

DAMPAK QRIS DAN FINTECH PADA UMKM DI MASA DAN PASCA PANDEMI COVID 19

Ratih Yuni Arman¹, Tri Pamungkas², Fadlur Rohman³

Universitas Al Hikmah Jepara

*Corresponding Author: la2link@yahoo.com

ABSTRAK

Pandemi covid 19 membawa dampak pada semua sektor bagi seluruh warga negara khususnya Indonesia. Kehilangan keluarga tercinta menjadi kesedihan luar biasa dan dampak ekonomi menjadi salah satu efek domino dari pandemi ini. Untuk tetap mempertahankan roda ekonomi, beberapa kebijakan diambil agar korban tidak bertambah banyak dengan membatasi kontak fisik, namun roda ekonomi tetap harus berjalan dan berkembang demi masa setelah pandemi. Kebijakan menitikberatkan pada sektor teknologi sebagai kontributor utama untuk negara kita *survive* dari pandemi. Terbukti secara ekonomi, munculah solusi keuangan berbasis teknologi yang mampu meminimalkan kontak fisik sehingga tidak menambah jumlah penderita, namun juga mampu menggerakkan sistem ekonomi secara signifikan dan bahkan tetap mengalami perkembangan. Menggunakan metode kualitatif deskriptif peneliti bermaksud memaparkan fenomena pergerakan teknologi keuangan saat pandemi yang berubah menjadi tulang punggung perkembangan ekonomi bahkan hingga jauh setelah pandemi terlewati. QRIS dan Fintech bertransformasi dari sebuah solusi menjadi sebuah evolusi keuangan di negara kita.

Kata kunci: QRIS, fintech, pandemi, transformasi ekonomi digital

ABSTRACT

The COVID-19 pandemic has significantly affected various sectors of society, particularly in Indonesia. In addition to the health crisis, the pandemic caused profound social and economic disruptions, including the loss of loved ones and declining economic stability. To reduce the spread of the virus, the government implemented policies that limited physical contact while ensuring that economic activities could continue. One of the key strategies emphasized the use of digital technology to support economic resilience. During this period, technology-based financial services emerged as effective solutions to minimize direct interactions in financial transactions. Digital payment systems and financial technology platforms enabled people to conduct economic activities more safely and efficiently. This study employs a descriptive qualitative method to describe the development of financial technology during the pandemic. The findings indicate that financial technologies, particularly QRIS and fintech services, have transformed from temporary solutions into essential components of Indonesia's financial ecosystem. These technologies not only supported economic activity during the pandemic but also continue to contribute to financial transformation and economic development in the post-pandemic era.

Keyword: QRIS, fintech, covid-19 pandemic, digital economic transformation

PENDAHULUAN

Pada 2 maret 2020 lalu, virus SARS- CoV-2 pertama kali masuk ke negara Indonesia dan *laporcovid19.org* menyebutkan bahwa korban meninggal mencapai angka sebesar 165.766 jiwa sampai April tahun 2022. Upaya untuk menekan laju penularan dan korban yang meniggal telah banyak dilakukan oleh pemerintah kita seperti vaksinasi dan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar). Tujuan dilaksanakannya PSBB adalah untuk membatasi aktivitas warga yang otomatis memberikan dampak signifikan pada sektor ekonomi. Untuk beradaptasi dengan PSBB namun tetap *survive* dalam kondisi *pandemic*, maka munculah solusi memanfaatkan teknologi sebagai salah satu media menghidupkan kembali sektor ekonomi sehingga kegiatan jual beli tetap terjadi. Penggerak ekonomi yang paling dekat dengan masyarakat adalah UMKM yang perkembangannya menunjukkan angka positif. UMKM adalah unit produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau Badan Usaha di semua sektor ekonomi (Tambunan, 2013).

Dengan kesadaran bahwa teknologi adalah gerbang untuk bisa selamat dari pandemic, maka pemilik UMKM berbondong-bondong menggunakan teknologi ini untuk mengembangkan usahanya, UKM bisa bertahan dan berkembang di masa pandemi jika memiliki sumber daya manusia yang mahir dalam teknologi digital (Ardiyasa & Wibawa, 2018). Namun, tak sedikit pula pemilik UMKM yang masih enggan menggunakan teknologi sebagai salah satu cara untuk mengembangkan usahanya. Hal ini dikarenakan banyak hal, seperti rendahnya pendidikan pemilik UMKM, kurangnya informasi tentang internet dan teknologi lainnya (Kurniawan & Asharudin, 2018); juga karena pemikiran bahwa dengan pilihan pemilik UMKM yang lebih memilih memegang fisik uang daripada menyimpan hasil penjualan dalam rekening karena dianggap menyusahkan. Memanfaatkan teknologi memberikan arti bahwa kegiatan UMKM akan memaksimalkan alat seperti HP, laptop dan mesin atau produk hasil teknologi yang sudah tersedia, termasuk aplikasi-aplikasi yang bisa dimanfaatkan untuk perkembangan kegiatan UMKM. Media teknologi yang akan kita gunakan haruslah terkoneksi internet, yang jumlah pemakainya meningkat setiap tahunnya, sesuai dengan data APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) yang dimuat dalam artikel di *inilah.com* menyebutkan bahwa pengguna internet sampai pada Mei 2024 mencapai 221.563.479 jiwa dari total populasi 278.696.200 jiwa penduduk Indonesia tahun 2023.

Dalam proses pemasaran dan penjualan produk, UMKM bisa secara aktif, mandiri dan kreatif dalam menarik konsumen untuk tertarik melihat dagangan yang dijajakan melalui platform media sosial yang terkoneksi dengan *platform marketplace*. Hal ini memberikan dampak positif karena seketika menyediakan sarana yang bisa mengakomodir keinginan konsumen untuk bisa langsung memiliki barang atau jasa yang sedang di inginkan, “media sosial berbeda dari media tradisional karena lebih murah dan lebih mudah diakses” (Wright & Hinson, 2009). Pemasaran melalui media sosial ini sangat menguntungkan pelaku UMKM dan konsumen, karena pelaku UMKM terbuka untuk sering merubah konten pemasaran produk disesuaikan dengan minat konsumen, juga untuk memberikan potongan harga yang selalu bisa berubah-ubah untuk meningkatkan penjualan. Sedangkan bagi konsumen sendiri, pemasaran melalui media sosial (*e-marketing*) ini menjadi pilihan yang sangat menarik karena memanjakan konsumen untuk bisa memilih produk sesuai tanpa harus keluar rumah, lengkap dengan

review produk dari pembeli lain yang juga bisa ditampilkan di layar. Personalisasi pemasaran seperti ini diharapkan mampu meningkatkan rasa percaya konsumen untuk membeli produk UMKM. Sedangkan dalam proses penjualannya, *platform marketplace* sudah menyediakan ruang yang sangat membantu pedagang untuk bisa langsung berinteraksi dengan konsumen melalui ruang chat yang disediakan di platform tersebut. Saat konsumen memutuskan untuk membeli sebuah produk, maka penjual akan bisa langsung mencetak resi lengkap dengan keterangan pembayaran yang sudah atau akan dilakukan. Hal ini memudahkan penjual untuk membuat laporan penjualan lengkap dengan laporan keuangannya.

Dalam penjualan konvensional, agak sedikit berbeda kondisinya, karena kenyataannya masih banyak pedagang dan konsumen yang masih setia melakukan kegiatan jual beli secara konvensional / tradisional. Menurut pernyataan Brotodiharjo (1996) dalam (Fitriana dkk., 2021), pedagang konvensional adalah suatu kegiatan jual beli antara penjual dan pembeli yang terjadi secara berhadapan langsung. Perdagangan secara konvensional ini juga saling menguntungkan kedua pihak. Sebagai calon konsumen, mereka diuntungkan dengan kenyataan bahwa mereka bisa melihat dan menyentuh produk yang diinginkan sehingga konsumen bisa memastikan kualitas produk yang ingin dimiliki. Sedangkan untuk pedagang sendiri, mereka memiliki peluang untuk berinteraksi secara pribadi kepada konsumen, sebagai langkah untuk membuat konsumen berbelanja lagi di tokonya. Seperti disebutkan dalam penelitian sebelumnya (Lindiawatie, dkk) , bahwa pelaku usaha perdagangan konvensional ini tercatat di angka 65,9% pada tahun 2022, lebih besar dari perdagangan online yang sebesar 34,10%. Data tersebut membuktikan bahwa perdagangan konvensional masih menjadi primadona dalam kehidupan perekonomian kita. Data tersebut bisa diartikan bahwa pedagang konvensional- pun beradaptasi dengan tantangan yang diberikan oleh *online shopping*. Upaya adaptasi yang dilakukan oleh pedagang konvensional seperti penataan ruangan toko, menambah jenis barang dagangan, dan mampu bertahan di era persaingan ketat dengan modern ritel (Rohmania, 2023 dalam Ahksan dan Sadriani 2024).

Dalam upaya untuk mampu bersaing dengan ritel modern dan sejalan dengan era serba teknologi, maka salah satu strategi yang dijalankan pelaku dagang konvensional adalah dengan menerapkan pembayaran dan pembukuan digital sebagai salah satu produk dari *Fintech*. *Fin-tech* (*Finance Technology*). Menurut The National Digital Research Centre (NDRC), *Fintech* adalah sebuah inovasi dalam layanan keuangan yang merupakan suatu inovasi pada sektor finansial dengan memberikan sentuhan teknologi modern. *Fintech* berperan untuk memberi solusi struktural bagi pertumbuhan industri berbasis elektronik (*e-commerce*), mendorong pertumbuhan usaha kecil dan menengah, serta mendorong usaha kreatif. *Fintech* bisa diartikan sebagai inovasi dari industri jasa keuangan yang memanfaatkan industri teknologi. Produk *fintech* ini bertujuan untuk memudahkan masyarakat melakukan transaksi digital. Dalam era *fintech* ini, muncullah aplikasai-aplikasi jasa keuangan yang memudahkan pelaku bisnis konvensional untuk menerima pembayaran dari pelanggan secara non tunai. Tidak hanya itu saja, *fintech* dengan segala inovasinya, memudahkan pedagang konvensional untuk bisa langsung merekap omset, memperkirakan laba sampai membuat laporan keuangannya. Produk *fintech* yang sedang marak saat ini adalah mode pembayaran digital dan dan aplikasi pembukuan digital.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, dan pendekatan yang digunakan adalah pendekatan fenomenologi. Metode kualitatif deskriptif digunakan untuk mengkaji fenomena yang sedang terjadi saat ini. Dalam bukunya, Moleong (2016) dalam (Tamam Sabila dkk, 2024) menjelaskan tentang metode kualitatif yang bermaksud untuk memahami fenomena yang memiliki keterkaitan dengan perilaku, pengamatan, motivasi dan tindakan yang disampaikan secara deskriptif secara alamiah dengan metode alami. Pendekatan penelitian kualitatif dilakukan untuk mendapatkan pemahaman dan interpretasi secara komprehensif dan mendalam terhadap data yang naratif dan deskriptif. Data disajikan menggunakan kata-kata tertulis atau lisan dari perilaku orang yang diamati. Tujuan dari metode ini adalah untuk memahami fenomena sosial yang terjadi dimasyarakat. Berdasarkan hal ini, peneliti menggunakan data sekunder yang berasal dari berbagai sumber yang terpercaya kebenarannya seperti website, artikel, skripsi, jurnal penelitian dan atau literatur akademis lainnya yang relevan dengan topik jurnal yang sedang diteliti. Data dari sumber-sumber inilah yang dijadikan landasan untuk melakukan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari beberapa sumber penelitian dan kajian teoritis yang telah disampaikan, dapat di sebutkan bahwa adanya keterkaitan dari penggunaan QRIS dan penerapan *fintech* yang awalnya adalah sebagai solusi agar roda perekonomian saat terjadi pandemi sekarang menjadi trend solusi transaksi keuangan yang dinamis dan sangat bermanfaat bagi masyarakat. Terbukti bahwa pemakaian QRIS dan penerapan *fintech* masih berlangsung hingga sekarang.

1. Pembayaran Digital

Salah satu aplikasi keuangan yang sedang trending sekarang ini adalah sistem pembayaran melalui QRIS. QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) adalah penyatuan berbagai QR Code dari berbagai Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) seperti gopay, dana, ovo, link aja dan sebagainya.

Gagasan tentang penggabungan beberapa PJSP ini dicanangkan oleh Bank Indonesia sejak Mei 2019 dan telah diatur dalam Peraturan Anggota Dewan Gubernur (PADG) No. 21/18/2019 Pasal 1 angka 5, yang menjelaskan bahwa QRIS adalah Standar QR Code Pembayaran yang ditetapkan oleh Bank Indonesia untuk digunakan dalam memfasilitasi transaksi pembayaran. Tujuan Bank Indonesia saat menggagas QRIS adalah untuk memudahkan masyarakat melakukan pembayaran secara digital. Pembayaran menggunakan QRIS ini sangat bermanfaat disaat pandemi Covid-19, karena mengurangi kontak langsung antara pelaku perdagangan, namun tetap bisa digunakan sampai sekarang. QRIS membantu UMKM tetap bisa melakukan transaksi penjualan saat masa pandemi.

Hal ini memberikan dampak positive pada kondisi perekonomian kita saat pandemi berlangsung. Data Bank Indonesia menyebutkan bahwa sampai dengan Juni 2023 jumlah merchant pengguna QRIS sudah mencapai 26,7 juta dan jumlah

pengguna sebanyak 37 juta, dengan Proses pengajuan pembuatan QRIS seperti yang dicantumkan dalam laman situs Bank Indonesia, pembuatannya sangat mudah yaitu memilih PJP (Penyedia Jasa Pembayaran) yang berizin Bank Indonesia, membuat *merchant* dengan mengunjungi kantor PJP yang telah dipilih atau bisa secara *online*, ferivikasi dokumen untuk pembuatan merchant dan kode QRIS, dan merchant QRIS siap digunakan. Dengan pembuatan QRIS ini, UMKM akan mendapatkan beberapa keuntungan seperti meningkatkan penjualan, pembayaran lebih praktis dan efisien, transaksi lebih aman karena pembayaran non tunai sehingga menghindari mendapatkan uang palsu atau kurang bayar, dan dengan memiliki *merchant* QRIS membuat UMKM terkesan lebih canggih sehingga mampu meningkatkan *brand image* nya.

2. Pembukuan Digital

Setelah pembayaran yang dilakukan menggunakan QRIS, UMKM juga bisa mulai mengolah pembukuan menggunakan aplikasi- aplikasi digital yang sudah banyak tersedia di smart phone atau dari penyedia jasa pembuat aplikasi pembukuan digital. Hal ini penting dilakukan karena biasanya, UMKM selaku pedagang konvensional jarang sekali melakukan kegiatan pencatatan atas kegiatan perdagangan yang dilakukan. Hal ini biasanya karena mereka harus mencatat dalam buku tulis besar dan membutuhkan waktu untuk membuat kolom-kolom yang sesuai dengan informasi yang dibutuhkan pemilik UMKM. Hanya saja, karena terlalu sederhana, pembukuan atas penjualan jarang sekali bisa menggambarkan apakah UMKM tersebut sedang mengalami perkembangan atau malah mengalami kerugian. UMKM harus mulai memanfaatkan teknologi pembukuan digital untuk membukukan kegiatan perdagangannya dan untuk mengetahui perkembangan usaha yang dimilikinya.

Kegiatan pembukuan digital ini meliputi pencatatan penjualan, pemasukan, pengeluaran hingga laporan rugi laba. Dalam pembukuan digital ini bisa menggambarkan laporan keuangan UMKM sehingga pemilik UMKM bisa melihat perkembangan usahanya. Karena pembukuan digital mampu mengolah data dan menyajikan kesimpulan dari data yang di *input* untuk memudahkan pemilik UMKM mengambil keputusan *crucial* demi perkembangan UMKM-nya. Berbeda dengan pembukuan manual, karena terbatas pada *input* data saja, menuliskan kegiatan sehari-hari saja, namun membutuhkan waktu lebih lama untuk mendapatkan analisa perkembangan UMKM nya. Pembukuan digital ini sudah banyak tersedia di *smart phone*, dan bisa langsung di unduh secara gratis atau berbayar. Dalam situs pina.id tercantum beberapa rekomendasi pembukuan digital gratis bagi UMKM seperti PINA, Buku Warung, Teman Bisnis, Wave, Labamu dan Akuntansiku. Karena aplikasi ini gratis, maka terdapat beberapa keterbatasan, namun masih mampu menyesuaikan dengan kebutuhan pembukuan UMKM.

3. Keamanan dan Efisiensi

Dengan menerapkan penggunaan QRIS secara otomatis pelaku UMKM mendapatkan jaminan keamanan dari resiko kurang bayar saat transaksi, lebih bayar saat mengembalikan atau bahkan resiko penerimaan uang palsu yang jelas akan merugikan UMKM. Dengan pembayaran melalui QRIS dana secara otomatis akan tersimpan dalam rekening tanpa harus memikirkan resiko-resiko tersebut. Memilih pembukuan dengan *fintech* juga terbukti memberikan dampak efisiensi waktu dalam pencatatan data penjualan yang nantinya bisa menjadi dasar untuk mengambil keputusan dalam

pengembangan UMKM nya. Tak hanya efisiensi waktu, namun juga efisiensi biaya, karena dengan penerapan *fintech* maka UMKM sudah tidak memerlukan lagi mengeluarkan biaya honor untuk karyawan pembukuan yang memiliki resiko *human error* sehingga dimungkinkan salah data hingga berdampak pada kurang tepatnya mengambil keputusan untuk mengembangkan usaha.

SIMPULAN

Kondisi ekonomi saat pandemi berlangsung memberikan dampak signifikan yang akhirnya memunculkan solusi luar biasa yang tidak hanya mampu meberikan solusi pada waktu itu saja, namun juga mampu untuk menghidupkan lagi sektor ekonomi dengan lebih pesat seperti yang disebutkan di salah satu laman yang menyebutkan bahwa pertumbuhan transaksi menggunakan QRIS sebesar 162% membawa dampak nyata dalam perekonomian di Indonesia. Karena QRIS mendorong usaha kecil untuk masuk dalam sistem pembayaran formal sehingga memudahkan pemerintah untuk melakukan perencanaan kebijakan berbasis data mendorong pertumbuhan ekonomi rumah tangga yang merupakan pendorong utama Produk Domestik Bruto. Hebatnya lagi, QRIS dan *Fintech* sudah termuat dalam *blueprint* sistem pembayaran Indonesia di tahun 2030 yang dicanangkan oleh Bank Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiyasa, I.W., & Wibawa, I.P.C (2018) Pembuatan Aplikasi E-Commerce Berbasis WEB pada UMKM Kopi UD. Arta Merta Banjar Bandingkayu Desa Pengeragoan, Jembrana, *WIDYABHAKTI Jurnal Ilmiah Populer*, 1(3), 67-71.
- Akhsan, S.I.M., & Saddriani, A., 2024. Pedagang Konvensional di Era Perkembangan Bisnis Online (Analisis Pedagang di Pasar Senggol Kecamatan Ujung Kota Pare-Pare. *Pinisi Journal of Sociology Education Review*. 4(2). 194-200.
- Fitriana, L., Fitlayeni, R., & Akbar, W.K. (2021). Strategi Pedagang Konvensional Di Tengah Perkembangan Pasar Online (Studi Kasus pada Pedagang Konvensional di Pasar Nagari Air Bangis Kecamatan Sungai Berenas Kabupaten Pasaman Barat). *Jurnal Horizon Pendidikan*, 1(3), 543-553.
- Khoiruddin. Muh (2023). Optimalisasi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat (Studi pada UMKM di Desa Tamansuruh Banyuwangi). *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi (JUMIA)*, 1(2), 327-336.
- Kurniawan, A., & Asharudin, M., 2018, Small and Medium Enterprises (SMES) Face Digital Marketing. *Muhammadiyah International Journal of Economics and Business*, No 2, Vol 1.
- Lindiawatie dkk. (2024). Analisis Perbandingan Penjualan Offline dan Online Produk Fashion Meccanism Sebagai Cara Menarik Konsumen. *CEMERLANG Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol 4(1), 333-345.
- Rifqi Alfalah Hutagalung dkk. (2021). Analisis Perbandingan Keberhasilan UMKM Sebelum Dan Saat Menggunakan Quick Response Indonesian Standar (QRIS) Di Kota Pematangsiantar. *EKUILNOMI Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Vol 3(2).
- Tamam Sabila dkk. (2024). Implementasi Financial Teknologi QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) Dalam Efisiensi Pembayaran Pada UMKM di Bandar Lampung. *JIEMAS Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen dan Syariah*, Vol 3(3), 469-473.
- Wright, D.K., & Hinson, M.D. (2009). Examining How Public Relations Practitioners Actually Are Using Social Media. *Public Relations Journal*, 3, 1-33.
- Tumbuh 162%, QRIS Jadi Tulang Punggung Transaksi Digital Juli 2025. (2025). Diakses pada 10 Maret 2026 dari <https://qris.interactive.co.id/homepage/blog-detail.php?lang=en&page=MjE5>
- Blue Print Pembayaran Indonesia Tahun 2030. (2024). Diakses pada 10 Maret 2026 dari <https://www.bi.go.id/id/publikasi/kajian/Documents/Blueprint-Sistem-Pembayaran-Indonesia-2030.pdf>