



KONSTRUKSI SOSIAL PELAKU USAHA MENGENAI PLATRFROM INSTAQRIS SEBAGAI LAYANAN PENDAFTARAN DAN PENGELOLA QRIS

Herniah¹, Benget Hutagaol²

^{1,2} Universitas Pejuang Republik Indonesia

Email : erni81syam@gmail.com , bengethutagaol785@gmail.com

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui konstruksi sosial pelaku usaha mengenai aplikasi InstaQris pada pelaku usaha kios ritel yang ada di Makassar. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan observasi langsung terhadap pemilik kios retail yang telah menggunakan aplikasi InstaQris. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan beberapa konstruksi sosial InstaQris antara lain : 1). InstaQris dimaknai sebagai aplikasi yang berinovasi dalam melakukan pendaftaran Qris, yang mana proses pendaftarannya sangat mudah dan instan, 2). InstaQris dimaknai sebagai aplikasi memudahkan akses transaksi artinya bahwa mereka dapat menjangkau pelanggan yang lebih luas dan kesannya lebih modern, 3). InstaQris dimaknai sebagai kemudahan dalam proses transaksi karena mengurangi resiko kesalahan hitungan kembalian, meminimalisir kehilangan uang tunai ditempat usaha serta mengurangi peredaran uang palsu 3). Aplikasi InstaQris dimaknai sebagai kemudahan dalam mengontrol pemasukan

Kata Kunci : InstaQris, Konstruksi sosial, Digitalisasi

Abstract: This study aims to determine the social construction of business actors regarding the InstaQris application in retail kiosk business actors in Makassar. This study uses a descriptive qualitative approach with data collection methods through in-depth interviews and direct observation of retail kiosk owners who have used the InstaQris application. Based on the results of the study, several social constructions of InstaQris were found, including: 1). InstaQris is interpreted as an application that innovates in carrying out Qris registration, where the registration process is very easy and instant 2). InstaQris is interpreted as an application that facilitates transaction access, meaning they can reach a wider customer base and create a more modern impression. 3). InstaQris is interpreted as simplifying the transaction process by reducing the risk of incorrect change calculation, minimizing cash loss at businesses, and reducing the circulation of counterfeit money. 3). The InstaQris application is interpreted as simplifying income control.

Keywords: InstaQris, Social Construction, Digitalization

PENDAHULUAN

Konstruksi sosial pelaku usaha adalah pandangan bahwa peran, identitas dan perilaku seorang wirausahawan tidak bersifat bawaan sejak lahir melainkan dibentuk secara terus menerus melalui interaksi sosial, budaya dan kebiasaan di masyarakat. Menurut Peter L. Berger, konstruksi sosial pelaku usaha dibentuk oleh label dan stigma masyarakat terhadap pelaku usaha, perkembangan era digital membentuk konstruksi baru dimana pelaku usaha dituntut untuk melakukan transformasi digital, seperti beralih dari toko fisik ke *e-commerce* dan menguasai pemasaran daring agar tetap relevan dimata konsumen Budaya setempat (seperti kultur gotong royong dan atos kerja etnis tertentu) secara tidak langsung membentuk gaya manajerial dan etika bisnis yang dianut pelaku usaha lokal. Pelaku usaha secara kolektif mengonstruksi pemahaman bahwa transaksi tidak harus dilakukan secara tunai namun juga secara non tunai. Pemahaman ini menimbulkan keinginan untuk menggunakan sistem pembayaran berbasis digital. Salah satu pembayaran berbasis digital yang lagi diminati saat ini yakni QRIS. Menurut Fitzgerald et al., 2013 (dalam Asrul,A., 2025) Transformasi digital menghadirkan berbagai peluang bagi bisnis, seperti peningkatan efisiensi operasional, pengembangan pengalaman pelanggan yang lebih baik, dan akses ke pasar global.

Quick Response Code Indonesia (QRIS), merupakan bentuk integrasi dari berbagai jenis QR yang berasal dari macam-macam PJSP (Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran) dengan penerapan QR Code yang dikembangkan oleh Bank Indonesia berkerjasama dengan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia. Berbeda dengan kode batang, yang hanya menyimpan informasi secara horizontal, kode QR mampu menyimpan informasi secara horizontal dan vertikal, oleh karena itu secara otomatis kode QR dapat menampung informasi yang lebih banyak (Mulyana, 2018). Penerapan metode pembayaran ini bertujuan untuk mengintegrasikan seluruh transaksi non tunai di Indonesia. QRIS dapat digunakan pada semua aplikasi pembayaran milik PJSP baik tipe bank maupun non bank. Dengan diberlakukannya QRIS merchant tidak perlu mempersiapkan banyak aplikasi pembayaran, hanya menyediakan satu QR Code di toko dan QR Code dapat di-scan oleh konsumen dengan berbagai aplikasi pembayaran di smartphone (Sihaloho, 2020).

Untuk mendaftar dan mengelola Qris, banyak aplikasi yang dapat digunakan antara lain , DANA, GoPayMercant, ShopeePay, OVO, LinkAja, Mobile Banking, Midtrans dan InterActive QRIS serta aplikasi yang terbaru yakni InstaQris. InstaQris adalah platform dan layanan resmi pendaftaran QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) yang diawasi oleh Bank Indonesia. Aplikasi InstaQris berbeda dengan aplikasi pembuat QRIS lainnya yakni InstaQris ditujukan untuk berbagai skala usaha sedangkan aplikasi lainnya hanya untuk usaha skala kecil dan menengah. Layanan ini memungkinkan pelaku UMKM, toko, hingga bisnis perorangan menerima pembayaran digital dari semua *e-wallet* dan *m-banking* hanya menggunakan satu kode QR. InstaQris (sebuah platform penyedia layanan pembuatan QRIS cepat) diluncurkan dan diperkenalkan sebagai solusi inovatif pada pertengahan tahun 2025. Layanan ini dirancang untuk memproses aktivasi QRIS secara instan untuk mulai menerima pembayaran dari semua bank dan *e-wallet*. *Sebagai aplikasi pendaftaran Qris yang baru saja diluncurkan, tentunya pelaku usaha butuh informasi terkait aplikasi tersebut, baik dari segi proses pendaftaran maupun biaya yang akan dikeluarkan saat menggunakan aplikasi tersebut.* Pelaku usaha yang telah menggunakan aplikasi InstaQris dalam bertransaksi dengan konsumen

memiliki proses internalisasi dan eksternalisasi yang berbeda-beda antara satu dengan yang lainnya. Untuk itu dibutuhkan informasi bagaimana sebenarnya pandangan pelaku usaha setelah menggunakan aplikasi InstaQris. *Berdasarkan latar belakang inilah peneliti tertarik untuk mengkaji mengenai konstruksi sosial pelaku usaha mengenai platform InstaQris.*

TINJAUAN TEORI

A. Konstruksi sosial pelaku usaha

Menurut Berger, 1990 dalam (Utami F.A,2017) Konstruksi sosial pelaku usaha adalah pandangan bahwa peran, identitas dan perilaku seorang wirausahawan tidak bersifat bawaan sejak lahir melainkan dibentuk secara terus menerus melalui interaksi sosial, budaya dan kebiasaan di masyarakat. Menurut Peter L. Berger realitas Peter L. Berger realitas seorang pelaku usaha terbentuk melalui proses dialektis yang terdiri dari tiga tahapan utama yakni :

1. **Eksternalisasi:** Proses di mana individu mencurahkan diri mereka ke dalam dunia dengan mengekspresikan gagasan dan tindakan kewirausahaannya. Contohnya: seseorang mulai berani mengambil risiko untuk menciptakan produk baru atau membuka layanan jasa.
2. **Objektivasi:** Proses di mana hasil karya atau tindakan usaha tersebut menjadi sebuah realitas objektif yang berada di luar diri individu. Contohnya: ide bisnis tadi berubah menjadi lembaga/toko fisik yang diakui dan memiliki sistem operasional serta nilai pasar tersendiri.
3. **Internalisasi:** Proses di mana masyarakat menyerap realitas objektif tersebut dan menjadikannya bagian dari kesadaran mereka. Contohnya: masyarakat kini memandang bahwa profesi pedagang atau pebisnis adalah sebuah profesi yang bernilai, mandiri, dan dihormati.

Adapun bentuk konstruksi sosial pelaku usaha di masyarakat adalah sebagai berikut :

1. Citra dan Identitas

Label dan stigma masyarakat terhadap pelaku usaha ikut membentuk perilaku bisnis itu sendiri. Misalnya, pelaku bisnis dituntut untuk ulet, inovatif dan pandai mengambil resiko agar bisnisnya diakui berhasil

2. Pergeseran pola bisnis

Perkembangan era digital membentuk konstruksi baru dimana pelaku usaha dituntut untuk melakukan transformasi digital, seperti beralih dari toko fisik ke *e-commerce* dan menguasai pemasaran daring agar tetap relevan di mata konsumen

3. Pengaruh lingkungan

Budaya setempat (seperti kultur gotong royong dan atos kerja etnis tertentu) secara tidak langsung membentuk gaya manajerial dan etika bisnis yang dianut pelaku usaha lokal

B. Kode QR (*Quick Response*)

Kode QR adalah suatu jenis kode matriks atau kode batang dua dimensi yang dikembangkan oleh Denso Wave, sebuah divisi Denso Corporation yang merupakan sebuah perusahaan Jepang dan dipublikasikan pada tahun 1994 dengan fungsionalitas utama yaitu dapat dengan mudah dibaca oleh alat pemindai. QR merupakan singkatan dari Quick Response atau respons cepat, yang sesuai dengan tujuannya adalah untuk menyampaikan informasi dengan cepat dan mendapatkan respons yang cepat pula. Berbeda dengan kode batang, yang hanya menyimpan informasi secara horizontal, kode QR mampu menyimpan

informasi secara horizontal dan vertikal, oleh karena itu secara otomatis kode QR dapat menampung informasi yang lebih banyak (Mulyana, 2018). Ketika melakukan transaksi pembayaran, kode QR memuat beberapa data dan informasi pengguna, nominal pembayaran, serta mata uang yang dapat dibaca dengan alat tertentu (www.bi.go.id).

C. QRIS (*Quick Response Code Indonesia Standard*)

QRIS (*Quick Response Code Indonesia Standard*) adalah standar QR Code pembayaran untuk sistem pembayaran Indonesia yang dikembangkan oleh Bank Indonesia dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) (www.bi.go.id). Sebelum diberlakukannya QRIS, merchant harus menyediakan beberapa aplikasi pembayaran di tokonya. Konsumen yang membayar secara non tunai, harus memastikan bahwa aplikasi pembayaran yang dimilikinya harus tersedia pada merchant. Namun, dengan diberlakukannya QRIS merchant tidak perlu mempersiapkan banyak aplikasi pembayaran, hanya menyediakan satu QR Code di toko dan QR Code dapat di-scan oleh konsumen dengan berbagai aplikasi pembayaran di smartphone (Sihaloho, 2020).

Saat ini QRIS tersedia untuk bertransaksi baik di dalam negeri maupun di luar negeri. QRIS sudah digunakan di beberapa Negara, yaitu Thailand, Malaysia, Singapura, Filipina, Vietnam, Laos, dan Brunei sedangkan Jepang secara resmi akan menggunakan QRIS mulai 17 Agustus 2025. QRIS dapat di gunakan di luar negeri karena adanya kerjasama antara Bank Indonesia dan berbagai Negara lain untuk memperkuat jaringan penggunaan QR Code sebagai metode pembayaran. Dengan berlakunya QRIS di Negara lain tentunya akan mempermudah masyarakat saat bepergian keluar negeri untuk melakukan pembayaran tanpa repot menukarkan uang fisik.

D. InstaQris

InstaQris adalah platform dan layanan resmi pendaftaran QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) yang diawasi oleh Bank Indonesia. Layanan ini memungkinkan pelaku UMKM, toko, hingga bisnis perorangan menerima pembayaran digital dari semua *e-wallet* dan *m-banking* hanya menggunakan satu kode QR. **InstaQRIS** (sebuah platform penyedia layanan pembuatan QRIS cepat) diluncurkan dan diperkenalkan sebagai solusi inovatif pada pertengahan tahun 2025. Layanan ini dirancang untuk memproses aktivasi QRIS secara instan untuk mulai menerima pembayaran dari semua bank dan *e-wallet*.

E. Fitur Insta Qris

Adapun Fitur utama Insta Qris antara lain :

1. Proses pendaftaran 100% on line dan QRIS dapat aktif serta digunakan waktu kurang lebih 1 jam
2. Dapat menerima dana masuk dari seluruh aplikasi pembayaran seperti GoPay, OVO, Dana, ShopeePay, LinkAja, mobile banking (BCA, BNI, BRI, Mandiri, dll)
3. Tidak memerlukan mesin EDC, cukup menggunakan ponsel dan Kode QR digital atau dicetak
4. Dilengkapi dengan dashboard pemantauan transaksi secara realtime dan pencairan dana fleksibel
5. Terdaftar resmi dan diawasi oleh Bank Indonesia

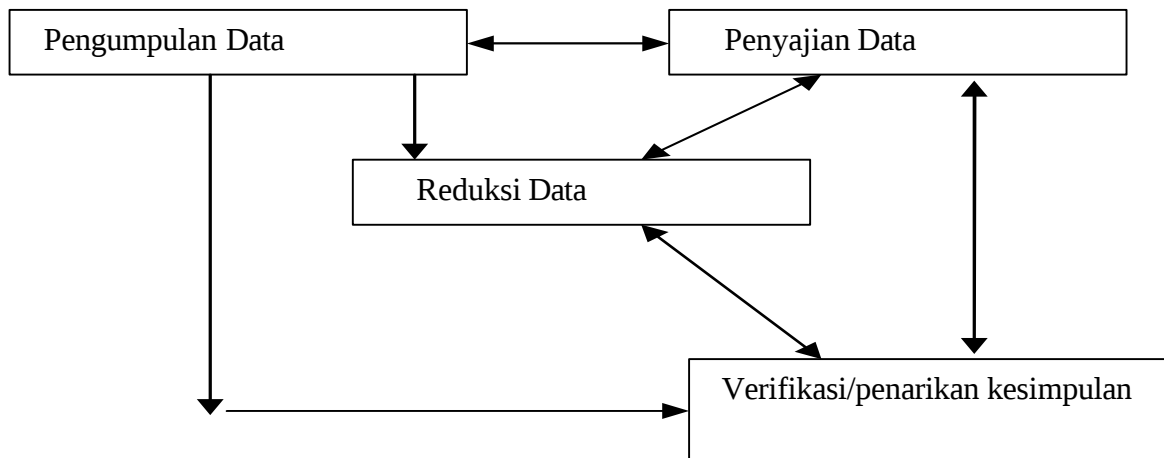
6. Dikenakan tariff merchant Discount Rate 0,7 % dari nilai transaksi.
7. Tidak ada biaya langganan bulanan, hanya biaya pendaftaran satu kali untuk penggunaan selamanya

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan observasi langsung terhadap pemilik kios retail yang telah menggunakan aplikasi InstaQris. Pendekatan ini digunakan karena memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi alasan dibalik pelaku usaha melalui interaksi langsung dan intensif dengan subjek penelitian, Creswell, 2014 (dalam Sumilih, D. A., Jaya, A., dkk, 2025). Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan pelaku usaha yang telah menggunakan aplikasi InstaQris. Selain itu dilakukan observasi lapangan dilokasi usaha untuk mendapatkan realitas kontekstual yang tidak diperoleh dari wawancara semata (Moleong, 2018).

Lokasi Penelitian difokuskan pada kelurahan antang kecamatan Manggala Kota Makassar, yang merupakan salah satu kawasan dengan tingkat aktivitas UMKM yang tinggi. Untuk menganalisis data peneliti menggunakan model interaktif yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman (2014), yang melibatkan tiga tahapan yaitu : (1) Reduksi data, yaitu proses seleksi dan penyederhanaan informasi penting dari hasil wawancara dan observasi ; (2) Penyajian Data, yaitu pengorganisasi informasi dalam bentuk naratif atau visual untuk mempermudah penarikan makna ; (3) Penarikan kesimpulan serta verifikasi, yakni interpretasi terhadap data guna menemukan pola, tema dan makna strategis dari pelaku usaha. Adapun model analisis data ditampilkan pada (Gambar 1).

Gambar 1. Model Analisis Data Interaktif Milles dan Huberman.



HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Ketertarikan pelaku usaha pada aplikasi InstaQris

InstaQRIS adalah layanan pendaftaran QRIS resmi yang memungkinkan pelaku usaha memproses pembayaran digital dengan cepat, praktis, dan aman. Layanan ini mempermudah bisnis menerima pembayaran dari semua jenis dompet digital dan aplikasi *mobile banking* hanya dengan satu kode QR. InstaQRIS melayani ekosistem pembayaran

QRIS Bank Indonesia yang secara nasional telah digunakan oleh lebih dari **59 juta pengguna** dan lebih dari **39 juta merchant**. Berdasarkan hasil penelitian bahwa ketertarikan pelaku usaha untuk menggunakan Qris untuk melakukan transaksi karena melihat peluang dimana konsumen banyak yang ingin berbelanja dengan menggunakan dana non tunai.

Dengan akses yang lebih mudah ke informasi dan teknologi, konsumen menjadi lebih terinformasi dan memiliki ekspektasi yang lebih tinggi terhadap produk dan layanan. Konsumen cenderung mencari pengalaman yang personalisasi dan responsive, memaksa pelaku usaha untuk menyesuaikan strategi pemasaran dan layanan mereka. Qris merupakan solusi untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Untuk mendapatkan QR, aplikasi InstaQris merupakan pilihan yang tepat. Aplikasi pendaftaran InstaQris didownload di google play store, tidak membutuhkan waktu yang lama untuk memverifikasi data hingga dapat menggunakan QR untuk bertransaksi. Berdasarkan hasil wawancara dengan informan yakni pemilik kios retail bahwa pendaftaran InstaQris dilakukan melalui smartphone, hanya butuh kartu identitas dan informasi usaha yang telah dijalankan. Selain itu pemilik kios mengungkapkan bahwa ada biaya pendaftaran sebesar Rp. 25.000 untuk dapat memulai proses verifikasi data. Adapun proses verifikasi data membutuhkan waktu selama tiga hari.

2. Pelaku usaha dalam aktivitas InstaQris

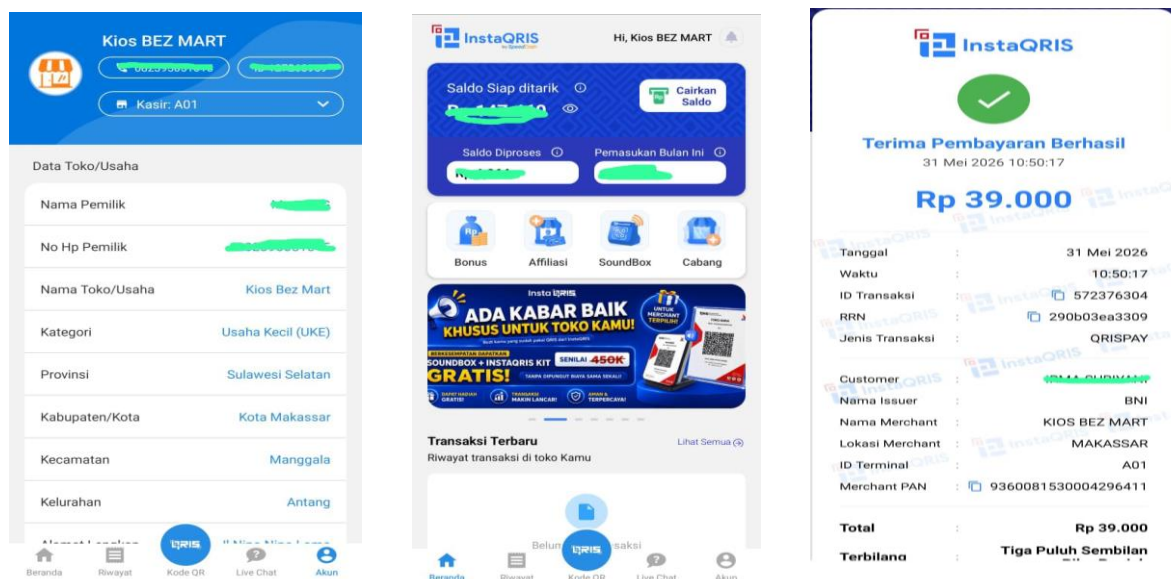
Pelaku usaha yang telah menggunakan InstaQris dapat melakukan berbagai aktivitas dari layanan aplikasi tersebut. Aktivitas utama yang dapat dilakukan yakni mengelola pembayaran secara digital dari berbagai aplikasi *e-wallet* seperti GoPay, OVO, Dana, ShopeePay, LinkAja dan melalui *mobile banking*. Pemilik usaha juga dapat memantau data dan laporan transaksi baik secara harian, mingguan ataupun bulanan. Berdasarkan informasi yang kami peroleh dari informan bahwa konsumen tidak dibebankan biaya tambahan saat melakukan transaksi akan tetapi saat setiap transaksi akan dibebankan kepada pedagang sebesar 0,7 % dari jumlah transaksi. Selain memantau laporan transaksi pengguna juga dapat menarik saldo penjualan ke rekening yang telah didaftarkan atau dapat melalui aplikasi speedcash. Penarikan dana melalui rekening membutuhkan biaya administrasi sebesar Rp. 2500 sedangkan penarikan dana melalui speedcash tidak membutuhkan biaya administrasi dengan kata lain gratis. Pencairan saldo diproses selama 1x24 jam, setelah saldo cair maka dana dapat ditarik kapan saja. Kami juga mendapatkan informasi dari informan bahwa pengguna aplikasi InstaQRIS dapat mengajak *merchant* lain untuk menggunakan layanan ini melalui **Program Afiliasi/Mitra**, di mana mereka akan mendapatkan **komisi atau penghasilan tambahan** untuk setiap pendaftaran yang berhasil dilakukan. Jadi selain dapat digunakan sebagai aplikasi pembayaran InstaQris dapat juga menambah *Income* dengan mengajak pelaku usaha untuk menggunakan aplikasi InstaQris.

3. Pemaknaan InstaQris dalam aktivitas pelaku usaha

Makna yang mengiringi tindakan pelaku usaha dalam menggunakan aplikasi InstaQris dalam melakukan transaksi pembelian meliputi pandangan pelaku usaha terkait aplikasi InstaQris itu sendiri. Pandangan tersebut dapat berbeda-beda antara pengguna yang satu dengan pengguna yang lainnya. Informan dalam penelitian ini mengungkapkan bahwa InstaQris sebagai aplikasi yang berinovasi dalam melakukan pendaftaran Qris, yang mana

proses pendaftarannya sangat mudah dan instan, aplikasi InstaQris dapat memudahkan akses transaksi artinya bahwa mereka dapat menjangkau pelanggan yang lebih luas dan kesannya lebih modern, selain itu dengan menggunakan QR dalam bertransaksi dapat mengurangi resiko kesalahan hitungan kembalian, meminimalisir kehilangan uang tunai ditempat usaha serta mengurangi peredaran uang palsu. selain dampak positif penggunaan QR dalam bertransaksi, penggunaan QR juga berdampak negatif, diantaranya penipuan manipulasi QR, olehnya itu butuh ketelitian dalam mengecek setiap transaksi yang masuk ke smartphone, untuk menghindari manipulasi kode QR (QR Scam), pelaku kejahatan akan menempelkan stiker QR palsu diatas QR milik pedagang, akibatnya dana yang ditransfer tidak akan masuk ke rekening pedagang melainkan ke rekening penipu, selain manipulasi QR ada juga penyebaran tautan dan aplikasi palsu (phising) yang digunakan untuk menguras saldo pada dompet digital orang lain khususnya para pedagang. Kendala teknis dan jaringan juga menjadi kendala para pedagang dalam proses transaksi, oleh karena itu koneksi ponsel harus senantiasa stabil untuk menghindari kegagalan bertransaksi. Sejauh ini informan mengaku belum pernah mengalami dampak buruk dari penggunaan QR dalam bertransaksi. Untuk lebih memahami bagaimana tampilan dashboard aplikasi InstaQris. Berikut tampilan aplikasi InstaQris milik informan penelitian, yang terlihat pada (Gambar 2)

Gambar 2. Aplikasi InstaQris



KESIMPULAN

Pelaku usaha yang telah menggunakan aplikasi InstaQris dalam bertransaksi dengan konsumen memiliki proses internalisasi dan eksternalisasi yang berbeda-beda antara satu dengan yang lainnya. Proses tersebut membuat pengguna merasa terbantu dan memudahkan dalam proses jual beli dan berkeinginan untuk terus menggunakan aplikasi InstaQris dengan berbagai fitur yang tersedia. Internalisasi yang dialami pengguna ada yang melibatkan proses sosialisasi terlebih dahulu dan tanpa melibatkan proses sosialisasi. Edukasi dan sosialisasi mengenai penggunaan QRIS secara umum secara rutin diadakan oleh **Bank Indonesia** beserta berbagai pemerintah daerah melalui berbagai festival dan program digitalisasi

UMKM. Unsur lain yang terlibat dalam proses internalisasi yakni proses pendaftaran yang cepat, mudah digunakan dan tidak membutuhkan biaya yang besar. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan referensi bagi peneliti selanjutnya yang mengangkat tema yang sama.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifah, A. N., Waskita, G. S., Saputro, B. P., Kusumadewi, R. A., Chakim, M. H. R., Rachmadi, K. R., ... & Syaputra, H. (2025). *Bisnis dan kewirausahaan era digital*. Sada Kurnia Pustaka.
- Asrul,A. (2025). Transformasi Bisnis Di Era Digital : Peluang, Tantangan dan Strategi Inovasi. *Jurnal Minfo Polgan*, 13(2), 2294-2298. <https://doi.org/10.33395/jmp.v13i2.14431>
- Sumilih, D. A., Jaya, A., Fitriarningsih, A. D. R., Nugrohowardhani, R. L. K. R., Irawan, E. P., Dirna, F. C., ... & Kurniasih, U. (2025). *Metode penelitian kualitatif*. PT. Star Digital Publishing, Yogyakarta-Indonesia.
- Mulyana, Deddy. (2008), *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*, Bandung : Remaja Rosda Karya
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative data analysis*. sage.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif* . Remaja Rosdakarya, 186
- Ramba , Alvyonita. (2018) *Literasi Keuangan Digital dan Intensi Penggunaan QRIS*. Yogyakarta, K-Media
- Sihaloho, J. E., Ramadani, A., & Rahmayanti, S. (2020). implementasi sistem pembayaran quick response Indonesia standard bagi perkembangan UMKM di Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(2), 287-297.
- Sriekaningsih, A. (2020). *QRIS dan Era Baru Transaksi Pembayaran 4.0*. Penerbit Andi.
- Utami, F. A. (2017). *Konstruksi sosial masyarakat mengenai perpustakaan desa di Surabaya* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS AIRLANGGA).