

ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA DENGAN PENGGUNAAN QRIS SEBAGAI METODE PEMBAYARAN UMKM DI KOTA DEPOK

Titik Purwinarti¹⁾, Yanita Ella Nilla Chandra²⁾, Bunga Safira Adhliana³⁾ dan Rena Yolanda⁴⁾

¹Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Jakarta

²Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Jakarta

³Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Jakarta

⁴Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Jakarta

E-mail: titik.purwinarti@bisnis.pnj.ac.id

Abstract

This study aims to analyze the MSME culinary business development strategy in the city of Depok by utilizing the Indonesian Standard Quick Response (QRIS) digital payment as an opportunity to increase sales. This study uses qualitative research methods with descriptive analysis and SWOT analysis. Collecting data using interviews and direct observation. The results of the study indicate that MSME actors need to add digital payment services using QRIS as one of the promotions and sales strategies in competition in the digital era, MSME actors as the largest contributor to GDP in Indonesia need to have the ability and desire to continue to adapt so that their business continues to grow. such as lack of ability due to knowledge and age factors must be overcome by providing counseling or learning to MSME actors.

Keywords: *Culinary MSMEs, Digital Payment, QRIS*

PENDAHULUAN

Perubahan gaya hidup masyarakat yang menjadi serba digital saat ini membuat sebuah fenomena tersendiri dalam metode pembayaran dalam proses jual beli yang sering disebut dengan *cashless*. *Cashless* menjadi sebuah gaya hidup bagi kelompok masyarakat yang menginginkan kemudahan dan efisiensi, karena dengan *cashless* tidak perlu membawa banyak uang tunai dan kartu pembayaran. Cukup dengan mengandalkan *smartphone* yang tersambung dengan internet dan aplikasi pembayaran atau dompet elektronik semua transaksi jual beli dapat dilakukan.

Gaya hidup digital di masyarakat dalam proses jual beli juga didukung oleh pemerintah Indonesia dengan merilis sistem pembayaran digital yang diberi nama *Quick Response Indonesian Standar* (QRIS). Dengan menggunakan QRIS semua aplikasi pembayaran yang diselenggarakan oleh lembaga keuangan bank maupun bukan bank dapat cukup menggunakan satu buah QR code saja. QRIS merupakan salah satu inovasi dalam metode pembayaran yang mulai dikenalkan pada tahun 2020 oleh Bank Indonesia. Sebagian besar

pengguna QRIS sebanyak 20.6 juta yang mana 90% penggunanya adalah UMKM (Tempo, 2022).

UMKM adalah usaha produktif yang dimiliki oleh perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. Terdapat sebanyak 64.19 juta UMKM di Indonesia berdasar data Kementrian Koperasi dan UKM yang turut berkontribusi terhadap PDB Indonesia sebesar 61.97%. UMKM di Indonesia dapat dikatakan cukup tanggap untuk menggunakan layanan pembayaran digital QRIS.

Hal ini dapat dikatakan sebagai salah strategi UMKM untuk menjangkau pasar secara luas, karena adanya perubahan metode pembayaran di masyarakat yang menjadi serba digital. Tentunya agar pelaku usaha mampu bersaing satu sama lain perlu adanya adaptasi mengikuti gaya belanja konsumen saat ini yang menuntut efisiensi.

Efisiensi dalam melakukan pembayaran dapat dilakukan oleh UMKM dengan menyediakan metode pembayaran menggunakan QRIS. Selain efisiensi ada beberapa keuntungan bagi penjual dan pembeli dalam penggunaan QRIS. Bagi pembeli dengan menggunakan QRIS dalam bertransaksi lebih cepat karena tidak perlu menyiapkan uang *cash* dan aplikasi *e-wallet*. Sedangkan bagi penjual adanya potensi peningkatan penjualan, penjual juga dapat membangun *credit ptofile* yang dapat digunakan jika sewaktu-waktu pelaku UMKM ingin melakukan penambahan modal untuk modal usaha dengan melakukan pinjaman di Bank.

Berdasarkan penelitian (Hutagalung, dkk., 2021) UMKM yang menggunakan QRIS sebagai metode pembayarannya memiliki potensi keberhasilan usaha, hal ini dikarenakan adanya peningkatan transaksi UMKM saat menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran. UMKM yang dapat beradaptasi dengan perkembangan zaman yang mana semua orang menginginkan semua hal menjadi efektif dan efisien termasuk saat melakukan transaksi di tempat belanja dapat memiliki nilai jual lebih di masyarakat, karena adanya layanan yang lengkap.

Selain adanya permintaan di masyarakat untuk dapat menggunakan layanan pembayaran digital dalam bertransaksi. Gubernur Bank Indonesia juga memiliki target 45 juta UMKM menggunakan *QR Indonesian Standar* (QRIS) sebagai metode pembayaran mereka pada tahun 2023. Sehingga, perlu adanya himbuan kepada pelaku UMKM untuk menggunakan QRIS, karena tidak semua pelaku UMKM memiliki

keterampilan yang memadai untuk beradaptasi terhadap semua perkembangan digital yang terjadi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui cara pengembangan usaha di era pembayaran digital, mengetahui pentingnya layanan pembayaran digital bagi UMKM, dan mengetahui hambatan UMKM dalam beradaptasi menggunakan layanan pembayaran QRIS.

Berdasarkan permasalahan di atas, penting untuk dilakukan penelitian mengenai strategi pengembangan usaha pada UMKM dengan penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman dan ilmu baru kepada UMKM kuliner di Depok untuk dapat menggunakan teknologi pembayaran digital sebagai alat pembayaran yang harus disediakan pada usahanya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan sebagai aspek pengembangan usaha yang dapat dilakukan oleh UMKM kuliner Bakso di Kota Depok. Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan analisis deskriptif (Sugiyono, 2019) dan analisis SWOT. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan observasi langsung kepada pelaku usaha UMKM kuliner Bakso di Depok.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan

UMKM kuliner bakso X berlokasi di Beji, Depok dengan jam operasional mulai dari jam 10.00 - 20.00 WIB dan buka pada setiap hari. Varian harga untuk tiap menunya terbilang murah karena menunya di bawah Rp 50.000. Usaha kuliner ini cukup dikenal oleh masyarakat yang tinggal di wilayah Beji, karena sudah berusaha lebih dari 10 tahun dan pernah berjualan keliling. Saat ini UMKM bakso X sudah memiliki tempat usaha sendiri. Di era pembayaran secara digital UMKM bakso X hanya menerima pembayaran *cash only*. Sedangkan, di wilayah yang sama dan bisnis UMKM yang sama, pesaingnya mulai menggunakan pembayaran digital menggunakan QRIS. Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, pelaku usaha UMKM memulai usahanya dengan cara pembayaran secara konvensional dan belum menyediakan QRIS sebagai metode pembayaran untuk

pembelinya. Hal ini belum dilakukan oleh pelaku usaha UMKM dikarenakan kurangnya kemampuan dalam memakai teknologi pembayaran digital dan belum terbiasa dalam menggunakannya.

Melalui wawancara yang dilakukan narasumber pelaku usaha UMKM memiliki kesulitan untuk menggunakan teknologi dalam pembayaran digital, karena memiliki keterbatasan dalam mengikuti perkembangan teknologi. Terlebih lagi, untuk hal ini diperlukannya aplikasi yang *diinstal* pada *smartphone* pelaku usaha UMKM yang harus memadai untuk dapat menggunakan fiturnya.

Dilihat dari lokasi usaha UMKM yang banyak dilewati oleh masyarakat, khususnya mahasiswa di Kota Depok sebaiknya UMKM Bakso X sudah melakukan pengembangan terhadap usahanya karena hal ini dapat memberikan kemudahan serta kebermanfaatan bagi para pembelinya untuk melakukan pembayaran secara digital. Perubahan gaya hidup dan perilaku masyarakat saat ini memberikan dampak yang cukup signifikan karena masyarakat mulai menggunakan pembayaran secara konvensional ketika melakukan pembelian pada sebuah usaha.

Jika dilakukan dan diadakan pembayaran secara digital menggunakan QRIS oleh UMKM Bakso X dapat memberikan peningkatan terhadap penjualannya. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hutagulung, R.A (2021) bahwa penggunaan QRIS pada UMKM memberikan respon yang positif dalam usaha. Pengembangan usaha untuk UMKM Bakso X perlu dilakukan karena seiring berjalannya waktu dan kecepatan teknologi, pelaku usaha harus mengikuti perubahan perilaku masyarakat dalam melakukan pembelian. Diharapkan dengan mengenal dan dapat menerapkan pembayaran secara digital dalam usahanya maka dapat memperoleh keuntungan usaha dan mampu bersaing dengan UMKM kuliner serupa lainnya baik yang berada di kota Depok maupun di daerah lainnya.

Hasil

Kekuatan atau strength dari pelaku usaha UMKM Bakso X adalah menu makanan yang dijual bervariasi sehingga konsumen dapat memiliki banyak pilihan makanan, lokasi yang mudah diakses serta dekat dengan lingkungan perumahan dan sekolah.

Kelemahan atau weakness yang dimiliki oleh UMKM Bakso X masih belum memberikan layanan pembayaran digital yang disebabkan pelaku usaha belum memiliki

kemampuan dalam memberikan layanan pembayaran digital karena keterbatasan kemampuan teknologi pada pelaku usaha.

UMKM Bakso X memiliki peluang atau opportunity untuk memberikan layanan pembayaran secara digital bagi konsumennya, karena dilingkungan sekitar tempat berjualan UMKM Bakso X terdapat perumahan yang banyak tinggal generasi Z dan generasi millennial yang tertarik untuk menggunakan layanan pembayaran digital.

Peluang untuk mengembangkan layanan sebagai salah satu strategi penjualan dan pemasaran pada UMKM Bakso X harus dapat dilakukan, karena adanya ancaman atau threatness dari kompetitor yang memiliki layanan pembayaran digital menggunakan QRIS.

Berdasarkan analisis SWOT yang dilakukan berikut ini beberapa strategi yang dapat dilakukan oleh UMKM Bakso X untuk mengembangkan usahanya, yaitu 1) Strategi SO. Strategi SO merupakan kombinasi antara kekuatan dan peluang UMKM bakso X. Strategi ini menunjukkan bagaimana UMKM menggunakan sumber daya untuk menangkap dan memanfaatkan peluang terbaik. Strategi yang dapat dilakukan adalah mendaftarkan UMKM bakso x ke dalam layanan QRIS, karena lokasi yang berdekatan dengan sekolah adanya peluang untuk melakukan penjualan pada konsumen generasi z dan generasi milenial yang melek teknologi dalam pembayaran digital. 2) Strategi ST. Strategi ST merupakan kombinasi antara kekuatan dan juga ancaman bagi UMKM bakso X. Strategi ini menunjukkan bagaimana UMKM dapat memanfaatkan kekuatan yang dimiliki dalam menghadapi ancaman. Strategi yang dapat dilakukan adalah membuat promosi penjualan dengan menyediakan layanan QRIS sebagai metode pembayaran, sehingga konsumen yang menerapkan gaya hidup *cashless* dapat bertransaksi dengan cepat, mudah dan efisien. 3) Strategi WO. Strategi WO merupakan kombinasi antara kelemahan dan peluang UMKM bakso X. Strategi ini menunjukkan bagaimana UMKM dapat mengurangi kelemahan dengan memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang dapat dilakukan adalah pelaku UMKM bakso x melakukan pembelajaran untuk memiliki keterampilan dalam menyediakan layanan pembayaran digital menggunakan QRIS dan memahami cara penggunaannya sehingga menjadi maksimal dalam usahanya. 4) Strategi WT. Strategi WT merupakan kombinasi antara kelemahan dan ancaman bagi UMKM bakso X. Strategi ini menunjukkan bagaimana UMKM dapat menghindari ancaman

dengan meminimalkan kelemahan yang dimiliki. Strategi yang dapat dilakukan adalah UMKM bakso x dapat mengikuti kompetitornya yang sudah terlebih dahulu beradaptasi menyediakan layanan pembayaran digital QRIS untuk konsumen terlebih saat ini pemerintah juga memiliki target agar pelaku UMKM menerapkan layanan pembayaran menggunakan QRIS pada usahanya. Hal ini tentu mendorong banyak pelaku UMKM untuk menggunakan layanan QRIS. Selain itu, UMKM bakso x diharapkan dapat memiliki keinginan dan kemampuan untuk mengikuti perkembangan yang ada agar dapat bersaing dengan kompetitornya dalam memberikan layanan kepada konsumen.

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan diketahui bahwa strategi promosi dan penjualan yang dapat dilakukan oleh pelaku UMKM di era digital yang mana terdapat perilaku gaya hidup cashless yang banyak dilakukan oleh para pembeli saat ini adalah dengan menyediakan layanan pembayaran digital salah satunya menggunakan QRIS. Penggunaan layanan pembayaran QRIS dapat memberikan kebermanfaatan terhadap pengembangan usaha UMKM di Kota Depok. Namun, dalam praktiknya belum semua pelaku UMKM dapat menyediakan layanan pembayaran tersebut, karena adanya ketidakmampuan dalam beradaptasi seperti kurangnya pengetahuan dan pengaruh usia. Untuk keberlangsungan usaha agar tetap dapat bertahan di era digital perlu melakukan adaptasi dalam usahanya. Sehingga, diperlukannya penyuluhan pengetahuan kepada pelaku usaha UMKM dalam pemanfaatan teknologi pembayaran digital.

DAFTAR PUSTAKA

Hutagalung, R.A., Naingolan, P., & Panjaitan, P.D. (2021). Analisis Perbandingan Keberhasilan UMKM Sebelum dan Saat Menggunakan Quick Response Standard (QRIS) di Kota Pematangsiantar. *Jurnal Ekuilomi*, 3(2), 94-103.

Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. *Bandung: Alfabet*.