

## ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN DENGAN PENGGUNAAN SISTEM PEMBAYARAN DIGITAL

**Saharuddin<sup>1</sup>, Hidayatul Nafia<sup>2</sup>, Judia<sup>3</sup>, Herna<sup>4</sup>**

<sup>1,2,3,4</sup> STIE Amkop Makassar  
Email: saharstieamkop@gmail.com

**Abstract:** *To face the digital economy era, micro, small, and medium enterprises (MSMEs) must digitize their payment systems. To improve transaction efficiency, one digital payment method is the Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS). This study aims to determine whether the QRIS method as a digitalization strategy can be used at the Mamafi Mochi MSME located on Car Free Day (CFD) Boulevard, Makassar. The goal of this study is to ascertain the feasibility of using the QRIS method as a digitalization strategy. This study conducted in-depth interviews with 30 consumers. The study found that QRIS significantly improves operational efficiency, enhances the feasibility aspect of MSME businesses, and enhances the consumer transaction experience. In addition, QRIS helps speed up payments and reduces dependence on cash. Furthermore, this study found that limitations in digital literacy are a major problem for MSMEs. Based on these findings, it is recommended that MSMEs acquire better digital literacy and receive regular training to utilize the potential of QRIS to support their business sustainability. It is hoped that digitalization can be a strategic step for MSMEs to face market changes and consumer demands in the modern era.*

**Keywords:** *QRIS; Business Feasibility; Digitalication; Payment Systems; CFD*

**Abstrak:** Untuk menghadapi era ekonomi digital, usaha kecil dan menengah (UMKM) harus digitalisasi sistem pembayaran. Untuk meningkatkan efisiensi transaksi, salah satu metode pembayaran digital adalah Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS). pada UMKM Mamafi Mochi yang terletak di Car Free Day (CFD) Boulevard, Makassar. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan apakah metode QRIS sebagai strategi digitalisasi dapat digunakan. Dalam penelitian ini, 30 orang konsumen diwawancarai melalui metode wawancara mendalam. Penelitian menemukan bahwa QRIS secara signifikan meningkatkan efisiensi operasional, meningkatkan aspek kelayakan bisnis UMKM, dan meningkatkan pengalaman transaksi konsumen. Selain itu, QRIS membantu mempercepat pembayaran dan mengurangi ketergantungan pada uang tunai. Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa keterbatasan dalam literasi digital adalah masalah utama bagi pelaku UMKM. Berdasarkan temuan ini, disarankan agar pelaku UMKM memperoleh literasi digital yang lebih baik dan mendapatkan pelatihan rutin untuk memanfaatkan potensi QRIS untuk mendukung keberlanjutan bisnis mereka. Diharapkan

digitalisasi dapat menjadi salah satu langkah strategis bagi UMKM untuk menghadapi perubahan pasar dan tuntutan konsumen di era modern.

**Kata Kunci:** QRIS; Kelayakan Bisnis; Digitalisasi; Sistem Pembayaran; CFD

## 1. LATAR BELAKANG

Salah satu solusi inovatif yang muncul untuk memenuhi permintaan yang terus berkembang ini adalah QRIS, teknologi mutakhir yang merevolusi cara kita melakukan pembayaran. Selain itu, menurut data dari survei APJII 2018 yang dilakukan pada tahun 2018, smartphone adalah salah satu perangkat yang paling sering digunakan untuk terhubung ke internet, dengan penggunaan sebesar 93,9% setiap hari. Alat pembayaran non tunai berbasis server menjadi lebih populer di masyarakat karena smartphone menjadi lebih populer. Pada bulan Maret 2020, sebanyak empat puluh perusahaan telah menerbitkan uang elektronik melalui server, menurut data Bank Indonesia. Hal ini menyebabkan pelanggan menggunakan aplikasi e-wallet lebih sering, dan para pedagang telah menyediakan banyak QR Code yang dapat digunakan untuk sistem pembayaran berbasis server seperti e-wallet. Akibatnya, Bank Indonesia menjadi pengatur sistem pembayaran di Indonesia dan pada Agustus 2019 meluncurkan kanal pengiriman berbagi untuk instrumen pembayaran berbasis server yaitu QUI. Aplikasi pembayaran yang terpasang di smartphone yang terhubung ke internet dapat memanfaatkan QRIS.

Dengan memanfaatkan kode QR, QRIS memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi yang mulus dan aman hanya dengan sekali pindai. Teknologi ini memiliki potensi untuk memperlancar proses pembayaran bagi konsumen dan bisnis, membuat transaksi lebih cepat, lebih nyaman, dan lebih aman. Seiring dengan terus berkembangnya adopsi sistem pembayaran digital, QRIS siap memainkan peran kunci dalam membentuk masa depan keuangan. Digitalisasi sistem pembayaran telah menjadi semakin penting, serba cepat dan didorong oleh teknologi saat ini. Dengan meningkatnya e-commerce dan transaksi online, bisnis mencari cara yang efisien dan aman untuk memproses pembayaran. Salah satu solusi tersebut adalah QRIS, sebuah platform pembayaran digital yang bertujuan untuk memperlancar proses pembayaran dan membuatnya lebih nyaman bagi baik bisnis maupun konsumen.

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor kunci dalam keberhasilan implementasi sistem pembayaran digital. Menurut Kotler dan Keller (2016) dalam bukunya *Marketing Management*, kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh berbagai elemen, termasuk kualitas layanan, kemudahan penggunaan, dan nilai yang diterima. Dalam konteks QRIS, kemudahan dalam melakukan transaksi, kecepatan pemrosesan, dan keamanan menjadi aspek penting yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Penelitian oleh Lestari dan Indratno (2020) menunjukkan bahwa penggunaan teknologi pembayaran yang efisien dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya dapat mendorong loyalitas dan retensi pelanggan.

## **2. TINJAUAN PUSTAKA**

### **2.1 Sistem Pembayaran Digital**

Sistem pembayaran digital adalah proses transaksi keuangan yang dilakukan secara elektronik tanpa menggunakan uang tunai. Perkembangan teknologi finansial mendorong masyarakat untuk beralih dari pembayaran tunai ke pembayaran digital demi efisiensi, kecepatan, dan keamanan transaksi (Bank Indonesia, 2023). Digitalisasi ini juga mendukung inklusi keuangan serta kemudahan dalam transaksi di sektor UMKM.

Menurut Lestari & Nugroho (2021), sistem pembayaran digital di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat, seiring dengan meningkatnya penetrasi internet dan penggunaan smartphone. Di sektor UMKM, metode pembayaran digital dianggap mampu meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas pasar. Transformasi digital pada sistem pembayaran mendorong efisiensi, transparansi, serta meningkatkan kepuasan pelanggan (Lestari & Nugroho, 2021).

### **2.2 *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)***

*Quick Response Code Indonesian Standar* atau QRIS adalah sistem pembayaran digital berbasis QR code yang distandarisasi oleh Bank Indonesia dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia. QRIS dirancang agar semua aplikasi pembayaran digital di Indonesia dapat berinteroperasi melalui satu kode QR (Bank Indonesia, 2022). Menurut Prasetyo dan Ramadhan (2023), implementasi QRIS

memberikan kemudahan, kecepatan, serta keamanan transaksi kepada konsumen. Hal ini meningkatkan pengalaman pengguna dalam bertransaksi secara digital.

QRIS mempercepat proses pembayaran dan mengurangi risiko kesalahan input nominal pembayaran, sehingga mendorong efisiensi dan kenyamanan pelanggan” (Prasetyo & Ramadhan, 2023). Selain itu, Yuliani dan Andriani (2022) menyatakan bahwa penggunaan QRIS telah menjadi indikator penting dalam adopsi teknologi oleh UMKM dan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### **2.3 Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan adalah respons emosional terhadap evaluasi pengalaman konsumsi suatu produk atau layanan. Kepuasan muncul ketika harapan pelanggan terpenuhi atau bahkan terlampaui (Kotler & Keller, 2016). Menurut Wahyuni dan Rachmawati (2020), pada konteks sistem pembayaran digital, kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti kemudahan penggunaan, kecepatan transaksi, keamanan, dan keandalan sistem.

Pengalaman pelanggan yang positif dalam menggunakan sistem pembayaran digital akan meningkatkan loyalitas dan niat beli ulang (Wahyuni & Rachmawati, 2020). Sari dan Hidayat (2022) menemukan bahwa semakin sering pelanggan menggunakan QRIS dengan pengalaman yang menyenangkan, semakin tinggi tingkat kepuasannya, khususnya dalam konteks transaksi di UMKM.

### **2.4 UMKM dan Adopsi Teknologi Pembayaran**

Usa Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan sektor penting dalam perekonomian nasional. Dalam menghadapi era digital, UMKM perlu mengadopsi teknologi pembayaran digital agar dapat bersaing dan bertahan. QRIS menjadi solusi yang sangat relevan karena mudah diakses, murah, dan efisien. Penelitian oleh Nugraha dan Fitriani (2023) menemukan bahwa penggunaan QRIS pada UMKM berdampak positif terhadap operasional bisnis, peningkatan kepercayaan pelanggan, serta efisiensi proses pembayaran. Adopsi QRIS oleh pelaku UMKM menjadi katalisator dalam peningkatan kepuasan dan loyalitas pelanggan (Nugraha & Fitriani, 2023).

### **3. METODE PENELITIAN**

Metode dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Menurut Denzin & Lincoln (2009), kata kualitatif adalah sebuah penekanan proses yang tidak mengukur pada penekanan berupa kuantitas, dan intensitasnya. Metode wawancara menjadi teknik untuk pengumpulan data pada penelitian ini. Dalam penelitian ini, peneliti telah melakukan wawancara sebanyak 30 responden, terdiri dari 30 konsumen UMKM Mamafi Mochi. Dalam pengumpulan data primer, penulis menggunakan teknik Nonprobability untuk mengumpulkan data dan peneliti dengan mempersiapkan daftar pertanyaan yang diajukan kepada informan. Selain teknik pengumpulan data dengan wawancara, peneliti juga menggunakan studi literatur dari buku, jurnal, dan sumber-sumber bacaan yang relevan untuk mendukung jurnal ini. Alat bantu yang digunakan untuk wawancara; smartphone, dan peralatan tulis.

### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1. HASIL**

Dalam proses pengumpulan data melalui wawancara semi-terstruktur dengan para pelanggan UMKM Mochi Mamafi yang bertransaksi di area Car Free Day (CFD) Boulevard Makassar, ditemukan bahwa mayoritas informan menyatakan kepuasan mereka terhadap penggunaan QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) sebagai metode pembayaran. Para pelanggan menggambarkan bahwa QRIS memberikan kemudahan dalam bertransaksi, mengurangi ketergantungan terhadap uang tunai, serta mempercepat proses pembayaran di tengah keramaian area CFD.

Salah satu informan, seorang pelanggan tetap, menyampaikan bahwa QRIS mempermudah dirinya dalam melakukan pembayaran karena tidak perlu lagi membawa uang tunai, terutama saat berolahraga pagi. Hal senada diungkapkan oleh beberapa pelanggan lainnya yang merasa bahwa proses transaksi menjadi lebih praktis dan efisien. Temuan ini menunjukkan bahwa aspek kemudahan akses menjadi salah satu faktor penting dalam membentuk pengalaman belanja yang lebih menyenangkan.

Selain kemudahan, kecepatan dan keamanan transaksi juga menjadi sorotan dalam wawancara. Sebagian besar pelanggan merasa lebih aman menggunakan QRIS,

karena tidak perlu mengeluarkan uang tunai di tempat umum yang ramai. Seorang informan bahkan menyebut bahwa penggunaan QRIS membuatnya merasa lebih nyaman karena risiko kehilangan uang fisik atau salah hitung kembalian menjadi tidak ada. Persepsi ini menguatkan bahwa sistem pembayaran digital turut berperan dalam membangun rasa aman dan kepercayaan pelanggan saat bertransaksi.

Namun demikian, tidak semua informan memiliki pengalaman yang mulus dalam menggunakan QRIS. Beberapa pelanggan, khususnya dari kalangan usia yang lebih tua atau yang belum terbiasa dengan teknologi digital, mengaku mengalami kebingungan saat pertama kali menggunakan QRIS. Mereka merasa perlu mendapatkan pendampingan atau penjelasan dari pelaku usaha tentang langkah-langkah penggunaannya. Hal ini mengindikasikan bahwa terdapat tantangan dalam aspek literasi digital pelanggan, yang menjadi salah satu hambatan dalam penerapan QRIS secara optimal.

Secara keseluruhan, wawancara dengan pelanggan menunjukkan bahwa penerapan QRIS memberikan dampak positif terhadap kepuasan pelanggan UMKM Mochi Mamafi. Pelanggan merasa terbantu, transaksi berjalan lebih cepat, dan keamanan lebih terjamin. Namun, untuk mencapai pemanfaatan yang lebih luas, dibutuhkan strategi edukasi dan sosialisasi yang intensif dari pihak UMKM kepada pelanggan, terutama bagi mereka yang belum akrab dengan teknologi digital. Dengan upaya tersebut, QRIS tidak hanya menjadi alat pembayaran modern, tetapi juga menjadi bagian dari peningkatan kualitas layanan dan pengalaman pelanggan di sektor UMKM.

## **4.2. PEMBAHASAN**

Temuan dari wawancara dengan pelanggan UMKM Mochi Mamafi di area CFD Boulevard Makassar menunjukkan bahwa pengalaman mereka dalam menggunakan QRIS sangat memengaruhi tingkat kepuasan terhadap layanan UMKM tersebut. Sebagian besar informan menilai bahwa QRIS memberikan kemudahan, kenyamanan, dan keamanan dalam bertransaksi. Hal ini sejalan dengan pemikiran dalam Expectation-Confirmation Theory (ECT), yang menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan muncul ketika harapan mereka terhadap suatu layanan atau produk dikonfirmasi, atau bahkan dilampaui, oleh pengalaman aktual (Bhattacharjee, 2001).

Dalam konteks ini, kemudahan akses pembayaran melalui QRIS dipersepsikan pelanggan sebagai bentuk pemenuhan ekspektasi atas transaksi yang praktis dan efisien, sehingga mereka merasa puas dan ingin kembali berbelanja.

Lebih lanjut, pengalaman pelanggan juga merefleksikan prinsip-prinsip dalam *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikemukakan oleh Davis (1989), yaitu bahwa penerimaan terhadap teknologi sangat dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan kegunaan teknologi tersebut (*perceived usefulness*). Narasi dari pelanggan menunjukkan bahwa QRIS dinilai mudah digunakan, terutama oleh mereka yang telah terbiasa dengan aplikasi pembayaran digital, dan memberikan manfaat nyata dalam menghindari antrean serta mempercepat proses pembayaran. Namun demikian, tidak semua pelanggan merasakan hal yang sama. Beberapa pelanggan mengungkapkan kendala dalam menggunakan QRIS karena keterbatasan pemahaman terhadap teknologi, terutama pada segmen pelanggan yang belum familiar dengan sistem pembayaran digital. Temuan ini menegaskan pentingnya pendekatan edukatif dan pendampingan dari pihak UMKM terhadap pelanggan mereka.

Dalam kerangka tersebut, QRIS tidak hanya dipandang sebagai alat pembayaran, tetapi juga sebagai bagian dari strategi pelayanan yang menciptakan nilai lebih bagi pelanggan. Ketika pelanggan merasa terbantu dan aman dalam bertransaksi, hal ini bukan hanya meningkatkan kepuasan, tetapi juga membentuk loyalitas. Oleh karena itu, implementasi QRIS di UMKM Mochi Mamafi menjadi contoh konkret bagaimana teknologi dapat memperkaya pengalaman pelanggan, selama ada kesadaran dan komitmen dari pelaku usaha untuk memastikan seluruh pelanggan dapat mengakses dan memahami teknologi tersebut dengan baik.

## **5. KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan temuan yang diperoleh dari wawancara mendalam dengan sejumlah pelanggan UMKM Mochi Mamafi di CFD Boulevard Makassar, dapat disimpulkan bahwa implementasi sistem pembayaran QRIS telah memberikan pengaruh positif terhadap pengalaman dan kepuasan pelanggan. Pelanggan secara umum merasa bahwa QRIS menghadirkan kemudahan dan kecepatan dalam proses

transaksi, yang pada akhirnya menciptakan kenyamanan dalam berbelanja. Pengalaman ini menunjukkan bahwa harapan pelanggan terhadap sistem pembayaran modern berhasil dipenuhi oleh kehadiran QRIS, bahkan dalam beberapa kasus, melebihi ekspektasi awal mereka.

Lebih jauh, penggunaan QRIS juga menciptakan rasa aman dalam bertransaksi, yang menjadi nilai tambah penting bagi pelanggan, terutama dalam situasi di mana mereka menghindari penggunaan uang tunai. Namun demikian, tidak semua pelanggan langsung merasa terbantu; sebagian dari mereka, khususnya yang kurang familiar dengan teknologi, mengaku mengalami kebingungan pada tahap awal penggunaan. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan implementasi teknologi baru sangat dipengaruhi oleh pemahaman dan kesiapan pelanggan, serta dukungan dari pihak pelaku usaha.

Berdasarkan refleksi dari pengalaman pelanggan, disarankan agar UMKM Mochi Mamafi tidak hanya mempertahankan penggunaan QRIS sebagai sarana transaksi, tetapi juga mengembangkan strategi edukatif yang inklusif agar seluruh pelanggan, tanpa terkecuali, dapat merasakan manfaat teknologi ini. Edukasi dapat dilakukan melalui media sosial, pamflet visual di gerai, serta pendampingan langsung saat proses transaksi berlangsung, khususnya bagi pelanggan yang baru pertama kali menggunakan QRIS.

Selain itu, pelaku UMKM disarankan untuk secara berkala melakukan evaluasi kepuasan pelanggan melalui wawancara singkat atau diskusi informal untuk menangkap kesan dan harapan pelanggan terhadap sistem pembayaran ini. Umpan balik semacam ini sangat penting untuk menyesuaikan strategi layanan agar lebih responsif dan adaptif terhadap kebutuhan pelanggan.

Dengan terus mengedepankan pendekatan yang ramah teknologi dan berorientasi pada pengalaman pelanggan, Mochi Mamafi dapat membangun loyalitas yang kuat dan berkelanjutan. Inovasi dalam layanan tidak hanya menciptakan efisiensi, tetapi juga memperkuat hubungan emosional antara pelanggan dan usaha, yang pada akhirnya akan mendorong pertumbuhan UMKM di era digital.

## 6. DAFTAR PUSTAKA

- ASPI Indonesia. (2022). QRIS sebagai Standar Pembayaran Digital Nasional.
- Bank Indonesia. (2020). Digital Payment and QRIS.
- Bank Indonesia. (2022). Batas Transaksi QRIS Ditingkatkan.
- Bank Indonesia. (2023). Interkoneksi Sistem Pembayaran Digital ASEAN Melalui QRIS.
- Bank Indonesia. (2023). Sistem Pembayaran Digital untuk Inklusi Keuangan.
- Deli, N. P., Hasibuan, A. F. H., Damanhur, D., & Falahuddin, F. (2023). Implementasi QRIS dalam meningkatkan efisiensi transaksi UMKM di Kota Takengon: Perspektif keuangan Islam. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 4(2), 1–15.
- Ekaputra, P. S., Ciptosari, F., & Halim, T. (2024). Adopsi teknologi pembayaran digital QRIS di kalangan UMKM Labuan Bajo: Tantangan dan peluang. *Jurnal Akademisi Vokasi*, 3(2), 1–13.
- Erika, S., Wahyudi, M. R., Maharani, N. B., & Nofirda, F. A. (2024). Analisis kinerja UMKM di Pekanbaru melalui sistem pembayaran QRIS. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), 1–10.
- Fadrizha Nanda, T. S., Evriyenni, & Rahmi. (2023). Dampak adopsi QRIS pada UMKM food & beverage di Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi dan Bisnis Islam (JIMEBIS)*, 4(2), 92–98.
- Hairani, F., Damanik, R., Budhi, A. F., Pristiwanda, D., Rizki, A. P., & Nasution, D. P. (2023). Pengaruh penggunaan QRIS untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi pembayaran UMKM di Medan. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis (JEMB)*, 1(3), 50–60.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Lestari, A., & Indratno, S. (2020). The effect of digital payment on customer satisfaction. *Journal of Marketing Research*, 12(3), 45–56.
- Lestari, W., & Nugroho, A. (2021). Transformasi pembayaran digital di UMKM melalui QRIS. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 6(2), 112–125.
- Prasetyo, A., & Ramadhan, R. (2023). Pengaruh penggunaan QRIS terhadap kepuasan konsumen UMKM. *Jurnal Ekonomi Digital dan UMKM*, 4(2), 70–78.
- Rahmawati, R. (2021). The impact of digital payment systems on customer satisfaction in small businesses. *International Journal of Business and Management*, 9(2), 78–89.
- Ruchyat, N. S., Dilla, S., & Jumrana. (2024). Pengaruh penggunaan QRIS terhadap adopsi pembayaran non-tunai pada UMKM di Kota Kendari. *Newcomb: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media*, 2(1), 1–20.
- Sari, N. N., & Hidayat, R. (2022). Pengaruh QRIS terhadap kepuasan konsumen UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Riset*, 4(3), 95–105.
- Saridawati, S., Anggraini, S. A., Setiyani, E. A., & Aprilianti, H. (2024). Dampak penggunaan QRIS pada UMKM Azkiya Dimsum dalam mendorong pertumbuhan ekonomi digital. *Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisiplin*, 8(10), 100–110.

- Susanti, M., Aqidah, N., & Rahman, M. A. (2025). Analisis persepsi pelanggan terhadap penggunaan QRIS pada UMKM di Probolinggo. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 8(1), 1–12.
- Wahyuni, D., & Rachmawati, R. (2020). Kepuasan pelanggan dalam transaksi digital: Studi pada pengguna QRIS. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 5(2), 150–162.
- Yuliani, R., & Andriani, T. (2022). Implementasi pembayaran digital QRIS dan kepuasan pelanggan UMKM. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 6(1), 45–55.