

Peningkatan Literasi Pembayaran Non-Tunai di Pasar Badung Melalui Edukasi dan Sosialisasi QRIS

Increasing Non-Cash Payment Literacy in the Badung Market Through QRIS Education and Socialization

Anak Agung Bagus Surya Dharma Kumara¹, Kadek Devi Kalfika Anggria Wardani²

Program Studi Manajemen, Universitas Pendidikan Nasional Denpasar

* agungbagus2504@gmail.com

Abstrak

Pasar Badung sebagai salah satu pusat perdagangan tradisional memiliki potensi besar untuk mengadopsi sistem pembayaran non-tunai guna meningkatkan efisiensi dan kenyamanan transaksi. Pasar Badung juga dikenal sebagai jantung perekonomian Provinsi Bali. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan literasi dan pemahaman konsumen tentang pembayaran digital berupa QRIS. Kegiatan ini dibantu dengan poster informatif berjudul "Ngiring Ngangge QRIS" sebagai media informasi. Hasil dari pengabdian ini menunjukkan peningkatan signifikan dalam literasi pembayaran non-tunai di Pasar Badung. Terjadi peningkatan pemahaman pada pengunjung setelah mengikuti sosialisasi ini. Edukasi dan sosialisasi QRIS efektif dalam meningkatkan literasi pembayaran non-tunai di Pasar Badung. Langkah-langkah ini mendorong adopsi teknologi pembayaran *modern* di kalangan pengunjung, berkontribusi pada efisiensi transaksi, serta meningkatkan kesadaran akan manfaat teknologi tersebut. Diharapkan hasil pengabdian ini dapat menjadi acuan bagi upaya serupa dalam meningkatkan literasi finansial di lingkungan pasar tradisional dan sektor lainnya.

Kata kunci — Edukasi, Sosialisasi, QRIS

Abstract

Pasar Badung as a traditional trading center has great potential to adopt a non-cash payment system to increase transaction efficiency and convenience. Pasar Badung is also known as the economic heart of Bali Province. This service activity aims to increase consumer literacy and understanding of digital payments in the form of QRIS. This activity was assisted by an informative poster entitled "Ngiring Ngangge QRIS" as an information medium. The results of this service show a significant increase in literacy in non-cash payments at the Badung Market. There was an increase in understanding of visitors after participating in this outreach. QRIS education and outreach are effective in increasing literacy in non-cash payments at the Badung Market. These steps encourage the adoption of modern payment technologies among visitors, contribute to transaction efficiency and increase awareness of the benefits of these technologies. It is hoped that the results of this service can become a reference for similar efforts to increase financial literacy in traditional markets and other sectors

Keywords — Education, Socialization, QRIS

 OPEN ACCESS

© 2023. I Ketut Hendra Wiryasuta, Ahmad Utanaka, Wahyu Satyaning Budhi, Fikca Ayuk Safitri



[Creative Commons](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

[Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

1. Pendahuluan

Perkembangan sistem pembayaran telah mengalami transformasi yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Terlihat dari adanya peralihan metode pembayaran yang awal mulanya bersifat tunai menjadi pembayaran non tunai [1]. Dulu, pembayaran dilakukan secara tunai atau menggunakan uang kartal (uang kertas dan logam) sebagai alat pembayaran. Tetapi seiring dengan kemajuan teknologi, metode pembayaran yang berkembang pada masyarakat saat ini adalah pembayaran berbasis digital (*cashless*), salah satunya *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS). Penggunaan QRIS didukung dengan adanya Peraturan Anggota Dewan Gubernur Nomor 24/1/PADG/2022 tanggal 25 Februari 2022 tentang Perubahan Kedua atas Peraturan Anggota Dewan Gubernur Nomor 21/18/PADG/2019 tentang Implementasi Standar Nasional *Quick Response Code* untuk Pembayaran [2].

QRIS adalah standarisasi pembayaran menggunakan metode *Quick Response* (QR) Code dari Bank Indonesia agar proses transaksi dengan QR Code menjadi lebih mudah, cepat, dan terjaga keamanannya (Bank Indonesia, 2020). Dengan adanya QRIS, pengguna bisa melakukan pembayaran menggunakan scan QR Code tanpa memikirkan QR Code yang disediakan oleh merchant berbeda dengan pengguna[3]. Beralihnya transaksi dari tunai menjadi non tunai memberikan kemudahan dalam proses transaksi karena penjual barang tidak harus menyiapkan uang kecil sebagai kembalian jika ada konsumen membayar dengan uang bernominal besar[4]. Selain itu, QRIS juga memberikan banyak manfaat kepada penggunanya (*user*), seperti lebih cepat dan kekinian, tidak perlu pusing memikirkan QR siapa yang terpasang, tidak perlu membawa uang tunai dan pastinya lebih aman melakukan transaksi karena diawasi oleh Bank Indonesia. Keunggulan-keunggulan tersebut menjadi sebuah daya tarik bagi masyarakat untuk digunakan ditengah era digital[5]. Dengan banyaknya manfaat yang QRIS, hal ini sejalan dengan pertumbuhan dan peningkatan pengguna QRIS di Indonesia. Bank Indonesia mencatat jumlah pengguna (*user*) QRIS di Indonesia sebanyak 28,75 juta dan total pedagang (*merchant*) yang telah menggunakan QRIS

tercatat sebanyak 22,7 juta merchant. Provinsi Bali menjadi salah satu provinsi dengan perkembangan QRIS tercepat di Indonesia. Jumlah pengguna (*user*) QRIS di Bali per Mei 2023 mencapai 794.908 pengguna atau tumbuh sebesar 99% (*yoy*) dibandingkan periode yang sama pada tahun 2022 yang tercatat sebanyak 398.411 pengguna. Bank Indonesia Provinsi Bali juga mencatat 666.733 jumlah pedagang (*merchant*) yang menggunakan QRIS untuk usaha mereka. Jumlah ini di dominasi oleh pedagang di Kota Denpasar sejumlah 290.205, salah satunya di pasar tradisional. Melalui program Digitalisasi Pembayaran dan S.I.A.P (Sehat, Inovatif dan Pasti Aman) QRIS Bank Indonesia Provinsi Bali menggandeng Bank Pembangunan Daerah (BPD) Bali untuk mendorong penggunaan QRIS di pasar tradisional. Namun hal ini hanya tidak sejalan dengan fenomena yang ditemukan pada salah satu pasar tradisional di Denpasar, yaitu Pasar Badung.

Minimnya penggunaan QRIS oleh konsumen saat bertransaksi di Pasar Badung merupakan sebuah isu yang melibatkan sejumlah permasalahan yang mempengaruhi adopsi teknologi pembayaran ini di lingkungan pasar tradisional. Pasar Badung dikatakan sebagai salah satu pasar tradisional terbesar di Bali. Pasar Badung menjadi salah satu target program SIAP (Sehat, Inovatif, Aman, Pakai) QRIS oleh Pemerintah Daerah dan Bank Indonesia Provinsi Bali karena dianggap sebagai jantung kegiatan ekonomi masyarakat Provinsi Bali[6]. Namun, disayangkan Program SIAP QRIS yang dicanangkan hanya berfokus kepada pendampingan pedagang dalam mengadopsi sistem pembayaran QRIS. Sedangkan, di sisi lain informasi dan edukasi kepada konsumen yang berbelanja di Pasar Badung masih belum optimal. Konsumen masih menghadapi keterbatasan dalam pemahaman tentang QRIS, sehingga perlu adanya langkah-langkah tambahan untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman mereka dalam menggunakan sistem pembayaran ini. Berbagai faktor mendasar dapat diidentifikasi sebagai penyebab minimnya penggunaan QRIS oleh konsumen di Pasar Badung.



Kepercayaan merupakan faktor yang dapat mempengaruhi minat penggunaan QRIS oleh konsumen di pasar tradisional. Minimnya kepercayaan konsumen terhadap pembayaran digital (QRIS) di Pasar Badung yang menjadi urgensi utama dari penelitian ini. Hal ini didukung dengan adanya penelitian yang dilakukan oleh Al-Somali *et al.*, (2008) yang menjelaskan bahwa kepercayaan mempunyai kontribusi dalam memengaruhi sikap penerimaan internet banking[7]. Pengetahuan juga menjadi faktor minimnya penggunaan QRIS oleh konsumen saat bertransaksi di Pasar Badung. Menurut Kotler (2000), pengetahuan yaitu perubahan perilaku pada sebuah individu yang bersumber dari pengalaman atau peristiwa yang telah dilakukan sebelumnya[8]. Mowen dan Engel (1985) mendefinisikan pengetahuan konsumen yaitu suatu tingkatan mengenai informasi yang dipahami dalam diri seseorang konsumen [9].

Budaya dan kebiasaan juga menjadi faktor minimnya penggunaan QRIS di Pasar Badung. Kebiasaan menunjukkan sejauh mana pengguna cenderung menggunakan teknologi secara otomatis karena pembelajaran sebelumnya dengan kebiasaan menggunakan teknologi sebagai indikatornya [10]. Penggunaan uang tunai telah menjadi kebiasaan yang kuat saat bertransaksi di Pasar Badung. Terkadang konsumen sering kali memiliki kesiapan dalam membawa uang tunai saat berbelanja. Karena kebiasaan itu, konsumen enggan dan malas untuk menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran karena dirasa memerlukan penyesuaian dan motivasi tambahan dalam penggunaannya. Penelitian Venkatesh *et al.* (2012) menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan dari kebiasaan konsumen pada penggunaan teknologi pribadi ketika mereka menghadapi lingkungan yang beragam dan selalu berubah.

Salah satu elemen kunci dalam keberhasilan komersial dari sistem yang dapat diandalkan adalah persepsi pelanggan terhadap keamanan proses pembayaran QRIS[11]. Pelanggan lebih cenderung mempercayai suatu merek jika mereka menganggapnya aman[12]. Konsumen mungkin merasa ragu untuk mengadopsi metode pembayaran digital karena kekhawatiran tentang potensi penipuan, pencurian data, atau pelanggaran privasi. Mereka

mungkin lebih cenderung mempercayai transaksi fisik dengan uang tunai yang mereka pegang sendiri daripada menggunakan teknologi yang dianggap memiliki risiko.

Berdasarkan uraian fenomena diatas maka penting adanya untuk melakukan edukasi dan sosialisasi QRIS kepada konsumen di Pasar Badung. Hal ini bertujuan untuk mendorong penggunaan pembayaran digital berbasis QR di Pasar Badung sekaligus meningkatkan pengguna QRIS di Provinsi Bali. Harapannya konsumen di Pasar Badung bisa merasakan kemudahan-kemudahan yang ditawarkan saat bertransaksi menggunakan QRIS.

1. Metodologi

Kegiatan pengabdian ini menggunakan metode Participatory Action Research (PAR). Participatory Action Research (PAR) adalah penelitian yang melibatkan partisipasi aktif dari masyarakat yang menjadi subjek penelitian, sehingga mereka ikut berperan dalam perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program. Kegiatan dilaksanakan dengan bantuan poster informatif berjudul “Ngiring Ngangge QRIS” sebagai media informasinya.



Gambar 2.1 Poster Ngiring Ngangge QRIS

Informasi yang dituangkan dalam poster berasal dari website resmi Bank Indonesia dan berdasarkan pengalaman pribadi saat menggunakan QRIS. Alasan menggunakan poster sebagai media saat melakukan sosialisasi karena poster memiliki visual yang dapat menarik perhatian, materi yang disampaikan dapat secara singkat dan padat, biaya yang

dibutuhkan lebih terjangkau dan mudah dipahami.

2. Pembahasan

Berdasarkan perbandingan tingkat pemahaman sebelum dan setelah pengabdian tampak jelas bahwa kegiatan pengabdian yang dilakukan memberikan pengaruh positif terhadap konsumen di Pasar Badung. Pengaruh positif tersebut tampak dari adanya peningkatan pemahaman saat konsumen diberikan pertanyaan tentang QRIS setelah mengikuti sosialisasi. Beberapa konsumen pun langsung mempraktekan penggunaan QRIS pada lapak di Pasar Badung. Jika dikelola secara berkelanjutan dan konsisten untuk melakukan edukasi tentang QRIS, tidak menutup kemungkinan penggunaan QRIS di Pasar Badung akan terus bertambah. Hasil kegiatan pengabdian ini sejalan dengan hasil kegiatan pengabdian lain yang dilakukan oleh (Prasetia & Lestari, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa percepatan peralihan UMKM ekosistem digital memiliki peran penting untuk memperkuat ketahanan UMKM. Digitalisasi memberikan ruang baru bagi pedagang dalam melakukan sistem pembayaran berbasis digital. Dengan adanya hal ini dapat membangun *brand value* yang baru bagi pedagang yang memiliki QRIS di lapak mereka. Dalam pelaksanaannya kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dengan beberapa tahapan, yaitu perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi.

1. Perencanaan

Sebelum melakukan sosialisasi, penulis memastikan pemahaman yang mendalam tentang QRIS, mulai dari cara penggunaannya, manfaat penggunaan QRIS dan informasi dasar lainnya tentang QRIS. Setelah itu, penulis mulai menyusun materi sosialisasi yang singkat, padat dan jelas yang dituangkan dalam kreasi desain poster informatif yang berjudul “Ngiring Ngangge QRIS”. Poster tersebut memberikan penjelasan singkat tentang QRIS. Selain itu, pada poster tersebut juga menjelaskan manfaat-manfaat yang bisa didapatkan saat bertransaksi menggunakan QRIS, seperti: Pembayaran yang lebih cepat dan kekinian, tidak perlu repot membawa

uang tunai serta transaksi menjadi lebih aman dan praktis.

2. Pelaksanaan

Program dilaksanakan di salah satu pasar tradisional terbesar di Provinsi Bali, yaitu Pasar Badung. Program ini tertuju kepada konsumen Pasar Badung terutama yang belum bertransaksi menggunakan QRIS. Poster “Ngiring Ngangge QRIS” menjadi media visual utama untuk menjelaskan QRIS kepada konsumen. Pelaksanaan program diawali dengan pertanyaan-pertanyaan yang mendasar seperti “Apakah Bapak/Ibu pernah mendengar tentang QRIS?” atau “Apakah Bapak/Ibu familiar dengan pembayaran menggunakan kode QR?”. Karena dirasa hal ini dapat membantu memancing minat untuk dialog yang lebih dalam. Setelah itu, penulis memaparkan hal-hal yang lebih mendalam mengenai QRIS dan melakukan demonstrasi secara singkat dalam bertransaksi menggunakan QRIS.

3. Evaluasi

Dikarenakan situasi dan kondisi pasar yang begitu padat dan kurang kondusif menyebabkan penerimaan informasi menjadi kurang maksimal. Alangkah baiknya jika kegiatan dilakukan saat kondisi pasar tidak begitu padat. Selain itu, ternyata Sebagian besar konsumen di Pasar Badung masih belum familiar dengan QRIS. Hal ini bisa dijadikan bahan evaluasi jika kedepannya ingin melakukan kegiatan serupa di lokasi yang sama.

3. Kesimpulan

Dalam rangka meningkatkan pemahaman dan adopsi teknologi pembayaran yang lebih efisien, kegiatan sosialisasi QRIS telah dijalankan dengan tujuan memberikan informasi dan mengedukasi tentang penggunaan QRIS pada konsumen di Pasar Badung 26 dari 30 konsumen yang diberikan sosialisasi belum familiar dengan QRIS dan belum pernah menggunakan sistem ini sebelumnya. Namun, setelah diberikan sosialisasi dan edukasi 30 konsumen di Pasar Badung jadi lebih mengetahui



dan memahami pembayaran digital berupa QRIS. Berdasarkan perbandingan tersebut tampak jelas bahwa kegiatan pengabdian yang dilakukan memberikan pengaruh positif terhadap konsumen di Pasar Badung. Pengaruh positif tersebut tampak dari adanya peningkatan pemahaman saat konsumen diberikan pertanyaan tentang QRIS setelah mengikuti sosialisasi. Beberapa konsumen pun langsung mempraktekan penggunaan QRIS pada lapak di Pasar Badung.

4. Daftar Pustaka

- [1] R. Agustin, "Pengaruh Kemudahan, Kecepatan, Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Sistem Pembayaran Quick Response Code Indonesian Standard (Qris) Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Jember," Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, Jember, 2023.
- [2] S. A. Al-Somali, R. Gholami, and B. Clegg, "An Investigation Into Th Acceptance of Online Banking in Saudi Arabia," *Technovation*, vol. 29, pp. 130–141, 2008.
- [3] C. Annur, "Nilai Transaksi Uang Elektronik Capai Rp 25,4 Triliun pada Juli 2021," <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/26/nilai-transaksi-uang-elektronik-capai-rp-254-triliun-pada-juli-2021>, Aug. 26, 2021.
- [4] Bank Indonesia, "Peraturan Anggota Dewan Gubernur Nomor 24/1/Padg/2022 Tanggal 25 Februari 2022 Tentang Perubahan Kedua Atas Peraturan Anggota Dewan Gubernur Nomor 21/18/Padg/2019 Tentang Implementasi Standar Nasional Quick Response Code Untuk Pembayaran," https://www.bi.go.id/id/publikasi/peraturan/Pages/PADG_240122.aspx, Feb. 25, 2022.
- [5] Hanafi and L. A. Agustina, "Pengaruh Pendapatan, Pengetahuan Produk dan Promosi terhadap Minat Masyarakat dalam Berasuransi Syariah (Studi Pada Desa Kalandungan Kabupaten Sukabumi)," *Jurnal Syar'insurance (SIJAS)*, vol. 7, pp. 11–24, 2021.
- [6] B. S. Kinasih and A. Albari, "Pengaruh Persepsi Keamanan dan Privasi terhadap Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen Online," *Jurnal Siasat Bisnis*, vol. 16, 2012.
- [7] P. Kotler, *Prinsip-Prinsip Manajemen Pemasaran*. Prenhalindo, 2000.
- [8] W. Prasetya and E. Lestari, "Cashless Society: Tantangan Dan Kesiapan Pedagang Pasar Tradisional Di Kota Denpasar," *Buletin Studi Ekonomi*, vol. 28, no. 01, pp. 83–94, 2023, [Online]. Available: <https://ojs.unud.ac.id/index.php/bse/index>
- [9] Putranto, Aristya, and Y. Pramudiana, "Pengaruh Faktor-Faktor dalam Modifikasi Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 terhadap Perilaku Konsumen dalam Mengadopsi Layanan Wifi PT. XYZ area Jakarta," in *E-Proceeding of Management*, 2013.
- [10] A. Setiawan and P. Mahyuni, "QRIS Di Mata Umkm: Eksplorasi Persepsi Dan Intensi Umkm Menggunakan Qris," *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, vol. 9, pp. 921–946, 2020, Accessed: Aug. 20, 2023. [Online]. Available: <https://ojs.unud.ac.id/index.php/EEB/article/view/63371>
- [11] TimSBN, "BI Bali Gencarkan Penggunaan QRIS Di 16 Pasar Tradisional Denpasar," <https://spotbalinews.com/bi-bali-gencarkan-penggunaan-qris-di-16-pasar-tradisional-denpasar/>, Aug. 01, 2022.
- [12] K. Wardani and R. Masdiantini, "Pengaruh Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Faktor Sosial Budaya, Motivasi Hedonis dan Nilai Harga terhadap Minat Penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (Qris)," *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika*, vol. 12, pp. 254–263, 2022, Accessed: Aug. 20, 2023. [Online]. Available: <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJA/article/view/38188>

