

Pembayaran Qris Dan Pemasaran Media Sosial Untuk Keunggulan Kompetitif RM Bu Entoy

Greisa Chairunnisa*¹, Rudi Samuel Parlindungan², Santi Rimadias³

^{1,2,3}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, STIE Indonesia Banking School

*e-mail: greisa.20211111024@ibs.ac.id¹, rudi.20211111029@ibs.ac.id², santi.rimadias@ibs.ac.id

Abstract

This community service activity focuses on increasing the competitiveness of RM Bu Entoy, a business that lacks cashless payment options and an effective social media marketing strategy. Offering cashless payments is a modern, customer-centric approach that sets businesses apart in competitive markets. Unfortunately, RM Bu Entoy does not currently have such an option, thus providing opportunities for improvement. This service activity aims to assist RM Bu Entoy in adopting cashless payment methods and the importance of effective social media marketing for MSMEs. Social media serves as a direct channel for interaction, relationship building, and market expansion. The methods used are observation, interviews, surveys, and assistance in this community service activity. The results achieved are in line with the project objectives, as RM Bu Entoy successfully integrated QRIS for cashless payments and utilized social media effectively for marketing, thus contributing to its overall competitiveness and market reach.

Keywords: Non-cash payments, social media marketing, competitive advantage.

Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berfokus pada peningkatan daya saing RM Bu Entoy, sebuah bisnis yang tidak memiliki pilihan pembayaran non-tunai dan strategi pemasaran media sosial yang efektif. Menawarkan pembayaran tanpa uang tunai adalah pendekatan modern dan berpusat pada pelanggan yang membedakan bisnis di pasar yang kompetitif. Sayangnya, RM Bu Entoy saat ini tidak memiliki opsi tersebut, sehingga memberikan peluang untuk perbaikan. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk mendampingi RM Bu Entoy dalam mengadopsi metode pembayaran non-tunai dan pentingnya pemasaran media sosial yang efektif untuk UMKM. Media sosial berfungsi sebagai saluran langsung untuk interaksi, membangun hubungan, dan perluasan pasar. Metode yang digunakan adalah observasi, wawancara, survei, dan pendampingan pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Hasil yang dicapai sejalan dengan tujuan proyek, karena RM Bu Entoy berhasil mengintegrasikan QRIS untuk pembayaran non-tunai dan memanfaatkan media sosial secara efektif untuk pemasaran, sehingga berkontribusi terhadap daya saing dan jangkauan pasarnya secara keseluruhan.

Kata kunci: Pembayaran non-tunai, pemasaran media sosial, keunggulan kompetitif.

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license



1. PENDAHULUAN

Cashless society merupakan revolusi teknologi keuangan (fintech) yang sejalan dengan Revolusi Industri Keempat yang didefinisikan sebagai penggunaan perangkat elektronik atau transaksi pembayaran digital oleh individu. Adopsi pembayaran digital lebih lambat di negara-negara Asia dibandingkan di negara-negara Barat (Wibowo & Rimadias, 2022). Metode pembayaran *Quick Response Indonesia Standard* (QRIS) merupakan salah satu upaya pemerintah Indonesia dalam mendorong transaksi pembayaran digital. Dompot elektronik, mobile banking, dan layanan uang elektronik berbasis server semuanya menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran. Lebih efektifnya, QRIS dapat meningkatkan penerimaan pembayaran non-tunai di seluruh negeri (Wibowo & Rimadias, 2022).

UMKM telah berperan besar dalam menggerakkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia (Rimadias, 2023). UMKM dapat memperoleh manfaat dari penyediaan pembayaran non-tunai karena menerima pembayaran tanpa uang tunai dapat memperluas basis pelanggan bisnis (Najib & Fahma, 2020). Beberapa pelanggan mungkin memilih bisnis yang menawarkan opsi pembayaran elektronik, dan dengan memberikan kemudahan ini, UMKM dapat menarik lebih banyak pelanggan, sehingga berpotensi meningkatkan penjualan (Fauzia & Sujono, 2020). Penambahan opsi pembayaran non tunai dapat dilakukan oleh UMKM dengan menambahkan metode pembayaran *Quick Response Indonesia Standard* (QRIS). QRIS wajib diterapkan oleh seluruh Penyedia Jasa Sistem Pembayaran yang akan menerima pembayaran menggunakan Kode QR (ALI et al., 2020). Kode QR merupakan kode matriks dua dimensi yang berisi tiga penanda pola persegi di sudut atas, bawah, dan kanan. Kode QR juga memiliki modul hitam yang

dapat menyimpan karakter, simbol, dan data alfanumerik dalam bentuk kotak, titik, atau piksel (Pracoyo et al., 2022).

RM Bu Entoy adalah salah satu UMKM yang berdasarkan hasil observasi dan wawancara tim pengabdian kepada pemilik usaha belum memiliki opsi pembayaran non tunai. RM Bu Entoy yang memiliki ciri khas menyediakan berbagai makanan Sunda dan cara penyajiannya dengan meletakkan makanan pada meja panjang dan pembeli mengambil sendiri menu yang diinginkan, atau bisa disebut dengan prasmanan. RM Bu Entoy cukup banyak menarik perhatian banyak orang karena mereka menyajikan menu menu khas sunda yang sangat beragam dan menjadi sasaran para pembeli pada saat jam makan siang tiba. Berdasarkan dari hasil wawancara dengan pemilik usaha RM Bu Entoy tidak sedikit pelanggan yang komplain karena tidak bisa melakukan pembayaran melalui QRIS. Tim pengabdian masyarakat akan melakukan pendampingan dalam hal pengadaan opsi pembayaran non tunai berupa metode pembayaran QRIS.

Selanjutnya tim pengabdian juga melakukan pre-survei kepada pelanggan RM BU Entoy. Berdasarkan hasil pre-survey yang dilakukan oleh tim pengabdian dengan responden sebanyak 85 orang pelanggan RM Bu Entoy ditemukan hasil sebagai berikut.

Tabel 1. Hasil Pre-Survei Pelanggan RM Bu Entoy

Karakteristik	Item	Persentase
Kualitas Layanan	Sangat puas	75,3%
	Puas	24,7%
	Netral	-
	Tidak Puas	-
	Sangat Tidak Puas	-
Kualitas Rasa	Sangat Konsisten	64,7%
	Konsisten	35,3%
	Biasa Saja	-
	Tidak Konsisten	-
	Sangat Tidak Konsisten	-
Pelayanan yang Cepat	Sangat Setuju	61,2%
	Setuju	38,8%
	Biasa Saja	-
	Tidak Setuju	-
	Sangat Tidak Setuju	-
Fasilitas Lengkap	Sangat Setuju	57,6%
	Setuju	41,2%
	Biasa Saja	1,2%
	Tidak Setuju	-
	Sangat Tidak Setuju	-
Kualitas Makanan	Sangat Baik	74,1%
	Baik	25,9%
	Biasa Saja	-
	Tidak Baik	-
	Sangat Tidak Baik	-
Karyawan Ramah & Sopan	Sangat Setuju	61,2%
	Setuju	38,8%
	Biasa Saja	-
	Tidak Setuju	-
	Sangat Tidak Setuju	-
Harga Terjangkau	Sangat Terjangkau	56,5%
	Terjangkau	42,4%
	Biasa Saja	1,1%
	Tidak Terjangkau	-
	Sangat Tidak Terjangkau	-
Kemudahan Transaksi	Sangat Baik	68,2%
	Baik	30,6%
	Biasa Saja	1,2%

Karakteristik	Item	Persentase
	Tidak Baik	-
	Sangat Tidak Baik	-
Merekomendasikan	Sangat Merekomendasikan	63,5%
	Merekomendasikan	35,3%
	Biasa Saja	-
	Tidak Merekomendasikan	-
	Sangat Tidak Merekomendasikan	-

Sumber: Data diolah penulis (2023)

Bedasarkan hasil pre-survei yang tersaji pada Tabel 1., maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden memiliki persepsi yang baik mengenai aspek kualitas layanan, kualitas rasa, pelayanan, fasilitas, kualitas makanan, karyawan, harga, kemudahan transaksi dan upaya merekomendasikan. Tim pengabdian masyarakat menilai bahwa kemudahan transaksi dan upaya merekomendasikan RM Bu Entoy dari pelanggan dapat ditingkatkan.

Selain upaya pendampingan yang dilakukan dalam hal pengadaan opsi pembayaran non tunai berupa metode pembayaran QRIS, tim pengabdian juga melakukan pendampingan untuk pemasaran media sosial RM Bu Entoy. Platform media sosial memiliki sangat banyak pengguna aktif, khususnya di Indonesia (Rimadiaz et al., 2021). Dengan memanfaatkan media sosial memungkinkan UMKM meningkatkan visibilitas merek mereka dan menjangkau khalayak yang lebih luas, sehingga berpotensi menarik pelanggan dan pasar baru (Gong, 2020). Promosi media sosial yang konsisten dan strategis berkontribusi terhadap kesadaran merek (Rimadiaz et al., 2022). Dengan berbagi konten yang relevan, menampilkan produk atau layanan, dan mempertahankan kehadiran online yang kuat, UMKM dapat membangun dan memperkuat identitas merek mereka (Vohra & Bhardwaj, 2019).

Dengan tidak adanya pilihan pembayaran non-tunai dan tidak adanya rencana pemasaran media sosial yang kuat, daya saing RM Bu Entoy akan meningkat melalui kegiatan pengabdian masyarakat ini. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk melakukan pendampingan pada RM Bu Entoy tentang pemasaran media sosial yang efektif dan pengadaan metode pembayaran non-tunai.

2. METODE

Metode pengabdian kepada masyarakat dilakukan secara offline dan juga online dengan metode observasi, wawancara, survei dan pendampingan. Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini dilakukan selama 2 bulan, yaitu bulan November sampai dengan Desember 2023, bertempat di RM Bu Entoy, Jl. Pasir Ona No.3-4, Rangkasbitung Tim., Kec. Rangkasbitung, Kabupaten Lebak, Banten 42313.

Untuk memahami proses bisnis RM BU Entoy secara menyeluruh, tim pengabdian terlebih dahulu melakukan observasi dan wawancara dengan pemilik usaha RM Bu Entoy. Tim pengabdian kemudian menggunakan kuesioner untuk melakukan pra-survei terhadap usaha RM Ibu Entoy. Kuesioner dalam bentuk *google form* digunakan untuk mengumpulkan data, dan responden harus memenuhi persyaratan sudah makan setidaknya satu kali di RM Bu Entoy. Delapan puluh lima orang menyelesaikan survei dengan menggunakan kuesioner *google form*.

Dari data yang telah tim pengabdian kumpulkan melalui kuesioner, RM Bu Entoy ini mendapatkan respon yang cukup baik dari para responden, dan juga dapat dilihat bahwa RM Bu Entoy ini memiliki banyak pelanggan yang puas dengan aspek kualitas layanan, kualitas rasa, pelayanan, fasilitas, kualitas makanan, karyawan, harga, kemudahan transaksi dan upaya merekomendasikan, namun sayangnya RM Bu Entoy belum memiliki opsi pembayaran non tunai dan memanfaatkan media sosial sebagai saluran pemasaran. Oleh karena itu pada kesempatan pengabdian masyarakat ini kami bertujuan untuk melakukan pendampingan pembuatan QRIS sebagai opsi pembayaran non tunai dan pemasaran media sosial dalam bentuk Instagram untuk dapat meningkatkan penjualan usaha RM Bu NEtoy. Pendampingan yang dilakukan oleh tim pengabdian kepada masyarakat senantiasa melibatkan partisipasi aktif dari pemilik usaha RM Bu Entoy.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari kegiatan pengabdian kepada RM Bu Entoy yang kami peroleh melalui penelitian survey, menyebarkan kuesioner dan melakukan wawancara adalah, berdasarkan hasil wawancara tim peneliti menyimpulkan bahwa hal yang menjadi penghambat dalam pengembangan UMKM RM Bu Entoy adalah karena keterbatasan manajemen Sumber Daya. Terbatasnya sumber daya seperti waktu, uang, dan tenaga

kerja menjadi hambatan dalam pelaksanaan pengembangan yang ada di RM Bu Entoy, seperti halnya tidak adanya opsi pembayaran non-tunai dan belum adanya media sosial karena terbatasnya pengetahuan SDM. Menu yang ada di RM Bu Entoy pun cenderung kurang menarik dan monoton karena hanya ada daftar nama-nama makanan dan minuman serta harga saja, tidak disertai gambar yang membuat para konsumen tertarik untuk mememesannya.



Gambar 1. Lokasi dan visual dari usaha RM Bu Entoy

Berdasarkan hasil analisis tersebut menjadi landasan tim peneliti untuk merealisasikan ide yang tim peneliti tawarkan kepada owner dari RM Bu Entoy. Dalam hal ini, realisasi ide yang akan tim peneliti terapkan antara lain, (1) membantu menyediakan QRIS untuk mempermudah proses pembayaran karena RM Bu Entoy belum menyediakan layanan ini. (2) Membantu pemasaran media sosial untuk mempromosikan produk yang ada di RM Bu Entoy. (3) membuat pembaruan menu dan desain yang lebih menarik dan kreatif agar pelanggan tergiur dan berakhir dengan memesan produknya.

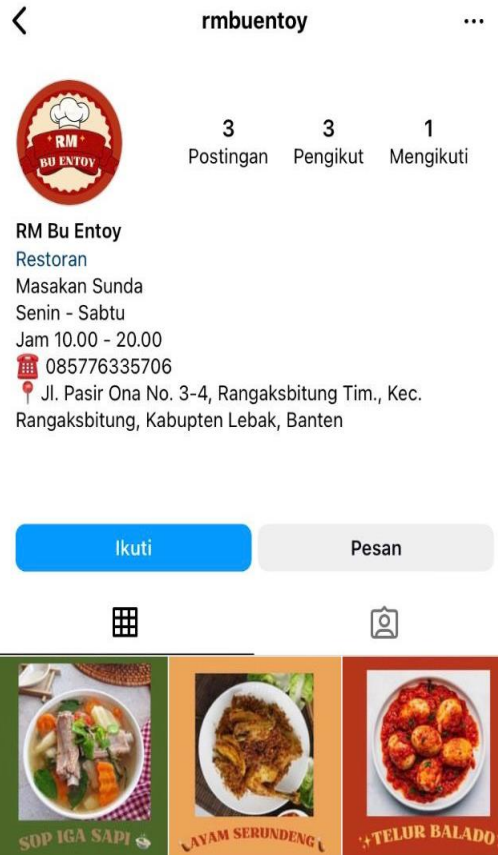
Selanjutnya adalah perealisasi atau penerapan dari ide tim peneliti untuk membantu mengembangkan usaha RM Bu Entoy, realisasi yang berhasil tim peneliti terapkan antara lain,

- (1) Pembuatan Qr code untuk membantu perusahaan agar memudahkan konsumen saat bertransaksi. pembuatan Qr code ini telah tim peneliti terapkan dengan memberikan hasil Qr kepada pemilik dari perusahaan atau owner dari RM Bu Entoy.

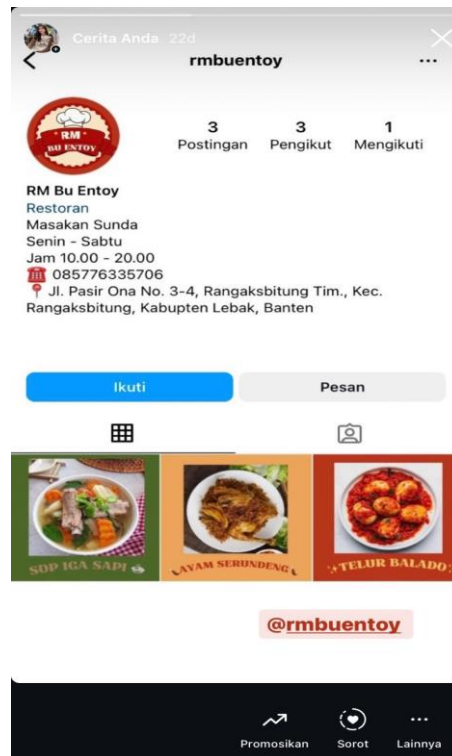


Gambar 2. Hasil Qr Code untuk metode pembayaran QRIS

(2) Membantu pemasaran media sosial untuk mempromosikan produk yang ada di RM Bu Entoy

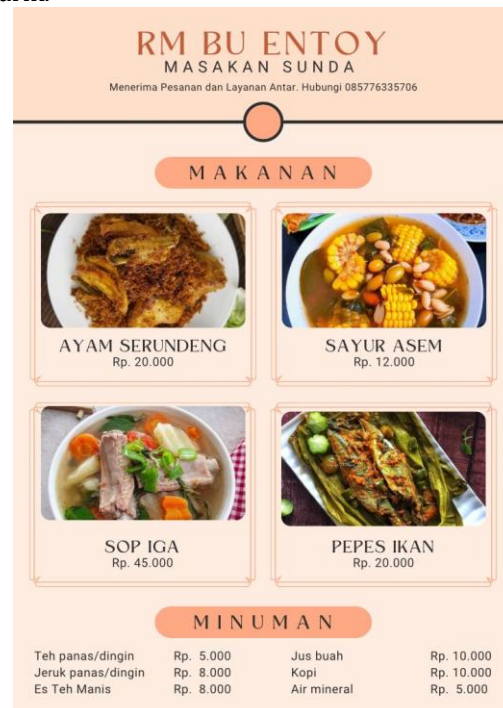


Gambar 3. Akun Instagram RM Bu Entoy



Gambar 4. Promosi Pada Akun Instagram

- (3) Pembaruan design menu karena menu lama yang ada di RM Bu Entoy kurang menarik. tim pengabdian berharap dengan adanya pembaruan menu para konsumen akan tertarik dengan makanan yang ada di menu dan akan memesan menu lebih banyak karena merasa tergiur dengan adanya gambar yang menarik.



Gambar 5. Pembaruan Design Menu

4. KESIMPULAN

Berdasarkan pada kegiatan pengabdian yang telah dilakukan oleh tim pengabdian STIE Indonesia Banking School terhadap UMKM RM Bu Entoy yang berlokasi di RM Bu Entoy, Jl. Pasir Ona No.3-4, Rangkasbitung Tim., Kec. Rangkasbitung, Kabupaten Lebak, Banten 42313, tim peneliti telah berhasil merealisasikan bentuk pengabdian yang ditawarkan terhadap pihak RM Bu Entoy mulai dari membuat Qr code sebagai metode pembayaran tunai, melakukan pemasaran media sosial dan pembaruan desain informasi menu.

Dalam hal ini tim pengabdian menyarankan UMKM RM Bu Entoy untuk mengembangkan menu yang ada agar lebih variatif dan berbeda dari restoran-restoran sunda lainnya. Tim pengabdian pun memberi saran agar RM Bu Entoy tetap menjaga kehangatan dan kualitas makanan yang disajikan karena menyajikan makanan nya dengan cara prasmanan sehingga perlu lebih diperhatikan dan dijaga lagi kualitas makanannya

Dari hasil yang telah direalisasikan, sejauh ini UMKM RM Bu Entoy sedikit demi sedikit mulai mengimprovisasi hal hal yang kurang. pengembangan ini berjalan dengan lancar serta dapat diterima dengan baik oleh pelanggan maupun UMKM itu sendiri. Pada bagian ini tim pengabdian berharap bahwa UMKM RM Bu Entoy tetap konsisten dengan pengembangan yang sudah terjadi dan tetap menerima masukan atau kritik dari pelanggan dengan baik agar usahanya bisa memenuhi ekspektasi setiap konsumen.

Lebih lanjut tim pengabdian juga menyarankan agar RM Bu Entoy membuka cabang lain selain di kota Rangkasbitung dan mengubah konsep rumah makan menjadi konsep yang lebih erat kaitannya dengan budaya sunda agar memiliki ciri khas tersendiri dan bisa menarik konsumen untuk mendatangi RM Bu Entoy.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang tulus kepada semua pihak yang telah mendukung dan berkontribusi dalam keberhasilan kegiatan pengabdian masyarakat ini. Tanpa kerjasama dan dukungan dari berbagai pihak, pencapaian yang kami raih tidak akan menjadi mungkin. Terima kasih juga diucapkan kepada pemilik usaha UMKM RM Bu Entoy, yang telah berkenan menerima tim pengabdian untuk memahami problema dan memberikan kontribusi yang relevan. Tidak akan bisa mencapai hasil yang signifikan tanpa kerja keras dan komitmen dari tim pengabdian yang terlibat dalam kegiatan ini. Pengorbanan dan dedikasi telah memberikan dampak positif yang nyata bagi UMKM RM Bu Entoy. Terima kasih atas semangat, kreativitas, dan dedikasi yang telah ditunjukkan. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang tidak dapat kami sebutkan satu per satu namun telah memberikan dukungan moril dan materil dalam berbagai bentuk.

DAFTAR PUSTAKA

- ALI, H., HAO, Y., & AIJUAN, C. (2020). Innovation Capabilities and Small and Medium Enterprises' Performance: An Exploratory Study. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(10), 959-968. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no10.959>
- Fauzia, F., & Sujono, F. K. (2020). Strategi Branding Jakone Mobile Melalui Sinergi BUMD Taman Jajan Jakone Mobile Thamrin 10. *Jurnal Komunikasi*, 12(2), 176. <https://doi.org/10.24912/jk.v12i2.6726>
- Gong, W. (2020). Effects of parasocial interaction, brand credibility and product involvement on celebrity endorsement on microblog. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 2018. <https://doi.org/10.1108/APJML-12-2019-0747>
- Najib, M., & Fahma, F. (2020). Investigating the adoption of digital payment system through an extended technology acceptance model: An insight from the Indonesian small and medium enterprises. *International Journal on Advanced Science, Engineering and Information Technology*, 10(4), 1702-1708. <https://doi.org/10.18517/ijaseit.10.4.11616>
- Pracoyo, A., Wijaya, E., Bagasworo, W., Rofianto, W., Budhijana, B., Novita, N., Wardani, D., Sadikin, D. D. S., Khairani, Z., & Ramadhan, M. (2022). Sosialisasi QRIS Dalam Upaya Peningkatan Produktivitas UMKM Provinsi DKI Jakarta. *LPMP Imperium*, 4(1), 11-20. <https://doi.org/10.36407/berdaya.v4i1.534>
- Rimadias, S. (2023). Faktor penentu kelangsungan hidup UMKM di Indonesia pasca pandemi Covid-19. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 6(1), 15-28. <https://doi.org/DOI>: <https://doi.org/10.36407/jmsab.v6i1.579>
- Rimadias, S., Alvionita, N., & Amelia, A. P. (2021). Using Social Media Marketing to Create Brand Awareness, Brand Image, and Brand Loyalty on Tourism Sector in Indonesia. *The Winners*, 22(2), 173-182. <https://doi.org/10.21512/tw.v22i2.7597>
- Rimadias, S., Werdiningsih, Y., & Baqi, A. F. (2022). Social Media Marketing on Instagram: Peran Beauty Influencer Dalam Pemasaran Scarlett Whitening Di Media Sosial Instagram. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 88-100.
- Vohra, A., & Bhardwaj, N. (2019). Customer engagement in an e-commerce brand community: An empirical comparison of alternate models. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 13(1), 2-25. <https://doi.org/10.1108/JRIM-01-2018-0003>
- Wibowo, P., & Rimadias, S. (2022). Perilaku Penggunaan "Qris Bri Brimo" Pada Pedagang Sebagai Alat Transaksi Pembayaran Digital. *Ultima Management : Jurnal Ilmu Manajemen*, 14(2), 236-257. <https://doi.org/10.31937/manajemen.v14i2.2851>