



METODE PEMBAYARAN *QR CODE INDONESIA STANDARD* PADA INDUSTRI WISATA

M Aditya Ananda, MA

Prodi Perbankan Syariah/STAIN Teungku Dirundeng Meulaboh

Email Kontributor : m.adityaananda@staindirundeng.ac.id

Abstrak

Penelitian ini dilakukan di Lokasi Wisata. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan empat jenis strategi yaitu Observasi, wawancara, Dokumentasi dan Audio-Visual. Analisis Data dilakukan secara berkelanjutan secara terus – menerus terhadap data. Analisis Data dilakukan sejak pengumpulan data dan langsung dianalisis. Kesimpulan penelitian ini adalah Kode QR memiliki 2 (dua) jenis, jenis pertama ialah kode QR statis. Kode QR Statis memiliki sifat yang tetap yang ditampilkan dalam bentuk cetakan kertas dan tidak berubah – ubah. Jenis kedua ialah kode QR dinamis, kode QR jenis ini dibuat pada saat transaksi dan memiliki kode QR yang berbeda – beda. QR Kode wisata hutan kota menggunakan QR Kode statis. QR kode berbentuk tampilan tetap secara permanen yang tidak berubah. Kode QR ini juga menggunakan jenis *Merchant Mode System* dimana penyedia jasa yaitu wisata hutan kota Langsa menyediakan kode QR yang siap di scan oleh pengunjung.

Kata Kunci: Pembayaran, kode QR

Abstract

This research was conducted at a tourist location. Data collection techniques in this research used four types of strategies, namely observation, interviews, documentation and audio-visual. Data analysis is carried out continuously on the data. Data analysis is carried out from the time the data is collected and analyzed immediately. The conclusion of this research is that QR codes have 2 (two) types, the first type is static QR codes. Static QR codes have fixed properties that are displayed in printed paper form and do not change. The second type is a dynamic QR code, this type of QR code is created during a transaction and has a different QR code. QR Code urban forest tourism uses a static QR Code. The QR code is in the form of a permanent display. This QR code also uses a type of Merchant Mode System where the service provider, namely urban forest tourism, provides a QR code that is ready to be scanned by visitors.

Keywords: Payment, QR Code

A. PENDAHULUAN

Dewasa ini, peradaban manusia telah memasuki era revolusi industri 4.0. hal demikian mengubah kebiasaan konsumsi tradisional, mulai dari cara menonton hiburan, berkomunikasi, hingga menyelesaikan kewajiban pembayaran. Revolusi 4.0 merupakan era digital (Hamdan,

2018). Pada era digital ini, masyarakat didorong untuk meningkatkan memanfaatkan teknologi digital seperti layanan *Over The Top* (Kominfo.go.id, 2021). Penggunaan komunikasi berbasis pesan melalui *hanphone secara tradisional* yang pada awalnya menggunakan biaya pesan dari operator jaringan, kini telah terjadi disrupsi dalam berkomunikasi melalui layanan ott. Begitu juga dengan bertransaksi keuangan, Bank tradisional juga berupaya melakukan revolusi digital dalam layanannya guna mempertahankan eksistensinya dari gempuran kehadiran bank digital.

Peradaban manusia telah melalui beberapa fase hingga mencapai era digital. Secara kronologi diawali pada abad ke 18, istilah yang dikenalkan oleh Friedrich Engels dan Louis – Auguste Blanque (Hari Wahyono, 2019). Revolusi industri tersebut merupakan era revolusi industri 1.0 yang ditandai perubahan akibat pemanfaatan teknologi mesin uap. Selanjutnya memasuki revolusi industri 2.0, kemudian 3.0 dan hingga saat ini memasuki era revolusi industri 4.0. era digital mengubah perilaku manusia dalam berkomunikasi, potensi kejahatan digital, konten negatif yang beredar melalui layanan ott, penggunaan gawai yang berlebihan dan lainnya (Ali Rahman, 2016). Manfaat dari teknologi digital ini dapat digunakan pada berbagai sektor mulai dari sektor pendidikan, dunia usaha, UMKM, media bacaan, keuangan, bahkan pariwisata.

Industri pariwisata serta ekonomi kreatif merupakan salah satu sektor yang berkontribusi bagi PDB disamping sektor lainnya. Kontribusi industri pariwisata dan ekonomi kreatif sebesar 4,3% dari PDB nasional. Pemerintah menargetkan kontribusi sektor pariwisata akan meningkat menjadi 12 % dalam beberapa tahun kedepan (Bisnis.com: 2021). Target ini bukan sesuatu yang mustahil untuk dicapai melalui berbagai perencanaan yang didukung berbagai sektor apalagi saat era digital seperti ini. Kolaborasi teknologi digital serta industri pariwisata merupakan sesuatu yang sangat memudahkan, melalui teknologi digital aktivitas transportasi, *ticketing, booking*, dapat dipangkas waktunya maupun konsumsi tenaga calon penggunanya dari pada melakukan hal serupa melalui cara yang konvensional. Informasi – informasi mengenai destinasi wisata dapat dengan mudah diakses dengan memanfaatkan teknologi digital. Oleh karena itu, kolaborasi antara industri pariwisata dan teknologi digital pada era revolusi industri 4.0 pada masa kini merupakan suatu keniscayaan.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Lokasi Wisata Hutan Kota Langsa. Adapun sumber primer dalam penelitian ini ialah pengelola wisata hutan kota Langsa. Adapun sumber sekunder pada penelitian ini ialah data – data yang terpublikasi melalui online seperti berita online. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan empat jenis strategi yaitu Observasi,

wawancara, Dokumentasi dan Audio-Visual. Dalam mengumpulkan data melalui strategi observasi, peneliti mengumpulkan data lapangan dengan berperan sebagai observer selaku pengunjung. Strategi wawancara menggunakan pendekatan wawancara tidak terstruktur dan terbuka dengan mencatat hal-hal yang penting. Strategi dokumentasi melalui pendekatan analisis dokumen publik yang tersedia maupun dokumen arsip. Analisis Data dilakukan secara berkelanjutan secara terus – menerus (*ongoing process*) terhadap data. Analisis Data dilakukan sejak pengumpulan data dan langsung dianalisis (John W. Creswell, 2010: 274-275). Validitas menggunakan strategi triangulasi data, dimana data dikumpulkan yang bersumber dari wawancara, observasi dan dokumentasi dianalisis. Didamping itu, observasi berulang juga digunakan sebagai strategi menguji validitas data.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

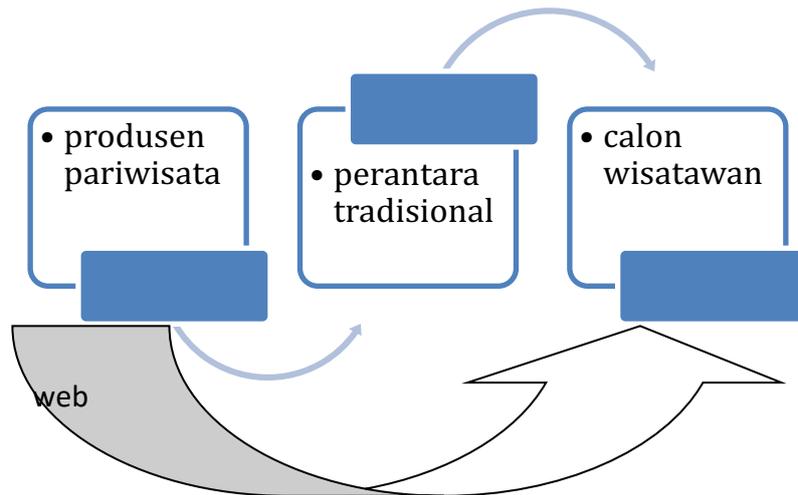
Industri wisata

Industri wisata memiliki pengertian kumpulan usaha pariwisata yang memiliki keterkaitan dalam memproduksi barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan wisatawan. Industri wisata berfokus pada bisnis usaha dalam menghasilkan produk dan jasa dalam memfasilitasi perjalanan wisata (I Gusti Bagus Rai Utama, 2014: 17). Usaha pariwisata ini dapat berupa daya tarik wisata, kawasan pariwisata, jasa transportasi wisata, jasa perjalanan wisata, jasa makanan dan minuman, penyediaan akomodasi, penyelenggara kegiatan hiburan dan rekreasi, penyelenggara pertemuan, perjalanan insentif, konferensi dan pameran, jasa informasi pariwisata, jasa konsultan pariwisata, jasa pramuwisata, wisata tirta dan spa (Undang – undang No. 10 tahun 2009).

Industri wisata yang berupa kumpulan usaha pariwisata ini diperlukan usaha pemasaran agar produk dan jasanya dapat diketahui oleh konsumen. Untuk itu perlu diketahui mengenai, bagaimana suatu produk dan jasa industri wisata dapat sampai kepada konsumen. Alur ini dapat diidentifikasi dalam bentuk sistem distribusi pariwisata. Sistem distribusi pariwisata merupakan gambaran dari alur sebuah proses bagaimana suatu industri pariwisata dapat sampai kepada wisatawan. Alur distribusi wisata ini melibatkan setidaknya 4 (empat) komponen yaitu Pemerintah, Pelaku Usaha, Masyarakat, dan Wisatawan (Bhirawa Manggala Supriono, 2018). Sebelum calon wisatawan mengambil keputusan berwisata, tentunya calon wisatawan tersebut akan mencari informasi terlebih dahulu mengenai objek wisata yang akan dikunjunginya. Calon wisatawan tidak serta merta langsung mengambil keputusan berwisata tanpa melakukan terlebih dahulu perencanaan wisatanya. Informasi mengenai industri wisata ini tentunya menjadi penting bagaimana caranya agar suatu destinasi wisata sampai diketahui oleh calon wisatawan sebagai

pertimbangan dalam mengambil keputusan berwisata. Juita L.D Bessie dalam jurnalnya menjelaskan bagaimana industri pariwisata sampai hingga calon wisatawan yang disebut dengan sistem distribusi pariwisata.

Gambar 1
Sistem Distribusi Pariwisata



Sumber: diolah dari artikel Juita L.D Bessie Journal of Management (SME's)

Gambar diatas menjelaskan alur bagaimana produk pariwisata sampai hingga calon konsumen. Sebelum calon konsumen memutuskan untuk berwisata atau mengkonsumsi suatu produk pariwisata maka biasanya calon konsumen memperoleh informasi melalui agen perantara pariwisata. Jalur informasi suatu produk pariwisata untuk sampai kepada calon konsumen dapat diperpendek dengan memanfaatkan website dari pada menggunakan jalur tradisional. Sedangkan dalam artikel yang ditulis oleh Bhirawa menjelaskan sistem distribusi melibatkan pemerintah, masyarakat serta pelaku usaha dan wisatawan yang membentuk aliran yang saling berhubungan dalam hal menyampaikan informasi pariwisata (Bhirawa Manggala Supriono, 2018). Kedua penjelasan tersebut memiliki substansi yang sama, dimana pada intinya para insan yang berkaitan dengan industri wisata saling berinteraksi mengenai informasi pariwisata.

Industri wisata memiliki kriteria penilaian antar industri wisata bagi pangsa pasar wisatawan mancanegara. Penilaian tersebut dalam bentuk suatu indeks yang disebut *Travel Competitiveness index* (TTCI). Terdapat 14 pilar penilaian pada Indeks Persaingan Pariwisata atau *Travel Competitiveness Index* (TTCI), yaitu 1).*International openness*, 2).*Prioritization of Travel & Tourism*, 3).*ICT Readiness*, 4).*Human Resources dan Labour Market*, 5).*Health dan Hygiene*, 6).*Safety and Security*, 7).*Business Environment*, 8).*Private Competitiveness*, 9).*Environmental*

Sistability, 10).*Air Transport Infra*, 11).*Ground and Port Infra*, 12).*Torist Service Infra*, 13).*Atural Resource*, dan 14).*Cultural Resource and Busines travel* (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2020: 19). Sedangkan untuk mengukur dampak pariwisata terhadap perekonomian dapat diukur menggunakan beberapa indikator yaitu Kunjungan wisatawan, Pengeluaran wisatawan, Investasi pemerintah maupun swasta pada industri pariwisata, dan pengeluaran pemerintah yang tidak termasuk kedalam investasi seperti pengeluaran untuk promosi dan pengembangan industri wisata (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2020: 6).

QR Code Indonesia Standard (QRIS)

QR Code atau kode QR merupakan singkatan dari *Quick Response*. Kode QR merupakan serangkaian kode yang memuat data, nominal pembayaran, mata uang yang dapat dibaca dengan alat tertentu dalam rangka transaksi pembayaran. Adapun pihak yang terlibat dalam system pembayaran menggunakan kode QR adalah Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP), adapun yang termasuk PJSP yaitu principal, penerbit, penyelenggara kliring, penyelenggara penyelesaian akhir, penyelenggara transfer dana, penyelenggara dompet elektronik, penyelenggara switching, dan penyelenggara payment gateway (Bank Indonesia). Terdapat dua saluran dalam kanal pembayaran, pertama ialah shared delivery channel dan yang kedua ialah Proprietary Channel. Proprietary channel merupakan kanal pembayaran yang dimiliki secara eksklusif dimana biasanya dimiliki dan dikembangkan oleh Bank untuk kepentingan nasabahnya sendiri. Jenis kanal pembayaran Proprietary channel ini diantaranya ialah teknologi berbasis short message service, mobil banking dan internet Banking (www.bi.go.id, 2021). Adapun kanal pembayaran shared delivery Chanel merupakan salauran pembayaran yang lebih bersifat terbuka, diantara salauran pembayara jenis ini ialah ATM, EDC, dan QR.

Kode QR memiliki 2 (dua) jenis, jenis pertama ialah kode QR statis. Kode QR Statis memiliki sifat yang tetap yang ditampilkan dalam bentuk cetakan kertas dan tidak berubah – ubah. Jenis kedua ialah kode QR dinamis, kode QR jenis ini dibuat pada saat transaksi dan memiliki kode QR yang berbeda – beda (Anna Srikaningsih, 2020: 22). Dari segi penggunaan, Kode QR dinamis digunakan oleh usaha besar hingga usaha menengah. Adapun kode QR statis digunakan pada usaha kecil hingga mikro. Disamping itu terdapat juga jenis kode QR *Costumer Present Mode* dan *Merchant Present Mode*. Kode Qr *Costumer Present mode* digunakan pada kode QR Dinamis dimana kode QR ditampilkan pada perangkat pelanggan, adapun *merchant present mode* digunakan dengan kode QR Statis. Jenis kode QR ini disiapkan oleh merchant untuk di scan oleh pelanggan.

Standar nasional Quick respon Code pembayaran (QRIS) ialah standar QR code pembayaran yang ditetapkan oleh Bank Indonesia untuk memfasilitasi pembayaran di Indonesia. QRIS bertujuan untuk efisiensi dalam bertransaksi, mempercepat inklusi keuangan, serta memajukan UMKM. Transaksi QRIS melibatkan 4 (empat) pihak yaitu Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran, Lembaga *switching*, *Merchant Aggregator*, dan pengelola National Merchant Repository (NMR) (Ni Luh wiwik Sri Rahayu Ginantra, 2020: 65-66). Di Indonesia, NMR dikelola oleh PT Penyelesaian Transaksi Elektronik Nasional (PTEN). Sebelum adanya QRIS, pembayaran QR disediakan oleh penyedia jasa sistem pembayaran (PJPS) berdasarkan kode QR masing – masing PJPS (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah, 2020: 185). *Merchant* harus memiliki beragam kode QR untuk mengakomodasi kebutuhan konsumennya yang menggunakan berbagai PJPS. Misalnya PJPS abcd menerbitkan sistem pembayaran QR maka *merchant* juga harus menggunakan PJPS yang serupa guna dapat melangsungkan transaksi pembayaran.

Kode QR (*Quick Response*) adalah suatu kode batang dua dimensi atau kode metric yang dikembangkan oleh perusahaan yang berasal dari jepang, *denso wive* yang dipublikasikan pada tahun 1994 (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah, 2020: 6). Dengan adanya QRIS, maka beragam pembayaran QR yang diterbitkan oleh PJPS dapat disatukan, konsumen tidak perlu lagi harus memiliki PJPS yang berbeda untuk dapat melakukan pembayaran QR. QRIS diluncurkan oleh Bank Indonesia pada 17 Agustus 2019 (Dian Cita Sari, dkk, 2020: 75). Konsep kolaborasi indukstri menggunakan transaksi digital pembayaran akan melibatkan beberapa pihak diantaranya *merchant*, Pelaku maupun industri lainnya, Penyedia Jasa Pembayaran Sistem Pembayaran, dan pihak pendukung lainnya. Dalam QRIS terdapat beberapa data yang ditampilkan yaitu Logo Qris dan logo GPN, Nama Merchant, National Merchant ID (NMID), QR Code, Nama Acquirer dan versi cetak QR code nya, dan Terminal ID (TID).

Profil Pengelola wisata

PT. Pelabuhan Kota Langsa yang disingkat dengan pekola berdiri pada tahun 2015 yang berlokasi di Provinsi Aceh tepatnya di kota Langsa. Pendirian Badan Usaha Milik Daerah ini ditetapkan melalui Qanun No. 9 Tahun 2013 Tentang Pendirian PT. Pelabuhan Kota Langsa (www.pekola.co.id). Pekola merupakan Badan Usaha Milik Daerah yang mana perusahaan ini dimiliki oleh pemerintah Kota Langsa. Bisnis PT Pelabuhan Kota Langsa bergerak pada bidang usaha Pelayanan Jasa Kepelabuhan dan Pelayanan lainnya (Qanun Kota Langsa No. 9 Tahun 2013. Bidang usaha lainnya yang dijalankan ialah Perdagangan, Even Organizer, dan Pengelola

Lingkungan. Adapun sub bisnis pengelola lingkungan yang saat ini sedang dikembangkan dan dijalankan oleh PT. Pelabuhan Kota Langsa yaitu pengelolaan wisata Hutan Kota dan Wisata Hutan Mangrove. Kedua bisnis sub pengelola lingkungan ini berada pada lokasi yang terpisah akan tetapi masih berada di kawasan kota Langsa. Bisnis pengelolaan lingkungan pertama yaitu Wisata Hutan Kota berada di Gampong paya bujok Seuleumak, sedangkan Wisata Hutan Mangrove berada di wilayah sekitar pelabuhan Kota Langsa.

Gambar 2
Struktur PT Pelabuhan Kota Langsa



Digitalisasi Pembayaran Wisata hutan Kota Langsa

Digitalisasi wisata hutan kota merupakan bagian dari kerja Tim Percepatan Perluasan Digitalisasi Daerah (TP2DD) dimana tidak hanya menargetkan digitalisasi pada wisata Hutan Kota akan tetapi menargetkan juga digitalisasi pada pengelola objek wisata secara keseluruhan seperti hotel, restoran, café dan pedagang di wilayah kota langsa. Qr Kode yang digunakan pada wisata hutan Kota Langsa menggunakan kode QR Statis dan Merchant Mode System.

Gambar 3
QRIS Taman Hutan Kota Langsa



Dari gambar diatas dapat dijelaskan, bahwasanya QR Kode yang disediakan menggunakan QR Kode statis. QR kode berbentuk tampilan tetap secara permanen yang tidak berubah. Kode QR ini juga menggunakan jenis Merchant Mode System dimana penyedia jasa yaitu wisata hutan kota Langsa menyediakan kode QR yang siap di scan oleh pengunjung. Objek wisata hutan kota dalam menerbitkan QRIS bekerjasama dengan penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran PT Fintek Karya Nusantara yang menerbitkan produk Link Aja. Adapun pelanggan yang dapat menggunakan berbagai saluran metode pembayaran QRIS seperti aplikasi DANA milik PT Espay Debit Indonesia Koe, Aplikasi GOPAY milik PT Dompot Anak Bangsa, Aplikasi OVO milik PT Visionet Internasional, Aplikasi Mobil Banking Simobi milik PT Bank Sinarmas Tbk, Aplikasi Mobil Bank PT Bank Permata Tbk, dll.

D. KESIMPULAN

Kode QR memiliki 2 (dua) jenis, jenis pertama ialah kode QR statis. Kode QR Statis memiliki sifat yang tetap yang ditampilkan dalam bentuk cetakan kertas dan tidak berubah – ubah. Jenis kedua ialah kode QR dinamis, kode QR jenis ini dibuat pada saat transaksi dan memiliki kode QR yang berbeda – beda. QR Kode wisata hutan kota menggunakan QR Kode statis. QR kode berbentuk tampilan tetap secara permanen yang tidak berubah. Kode QR ini juga menggunakan jenis *Merchant Mode System* dimana penyedia jasa yaitu wisata hutan kota Langsa menyediakan kode QR yang siap di scan oleh pengunjung. Objek wisata hutan kota dalam menerbitkan QRIS

bekerjasama dengan salah satu penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran yaitu PT Fintek Karya Nusantara.

DAFTAR PUSTAKA

- Bessie, Juita L.D. *Implementasi E-Commerce dalam industri pariwisata*, Journal of Management (SME's) Vol.8, No. 1, 2019
- Creswell, John W. *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*, edisi ketiga, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010
- Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah, *Ekonomi Indonesia di tengah pandemic covid 19*, Malang: Penerbit Universitas Muhammadiyah Malang, 2020
- Ginantra, Ni Luh wiwik Sri Rahayu. *Teknologi Finansial : Sistem Finansial Berbasis Teknologi di Era Digital*, Yayasan Kita Menulis, 2020
- Habibi, Roni dkk, *Aplikasi inventory barang menggunakan Qr Code*, Kreatif Industri Nusantara, 2020
- Hamdan, *Industri 4.0: Pengaruh Revolusi Industri pada kewirausahaan demi kemandirian ekonomi*, dalam jurnal Nusamba Vol.3, No. 2, 2018
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/ Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, *Rencana Strategis Kemenparekraf/ Baparekraf 2020-2024*
- Kominfo.go.id, "Masuki Era Revolusi Industri 4.0, Indonesia perlu Manfaatkan Teknologi Digital". Diakses pada tanggal 17 Mei 2021
- Mayanti, Rina, *Faktor – factor yang mempengaruhi penerimaan user terhadap penerapan Quick Response Indonesia Standard sebagai teknologi pembayaran pada dompet digital*, Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis Volume 25, No.2 Agustus 2020.
- Rahman, Ali *Pengaruh negative era Teknologi Informasi dan komunikasi pada remaja (Perspektif Pendidikan Islam)*, dalam Jurnal Al Ishlah 2016.
- Rahmat, I Gede Deddy. *Menguji Strategi Desa Wisata dalam membangun keunggulan bersaing di Era Revolusi Industri 4.0*, Jurnal ilmiah manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi vol.7, No.3. 2020
- Sari, Dian Cita dkk. *Perdagangan Elektronik : Berjualan di internet*, Yayasan Kita menulis, 2020
- Setiawan, I Wayan Arta dan Luh Putu Mahyuni, *QRIS dimata UMKM: Eksplorasi Persepsi dan Intensi UMKM menggunakan QRIS*, Jurnal Udayana
- Sihaloho, Josef Evan. Atifah Ramadani dan Suci Rahmayanti, *Implementasi Sistem Pembayaran Quick Response Indonesia Standard Bagi Perkembangan UMKM di Medan*. Jurnal Manajemen Bisnis, Vol 17, No.2, 2020
- Sriekaningsih, Anna. *QRIS dan Era Baru Transaksi Pembayaran 4.0*, Yogyakarta: ANDI, 2020
- Supriono, Bhirawa Manggala. *Analisis Saluran Distribusi Wisatawan Mancanegara di Pulau Bali*, dalam jurnal Administrasi Bisnis, vol. 55, No.2 2018
- Undang –undang No. 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata

Utama, I Gusti Bagus Rai. *Pengantar Industri Pariwisata: Tantangan dan Peluang Bisnis Kreatif*, (Yogyakarta, Deepublish, 2014

Wahyono, Hari. *Pemanfaatan Teknologi Informasi dalam penilaian Hasil Belajar pada Generasi Milenial di Era Revolusi Industri 4.0*, dalam Proceeding of Biology Education, 2019