

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pertumbuhan ekonomi dan perkembangan ilmu pengetahuan teknologi khususnya dalam dunia usaha yaitu dengan munculnya berbagai perusahaan yang berusaha menciptakan produk dan jasa guna memenuhi kebutuhan konsumen. Pertumbuhan dan perubahan yang terjadi di dunia usaha merupakan suatu hal yang wajar karena sepanjang sejarah pemasaran, pasar berada dalam suatu kondisi yang berubah-ubah, sehingga perusahaan harus bergerak bersama pasar, yaitu dengan mengubah sistem pemasaran yang sesuai dengan perubahan situasi dan kondisi konsumen.

Salah satu sektor usaha yang terkena dampak yaitu UMKM, di Indonesia UMKM berkembang sangat pesat. Pada tahun 2021 UMKM meningkat sebesar 65,5 juta UMKM, UMKM merupakan *critical engine* dalam perekonomian di Indonesia. Kontribusi UMKM terhadap PDB sebesar 60,5%, hal ini menunjukkan bahwa perekonomian kita bertopang pada UMKM. Pemerintah harus memberikan fasilitas kemudahan bagi pelaku UMKM khususnya di sektor teknologi (Econ.go.id, 2022).

Di Provinsi Jambi UMKM juga berkembang dengan pesat, pada tahun 2021 UMKM di Provinsi Jambi tumbuh sebesar 165.497 UMKM dari tahun sebelumnya yang hanya 138.470 UMKM. Pemberdayaan UMKM merupakan langkah strategis dalam menggerakkan perekonomian masyarakatnya. Menurut data dari BPS Provinsi Jambi jumlah usaha berdasarkan klasifikasi Industri sebagai berikut :

Tabel 1.1 Klasifikasi - Klasifikasi Industri Mikro dan Kecil di Provinsi Jambi

| Klasifikasi Industri | Perusahaan |
|--|-------------------|
| Makanan | 9.403 |
| Minuman | 1.277 |
| Tekstil | 220 |
| Pakaian Jadi | 4.932 |
| Kulit, Barangg dari kulit dan Alas Kaki | 27 |
| Kayu, Gabus dan Anyaman dari Bambu, dll. | 2.726 |
| Pencetakan dan Resproduksi Media Rekaman | 255 |
| Bahan Kimia dan Barang dari Bahan Kimia | 1.866 |
| Farmasi, Produk Obat Kimia dan Obat Tradisional | 58 |
| Karet, barang dari karet dan plastik | 238 |
| Barang Galian Bukan Logam | 1.955 |
| Barang Logam, bukan Mesin dan Peralatannya | 1.552 |
| Peralatan Listrik | 9 |
| Mesin dan Perlengkapan YTDL | 11 |
| Kendaraan bermotor, Trailer dan Semi Trailer | 56 |
| Alat Angkutan Lainnya | 94 |
| Furniture | 734 |
| Pengolahan Lainnya | 371 |
| Jasa Reparasi dan Pemasangan Mesin dan Peralatan | 274 |
| Total | 26.056 |

Sumber : Provinsi Jambi Dalam Angka (2022).

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa usaha kuliner yang bergerak di bidang makanan dan minuman menjadi urutan terbanyak di Provinsi Jambi yaitu sebesar 10.680 UMKM. Kemudian, dari 11 kabupaten/kota di Provinsi Jambi, Kota Jambi mampu menyerap 10.538 tenaga kerja dari UMKM 4.960 UMKM dan usaha di bidang kuliner juga menjadi pilihan utama pelaku usaha yang ada di Kota Jambi, yaitu sebanyak 10.332 UMKM mampu menyerap tenaga kerja sebesar 18.508 (Pramita Sari, 2022)

Semakin banyak UMKM maka persaingan dalam penjualan meningkat, hal inilah yang harus diatasi oleh setiap UMKM. Berdirinya UMKM bertujuan untuk memperoleh laba sebanyak banyaknya agar dapat membiayai operasi usaha dan mempertahankan kelangsungan hidupnya serta mampu mengembangkan usahanya. Untuk mencapai laba atau keuntungan yang optimal, maka *volume* penjualan perusahaan harus maksimal. *Volume* penjualan diartikan sebagai jumlah barang yang diproduksi atau barang yang terjual dari suatu kegiatan produksi dalam waktu tertentu (Mariatun, 2017). Dalam mewujudkan *volume* penjualan yang maksimal, perusahaan umumnya akan melakukan berbagai strategi.

Promosi merupakan salah satu faktor yang dapat meningkatkan *volume* penjualan. Promosi dan *volume* penjualan merupakan suatu yang saling berkaitan dalam meningkatkan penjualan, karena semakin gencar promosi maka akan semakin dikenal oleh masyarakat dan tentunya akan meningkatkan penjualan. Kotler dan Keller (dalam Sari & Tores, 2022) mengemukakan promosi adalah sarana dimana perusahaan berusaha untuk menginformasikan, membujuk dan mengingatkan konsumen baik secara langsung atau tidak langsung tentang suatu produk dan merek yang mereka jual. *Volume* penjualan merupakan dimana pihak lain mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan, menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai melalui proses sosial dan manajerial.

Faktor lain yang dapat meningkatkan *volume* penjualan adalah penggunaan QRIS. Dengan hadirnya sistem pembayaran QRIS diharapkan dapat meningkatkan efisiensi dalam pembayaran. Penerapan QRIS bertujuan untuk menciptakan sistem pembayaran yang aman, lancar, dan dapat diandalkan sehingga dapat menarik konsumen untuk melakukan transaksi pembelian pada UMKM.

Provinsi Jambi merupakan salah satu Provinsi yang pelaku UMKMinya menggunakan QRIS terbanyak yaitu sebesar 197.640 *merchant* (UMKM). Berdasarkan data yang diperoleh dari Bank Indonesia Provinsi Jambi, Kota Jambi memiliki jumlah *merchant* (UMKM) pengguna QRIS terbanyak di Provinsi

Jambi, yaitu 88.359 *merchant*, disusul dengan Kabupaten Muaro Jambi sebanyak 21.316 *merchant* dan Kabupaten Merangin sebanyak 13.975 *merchant*. Berikut merupakan data perkembangan pengguna QRIS di Provinsi Jambi tahun 2020 – 2022.

Tabel 1.2 Perkembangan Merchant Pengguna QRIS di Kabupaten / Kota Provinsi Jambi

| No | Kabupaten / Kota | Oktober 2020 - September 2021 | Oktober 2021 - September 2022 |
|---------------|----------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| 1 | Batanghari | 3.833 | 7.797 |
| 2 | Bungo | 11.799 | 18.799 |
| 3 | Kerinci | 3.115 | 7.219 |
| 4 | Merangin | 6.283 | 13.975 |
| 5 | Muaro Jambi | 10.317 | 21.316 |
| 6 | Sarolangun | 6.739 | 10.259 |
| 7 | Tanjung Jabung Barat | 6.513 | 10.659 |
| 8 | Tanjung Jabung Timur | 1.484 | 3.653 |
| 9 | Tebo | 5.018 | 8.754 |
| 10 | Kota Jambi | 56.599 | 88.359 |
| 11 | Kota Sungai Penuh | 2.615 | 6.850 |
| Jumlah | | 114.315 | 197.640 |

Sumber : Bank Indonesia Jambi, 2022.

Tingginya penggunaan QRIS pada *merchant* (UMKM) di Kota Jambi, mengindikasikan bahwa Kota Jambi sebagai pusat kegiatan ekonomi dari masyarakat Provinsi Jambi dengan fasilitas penunjang yang lebih lengkap daripada wilayah lain. Adanya penerapan sistem verifikasi *biometric* pada aplikasi QRIS, sehingga mempermudah konsumen dalam pembayaran digital dengan cepat, murah, aman, dan andal.

Bank Indonesia dan Pemerintah Kota Jambi melakukan percepatan digitalisasi keuangan dengan menggandeng pelaku UMKM, namun masih ada pelaku UMKM yang masih belum menggunakan sistem pembayaran QRIS, dikarenakan kurangnya pengetahuan tentang QRIS serta ada yang menunjukkan

bahwa pelaku UMKM masih lebih menyukai pembayaran secara tunai (antaranews.com, 2023).

Hal tersebut didukung Peneliti dalam pra-riset wawancara dengan pelaku UMKM dan menemukan kendala yang menyebabkan bahwa masih rendahnya penggunaan pembayaran QRIS oleh konsumen atau masyarakat dan kurangnya pengetahuan tentang QRIS ini baik dari merchant (UMKM) maupun konsumen atau masyarakat. Hal ini ditunjukkan dari hasil wawancara terhadap pelaku UMKM yang menggunakan maupun yang tidak menggunakan QRIS.

Wawancara pertama dilakukan dengan salah satu UMKM pengguna dari QRIS yang memiliki usaha kedai kopi letak gerainya di Kecamatan Telanaipura Kota Jambi, pengguna ini berpendapat bahwa penggunaan QRIS memudahkan transaksi pembayaran karena konsumen bisa membayar melalui *e-wallet* apa saja dan beliau merasa tidak perlu menyiapkan uang kembalihan untuk konsumen. Namun di satu sisi adanya potongan 0,7% membebankan pihak produsen atau pelaku UMKM. Dan terkadang ketika konsumen melakukan pembayaran menggunakan QRIS ini mengalami kendala sinyal atau internet sehingga membuat konsumen lebih memilih pembayaran secara tunai. Selanjutnya peneliti melakukan wawancara pada UMKM yang belum menggunakan QRIS yang memiliki usaha kedai geprek letak gerainya di Kecamatan Telanaipura Kota Jambi, beliau mengungkapkan sudah ada niatan untuk menggunakan QRIS tetapi dikarenakan adanya potongan sebesar 0,7% dari nilai transaksi pembayaran beliau mengurungkan niat menggunakan QRIS karena merasa terbebaskan dan jika beliau menaikkan harga penjualan maka beresiko berkurangnya konsumen.

Dibalik itu, terdapat sisi positif penggunaan QRIS karena dapat memberikan kemudahan untuk konsumen dalam bertransaksi sehingga dapat meningkatkan omset penjualan pelaku UMKM. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Windy dkk (2022) mengenai penggunaan QRIS terhadap omset penjualan UMKM di Purwokerto bahwa dengan adanya penggunaan QRIS pada UMKM memberikan peningkatan yang positif terhadap omset penjualan yang diterima oleh UMKM. Penelitian serupa juga telah dilakukan oleh Rifqi dkk

(2021) bahwa penggunaan QRIS berpengaruh positif terhadap keberhasilan UMKM.

Para UMKM kini semakin gencar dalam menjalankan berbagai strategi promosi, terutama dengan memanfaatkan keberadaan media sosial. Salah satu *platform* yang tengah populer adalah TikTok, yang digunakan secara aktif oleh masyarakat saat ini. Contohnya, Es Jagung yang berlokasi di Sungai Sawang mengalami peningkatan penjualan yang luar biasa setelah video promosi produknya menjadi viral di TikTok. Selain itu, banyak UMKM di Kota Jambi kini menjalin kerjasama dengan *influencer* atau artis sosial media untuk memperluas jangkauan promosi mereka. Hal ini dilakukan dengan tujuan memperkenalkan produk mereka kepada masyarakat luas dan menarik perhatian pelanggan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa promosi memiliki peran penting dalam menjalankan sebuah usaha, dan media sosial serta influencer menjadi alat yang efektif dalam upaya memenuhi pertumbuhan bisnis.

Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Sari & Tores (2022) mengenai pengaruh promosi terhadap *volume* penjualan pada alfa studio sekayu bahwa dengan adanya promosi memberikan peningkatan yang positif terhadap *volume* penjualan. Penelitian serupa juga telah dilakukan oleh Novitasari & Samari (2021) bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap *volume* penjualan UMKM.

Adapun yang menjadi permasalahan didalam penelitian ini terjadinya pertentangan antara harapan dan fakta. Pemerintah menerapkan QRIS bertujuan untuk memudahkan proses pembayaran dan pelaku UMKM agar bertransformasi digital dengan ikut andil dalam *marketplace* untuk peningkatan produksi. Tetapi pada faktanya UMKM merasakan kebijakan pajak 0,7% yang diterapkan disaat transaksi membebankan pelaku UMKM dan faktor yang dapat meningkatkan *volume* penjualan tidak hanya disebabkan oleh QRIS. Hal ini menjadi pertanyaan tersendiri bagi penulis, apakah yang menyebabkan hal tersebut terjadi.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “**Pengaruh Penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* Dan Promosi Terhadap Peningkatan *Volume* Penjualan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Kota Jambi**”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan diatas, maka perumusan masalah penelitian yang akan dilaksanakan adalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh QRIS dan promosi secara parsial dan simultan terhadap peningkatan *volume* penjualan UMKM di Kota Jambi?
2. Variabel mana dari QRIS dan promosi yang berpengaruh paling dominan terhadap peningkatan *volume* penjualan UMKM di Kota Jambi?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian secara rinci yaitu sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh QRIS dan promosi secara parsial dan simultan terhadap peningkatan *volume* penjualan UMKM di Kota Jambi.
2. Untuk menganalisis variabel manakah yang berpengaruh dominan terhadap peningkatan *volume* penjualan UMKM di Kota Jambi.

1.4. Manfaat Penelitian

Secara akademis diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai kajian penggunaan sistem QRIS terhadap UMKM di Kota Jambi. Serta diharapkan dapat memberikan referensi dan pengetahuan bagi penelitian penelitian selanjutnya khususnya mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi.

Secara praktis, dengan adanya penelitian ini dapat dijadikan masukan serta bahan pertimbangan bagi pihak aplikasi sistem QRIS dalam mengatasi berbagai masalah yang timbul sehingga proses pembayaran semakin efektif.