihat bahwa setelah penggunaan QRIS pada tahun 2019, penjualan meningkat signifikan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2023, jumlah penjualan mencapai 21.600 pcs, naik hampir dua kali lipat dibandingkan tahun 2018. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi sistem pembayaran dapat berdampak positif terhadap volume transaksi UMKM.. Meski penggunaan QRIS terus meningkat dan pemerintah gencar mendukung digitalisasi UMKM, belum banyak penelitian yang secara khusus mengevaluasi dampak implementasi QRIS terhadap penjualan pada skala UMKM lokal, khususnya di Kota Kediri. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk menggambarkan sejauh mana efektivitas QRIS dalam meningkatkan kinerja bisnis UMKM seperti Tahu Takwa POO. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi kepada pelaku usaha serupa dan menjadi referensi kebijakan dalam penguatan ekonomi digital di sektor usaha mikro dan kecil. Berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik melakukan penelitian dengan dengan judul **Peran Pembayaran *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* Guna Meningkatkan Penjualan Pada Outlet Tahu Takwa POO Kota Kediri**

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian di atas, peneliti merumuskan masalah tentang bagaimana pembayaran digital dilakukan Pada Outlet Tahu Takwa POO di Kota Kediri sebagai berikut:

1. Bagaimana Pengaplikasian *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* guna penjualan pada tahu takwa poo kota kediri ?
2. Bagaimana implementasi pembayaran *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* guna meningkatkan penjualan Pada Outlet Tahu Takwa POO kota kediri?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaplikasian *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* guna penjualan Pada Outlet Tahu Takwa POO kota kediri
2. Untuk mengetahui implementasi pembayaran *QRIS* guna meningkatkan penjualan Pada Outlet Tahu Takwa POO kota kediri

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan hasil tujuan penelitian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis. Keunggulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Manfaat teoritis

Manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan dan informasi kepada masyarakat umum tentang penggunaan Pembayaran QRIS dalam transaksi jual beli di Tahu Takwa POO.

2. Manfaat praktis

a. Bagi almamater

Sebagai tambahan dalam daftar kepustakaan, bahan referensi dan masukan untuk penelitian lebih lanjut yang berhubungan dengan masalah yang terkait.

b. Bagi pemilik usaha

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan kebijakan dan pengambilan keputusan pada proses penggunaan pembayaran digital QRIS.

E. Penelitian Terdahulu

Penulis mencari beberapa artikel yang dianggap mirip atau serupa dengan penelitian penulis. Beberapa penelitian terdahulu yang ditemukan oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh sandi dengan judul “Transaksi Digital Dengan Pemanfaatan Qris Sebagai Alat Pembayaran Pada Umkm Desa Kutawargi”
 Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif yaitu dengan menggunakan metode penelitian yang mempunyai tujuan, pendekatan, subjek, sampel, langkah penelitian, dan sumber data yang jelas. Dengan hasil Bagi pemilik usaha UMKM, agar lebih meningkatkan sistem keamanan dan jaminan bagi pemilik uang, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat untuk menggunakan QRIS.⁷

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu pada objek penelitian persamaan sama-sama dalam fokus penelitian yaitu masalah QRIS sebagai metode pembayaran dalam dunia usaha. Penelitian terdahulu juga menggunakan metode kuantitatif sedangkan peneliti akan menggunakan metode kualitatif

⁷Sandi Ahmad, “Transaksi Digital Dengan Pemanfaatan Qris Sebagai Alat Pembayaran Pada Umkm Desa Kutawargi”, *Abdima Jurnal Pengabdian Mahasiswa*, Vol 2 No 1, 2962-9357

2. Penelitian yang dilakukan oleh Wahyu Fatkur Rohman mahasiswa IAIN Kediri dengan judul Efektivitas Penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Pada Transaksi Penjualan di Kedai Warunk Singkong Juara (WSD) Kediri.⁸ Hasil penelitian, dapat disimpulkan: Pertama, praktik penggunaan QRIS pada transaksi penjualan di Kedai WSD Kediri diawali dengan pembeli yang menyampaikan kepada karyawan untuk melakukan pembayaran dengan nontunai, maka karyawan akan mengarahkan pembeli untuk memindai QR Code kemudian mengetik jumlah nominal yang akan dibayarkan, lalu saldo pembeli otomatis berkurang. Kedua, efektivitas penggunaan QRIS pada transaksi penjualan di Kedai WSD Kediri mengacu pada pengukuran keberhasilan sistem informasi, terdapat 6 indikator yaitu diantaranya: kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas pelayanan, pengguna, kepuasan pengguna, dan keuntungan bersih. Berdasarkan hasil analisis penulis penggunaan Quick Responses Code Indonesian Standard pada Kedai WSD dapat dikatakan efektif.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan peneliti adalah sama sama membahas QRIS dan menggunakan metode kualitatif sedangkan perbedaanya penelitian terdahulu menjelaskan praktik penggunaan QRIS sedangkan penelitian peneliti akan menjelaskan implementasi QRIS dalam peningkatan penjualan

⁸ Wahyu Fatkur Rohman, "Efektivitas Penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Pada Tranksaksi Penjualan di Kedai Warunk Singkong Juara (WSD) Kediri" Skripsi IAIN Kediri 2023

3. Penelitian yang dilakukan Osef Evan Sihaloho Dkk yang berjudul “Implementasi Sistem Pembayaran Quick Response Indonesia Standard Bagi Perkembangan UMKM di Medan”.⁹

Metode penelitian yang digunakan adalah wawancara dan studi pustaka dengan para pedagang UMKM yang telah menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran di tokohnya. Dengan hasil penelitian adanya *Quick Response Indonesia Standard* dapat membantu para pedagang UMKM untuk mengalami perkembangan. Penerapan sistem pembayaran QRIS untuk instrumen pembayaran berbasis server yang menggunakan QR Code telah dilakukan oleh beberapa pedagang UMKM di Medan. Hasil wawancara yang diperoleh, kebanyakan informan mengatakan bahwa QRIS memiliki pengaruh terhadap perkembangan UMKM. Hal ini terbukti dari cara informan menjawab pertanyaan yang diberikan. Menyediakan satu QRIS di tokoh akan dapat melayani seluruh aplikasi pembayaran yang menggunakan QR Code. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini membahas berkaitan dengan QRIS sedangkan perbedaan terletak pada objek penelitian yang pada penelitian terdahulu UMKM di kawasan Medan sedangkan pada penelitian ini pada Tahu Takwa Kediri.

4. Penelitian yang dilakukan I Wayan Arta Setiawan dan Luh Putu Mahyuni yang berjudul “Qris Di Mata Umkm: Eksplorasi Persepsi Dan Intensi Umkm

⁹Osef Evan Sihaloho, Dkk, “Implementasi Sistem Pembayaran Quick Response Indonesia Standard Bagi Perkembangan UMKM Di Medan”, Jurnal Manajemen Bisnis, Vol. 17, No. 2, 2020, 294

Menggunakan Qris” Pendekatan penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data wawancara semi-terstruktur dan mendalam dilakukan terhadap 16 pelaku usaha (UMKM), di beberapa wilayah yang berbeda di Bali. Strategi pengambilan sampel menggunakan maximum variation sampling.

Dengan hasil penelitian Penelitian ini mengidentifikasikan bahwa intensi UMKM menggunakan QRIS dibentuk oleh, (1) Persepsi kegunaan, (2) Persepsi kemudahan, (3) Pemahaman akan QRIS; (4) Pengaruh pihak luar, yaitu pembeli, teman dekat, dan tokoh terkenal; (5) Persepsi hambatan untuk menggunakan QRIS, yaitu koneksi/jaringan internet, biaya penggunaan, dan limit transaksi. Persepsi positif terhadap QRIS membentuk niat yang kuat untuk menggunakan QRIS. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada objek penelitian sedangkan persamaan terletak pada pembahasan penelitian tentang penggunaan QRIS dalam dunia usaha.¹⁰

5. Penelitian yang dilakukan Ayu Indiani, Dkk yang berjudul “*Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS), Penjualan Dan Kepuasan Pelanggan(Studi Kasus Alfamart Talaga Wetan)*”. Pendekatan penelitian kualitatif naturalistik untuk mengungkap keadaan sebenarnya dari fenomena sosial yang bersifat tentatif(sementara).

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini adalah QRIS ternyata berdampak

¹⁰I Wayan Arta Setiawan, “Luh Putu Mahyuni yang berjudul “Qris Di Mata Umkm: Eksplorasi Persepsi Dan Intensi Umkm Menggunakan Qris”, E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Vol. 9 No.10, 2020, 921-946

pada laba penjualan Alfamart Talaga Wetan dilihat dari laporan BAP pada bulan Mei, Juni dan Juli 2022 lalu yang berdampak cukup signifikan. Penggunaan QRIS juga berdampak pada kepuasan pelanggan Alfamart tersebut dilihat dari jawaban 8 narasumber yang penulis wawancarai semuanya sepakat menyatakan puas karena QRIS dapat membantu kecepatan transaksi dan meminimalisir terjadinya antrian yang membedakan penelitian terdahulu dan penelitian ini pada objek penelitian dimana pada penelitian terdahulu pada alfamart sedangkan pada penelitian ini Pada Outlet Tahu Takwa POO Kediri sedangkan kesamaan terletak pada fokus pembahasan mengenai QRIS.¹¹

¹¹Ayu Indiani, Dkk, "Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS), Penjualan Dan Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Alfamart Talaga Wetan)".Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, Vol. 5 No 3, 2023, 1482-1492