

Abstrak

QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) merupakan inovasi dalam sistem pembayaran digital yang dapat meningkatkan efisiensi transaksi. QRIS menawarkan solusi pembayaran terstandarisasi yang menghubungkan berbagai aplikasi pembayaran dalam satu platform. Implementasi QRIS sejalan dengan misi Bank Syariah Indonesia dalam menciptakan sistem keuangan yang inklusif dan transparan, serta berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi Bank Syariah Indonesia dalam mempromosikan QRIS di Kota Lhokseumawe. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian ini dilakukan di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Lhokseumawe Merdeka. Informan dalam penelitian ini terdiri dari 3 pegawai BSI dan 2 pelaku usaha yang menggunakan QRIS. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bank Syariah Indonesia dalam mempromosikan QRIS di Kota Lhokseumawe telah berjalan dengan baik dan efektif. Beberapa strategi komunikasi dalam mempromosikan QRIS, yaitu melalui pemanfaatan media sosial, kolaborasi dengan Bank Indonesia dan pemerintah daerah, sosialisasi melalui kegiatan (event), serta pendekatan edukasi melalui pendampingan dan pelatihan kepada pelaku UMKM. Keempat strategi tersebut saling mendukung dalam meningkatkan kesadaran, pemahaman, dan kepercayaan masyarakat penggunaan QRIS. Keberhasilan strategi dapat dilihat dari peningkatan pengguna QRIS di Kota Lhokseumawe mencapai sekitar 40 ribu pengguna pada tahun 2023, meningkat dari sebelumnya sekitar 12 ribu pengguna, serta peningkatan nilai transaksi dari Rp1,2 miliar menjadi Rp8 miliar. Selain itu, pada tahun 2025 transaksi QRIS telah mencapai 5,53 juta transaksi dengan nilai sebesar Rp567,8 miliar dan didukung lebih dari 89 ribu merchant pengguna QRIS.

Kata kunci: strategi komunikasi, QRIS, BSI, UMKM, transaksi digital

Absctract

QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) is an innovation in the digital payment system that can improve transaction efficiency. QRIS offers a standardized payment solution that connects various payment applications within one platform. The implementation of QRIS is in line with the mission of Bank Syariah Indonesia in creating an inclusive and transparent financial system, as well as contributing to community economic growth. This study aims to determine the communication strategies of Bank Syariah Indonesia in promoting QRIS in Lhokseumawe City. The research method used is a descriptive method with a qualitative approach. This research was conducted at Bank Syariah Indonesia, Lhokseumawe Merdeka Branch Office. The informants in this study consisted of 3 BSI employees and 2 business owners who use QRIS. Data collection techniques were carried out through observation, interviews, and documentation. The results of the study show that Bank Syariah Indonesia has implemented effective communication strategies in promoting QRIS in Lhokseumawe City. Several communication strategies used include the utilization of social media, collaboration with Bank Indonesia and local government, socialization through events, and educational approaches through mentoring and training for MSME actors. These four strategies support each other in increasing public awareness, understanding, and trust in the use of QRIS. The success of these strategies can be seen from the increase in QRIS users in Lhokseumawe City, reaching around 40 thousand users in 2023, increasing from around 12 thousand users previously, as well as the increase in transaction value from Rp1.2 billion to Rp8 billion. In addition, in 2025 QRIS transactions reached 5.53 million transactions with a transaction value of Rp567.8 billion and were supported by more than 89 thousand merchants using QRIS.

Keywords: communication strategy, QRIS, BSI, MSMEs, digital transactions