

STARLING PENJUAL KOPI PASURUAN GO SYARIAH : POTRET TENTANG QRIS BSI MENEMBUS EKOSISTEM JALANAN

Muhammad Saiful Anam¹, Peni Haryanti²

Universitas Hasyim Asy'ari Tebuireng Jombang

anammsaifulanam@yilia54809@gmail.com¹, peniharyanti@unhasy.ac.id²

Abstrak: Penelitian ini membahas fenomena Starling atau pedagang bakol kopi keliling di Pasuruan yang mulai memanfaatkan QRIS BSI Go Syariah sebagai media transaksi harian. Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi bagaimana penggunaan QRIS BSI oleh pedagang Starling dapat mendukung kemudahan transaksi, meningkatkan pengalaman pelanggan, serta memperkuat posisi BSI sebagai penyedia layanan keuangan syariah yang adaptif terhadap kebutuhan pasar akar rumput. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif melalui observasi lapangan dan wawancara mendalam dengan pedagang Starling serta pelanggan di wilayah Pasuruan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa QRIS BSI memberikan kemudahan transaksi nontunai, mengurangi risiko uang tunai, serta membantu pedagang mencatat pendapatan harian secara lebih teratur. Dari sisi pemasaran, adopsi QRIS BSI pada ekosistem jalanan menjadi bukti keberhasilan strategi penetrasi pasar BSI, terutama karena pelanggan merasa lebih nyaman bertransaksi secara syariah. Meskipun demikian, masih terdapat tantangan berupa literasi digital dan kendala jaringan internet. Secara keseluruhan, QRIS BSI terbukti efektif.

Kata kunci: Starling, QRIS BSI, Keuangan Syariah, Ekonomi Jalanan, Efektivitas Pemasaran BSI.

Abstract: This study discusses the phenomenon of Starling, or mobile coffee vendors in Pasuruan, who have begun to utilise BSI Go Syariah QRIS as a medium for daily transactions. This study aims to explore how the use of BSI QRIS by Starling vendors can support ease of transaction, enhance customer experience, and strengthen BSI's position as a provider of sharia financial services that is adaptive to grassroots market needs. The research method uses a descriptive qualitative approach through field observations and in-depth interviews with Starling vendors and customers in the Pasuruan area. The results show that BSI's QRIS facilitates cashless transactions, reduces the risks associated with cash, and helps merchants record their daily income more regularly. From a marketing perspective, the adoption of BSI's QRIS in the street ecosystem is evidence of the success of BSI's market penetration strategy, particularly because customers feel more comfortable conducting sharia-compliant transactions. However, challenges remain in the form of digital literacy and internet connectivity issues. Overall, BSI's QRIS has proven effective.

Keywords: Starling, BSI QRIS, Islamic Finance, Street Economy, BSI Marketing Effectiveness.

Pendahuluan

Perkembangan teknologi keuangan digital di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat dalam satu dekade terakhir, ditandai dengan masifnya penggunaan QRIS sebagai standar pembayaran nasional. Pemerintah dan industri perbankan terus mendorong transformasi digital agar masyarakat lebih mudah mengakses layanan keuangan. Namun, perkembangan tersebut tidak terjadi secara merata di seluruh sektor ekonomi. Pelaku usaha informal, khususnya pedagang yang beroperasi di jalanan, sering kali menjadi kelompok yang tertinggal akibat keterbatasan literasi digital, akses perangkat, dan minimnya pendampingan teknologi (Nurendra et al., 2025). Permasalahan yang muncul adalah adanya *kesenjangan digital* antara sektor formal dan informal. Sementara kafe modern, minimarket, dan UMKM mapan telah mengadopsi pembayaran digital secara luas, pedagang bakol kopi keliling (*Starling*) masih identik dengan transaksi tunai. Kesenjangan ini menunjukkan bahwa upaya digitalisasi belum sepenuhnya menyentuh akar rumput, padahal sektor informal merupakan bagian penting dari ekonomi lokal dan menjadi mata pencaharian ribuan masyarakat kecil (Bakri et al., 2025).

Sumber masalah utama pada tantangan penerimaan teknologi digital oleh pelaku ekonomi jalanan. Mereka memiliki karakteristik bisnis yang serba cepat, sederhana, dan berbasis kepercayaan langsung antara pedagang dan pelanggan. Model transaksi seperti itu membuat sebagian pedagang merasa belum membutuhkan sistem pembayaran digital. Mereka juga menghadapi hambatan tambahan seperti keterbatasan perangkat smartphone yang kompatibel, ketergantungan pada sinyal internet, serta keraguan terhadap keamanan dan manfaat digitalisasi (Uyun et al., 2024). Kejadian menarik mulai terlihat ketika beberapa pedagang *Starling* di Pasuruan memutuskan untuk menggunakan QRIS BSI Go Syariah. Fenomena ini memperlihatkan adanya pergeseran budaya transaksi pada pedagang jalanan yang sebelumnya sangat bergantung pada uang tunai. Adopsi pembayaran digital oleh para pedagang sederhana ini membuka ruang analisis baru bahwa digitalisasi tidak lagi terbatas pada pelaku usaha

modern, tetapi telah memasuki ruang ekonomi jalanan secara perlahan namun signifikan (Al-ghoffar et al., 2024).

Penggunaan QRIS di sektor informal sedang meningkat secara nasional dan menjadi bagian dari program percepatan transaksi nontunai. BSI sebagai bank syariah terbesar di Indonesia dituntut untuk tidak hanya bersaing dari aspek teknologi, tetapi juga dari aspek pemasaran agar dapat menjangkau segmen pasar unik seperti Starling. Keberhasilan produk keuangan syariah dalam menembus ekosistem jalanan menjadi indikator penting bagi keberlanjutan strategi digitalisasi syariah di masa mendatang (Elisa & Zulinda, 2025). Perlunya pemahaman mendalam terkait bagaimana strategi pemasaran BSI Go Syariah dapat berhasil menembus ekosistem ekonomi jalanan yang memiliki pola transaksi khas dan struktur sosial tersendiri. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi rujukan bagi bank syariah, pemerintah daerah, dan pelaku industri keuangan dalam merancang model pemasaran, literasi, dan digitalisasi yang lebih inklusif. Dengan demikian, digitalisasi syariah tidak hanya menjadi tren, tetapi juga solusi nyata bagi penguatan ekonomi kecil di Indonesia (Indriani & Fitriani, 2024).

Tujuan penelitian untuk menganalisis sejauh mana efektivitas pemasaran QRIS BSI Go Syariah dalam menembus ekosistem ekonomi jalanan, khususnya pada pedagang Starling bakol kopi di Pasuruan. (Sari et al., 2025) Secara lebih rinci, penelitian ini berupaya: (1) mengidentifikasi faktor pendorong pedagang jalanan dalam mengadopsi QRIS syariah; (2) memahami persepsi pedagang dan pelanggan terhadap kemudahan, kenyamanan, serta nilai syariah yang ditawarkan oleh BSI; dan (3) mengevaluasi strategi pemasaran BSI di sektor informal serta tingkat keberhasilannya dalam meningkatkan penggunaan QRIS.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menggambarkan secara mendalam realitas penggunaan QRIS BSI Go Syariah di kalangan pedagang Starling bakol kopi di Pasuruan. Pendekatan ini dipilih karena

memungkinkan peneliti memahami pengalaman, persepsi, dan dinamika sosial yang berlangsung secara alami dalam ekosistem ekonomi jalanan (Adolph, 2016). Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi lapangan, wawancara mendalam dengan pedagang Starling, pelanggan, serta petugas pemasaran BSI, dan dokumentasi terkait materi sosialisasi QRIS, bukti transaksi, serta data pendukung dari BSI. Sampel informan dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yakni berdasarkan keterlibatan langsung mereka dalam penggunaan dan pemasaran QRIS BSI.

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan model Miles dan Huberman, yang meliputi tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Untuk memastikan keabsahan data, penelitian ini menerapkan triangulasi sumber dan teknik, yaitu membandingkan informasi dari berbagai informan dan metode pengumpulan data. Fokus analisis diarahkan pada: (1) faktor pendorong dan penghambat adopsi QRIS BSI di sektor informal; (2) persepsi pedagang dan pelanggan terhadap kemudahan, manfaat, dan nilai syariah; serta (3) efektivitas strategi pemasaran BSI dalam menembus ekosistem ekonomi jalanan (Adolph, 2016). Dengan metode ini, penelitian diharapkan mampu menghasilkan temuan yang akurat, kontekstual, dan relevan dengan perkembangan digitalisasi keuangan syariah.

Hasil dan Pembahasan

1. Faktor Pendorong Pedagang Jalanan dalam Mengadopsi QRIS Syariah

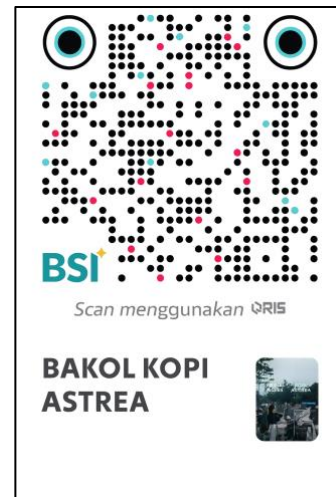
Adopsi QRIS BSI oleh pedagang Starling Bakol Kopi Pasuruan menunjukkan bahwa transformasi pembayaran digital kini telah merambah ekosistem usaha mikro sektor jalanan. Dorongan terbesar muncul dari perubahan perilaku konsumen yang semakin mengutamakan transaksi non-tunai. Fenomena ini menunjukkan bahwa pedagang informal kini berada pada titik adaptasi yang sama dengan pelaku usaha formal, yaitu kebutuhan memenuhi ekspektasi pelanggan terhadap kecepatan, keamanan, dan kemudahan transaksi. Selain itu, citra pedagang yang dianggap “lebih profesional” setelah

menggunakan QRIS membuat pedagang merasa mendapat nilai tambah kompetitif. Hal ini menandakan bahwa digitalisasi pembayaran bukan hanya fungsi teknis, tetapi juga menjadi instrumen branding yang relevan bahkan bagi pedagang skala kecil (Auliyah & Andriani Samsuri, 2025).

“Saya merasa terbantu karena QRIS mengurangi risiko uang hilang, uang palsu, atau selisih kembalian dan QRIS Syariah dianggap lebih menenangkan karena terhindar dari praktik bunga.” (Sumber: Wawancara 1 Kepada Pemilik Bakol Kopi Starling Pasuruan)



Gambar 1.1. Pelayanan pelanggan bakol kopi



Gambar 1.2. Bukti qris pada bakol kopi

Berdasarkan wawancara 1 dan gambar 1.1 dapat dijelaskan bahwa pedagang mengaku merasa lebih tenang karena tidak perlu lagi membawa uang tunai dalam jumlah besar, sehingga meminimalkan risiko kehilangan, salah hitung, maupun menerima uang palsu. Beberapa pedagang menuturkan bahwa dengan adanya notifikasi otomatis ketika pembayaran berhasil, mereka bisa langsung memastikan transaksi masuk tanpa keraguan. Penggunaan QRIS BSI dianggap meningkatkan citra profesional pedagang. Mereka merasa terlihat lebih modern, tidak kalah dengan kafe atau pedagang besar. Sedangkan pada gambar

1.2 dapat di jelaskan bahwa bukti QRIS tersebut memudahkan pembeli dalam melakukan pembayaran tanpa perlu repot membawa uang tunai, sehingga transaksi menjadi lebih cepat dan aman. Beberapa pedagang menuturkan bahwa dengan adanya QRIS yang terlihat jelas, pelanggan menjadi lebih yakin dan nyaman melakukan pembayaran digital. Kehadiran bukti QRIS pada bakol kopi juga dianggap meningkatkan citra profesional pedagang. Mereka merasa usaha mereka terlihat lebih modern dan terpercaya, sehingga mampu menarik lebih banyak pelanggan yang terbiasa dengan sistem pembayaran digital (Hidayatullah et al., 2023).

2. Persepsi Pedagang terhadap Kemudahan, Kenyamanan, dan Nilai Syariah QRIS BSI

Persepsi terhadap nilai syariah memperkuat posisi BSI terutama pada segmen pelanggan dan pedagang Muslim yang mengedepankan prinsip halal. Kesesuaian layanan dengan prinsip syariah memberikan nilai emosional yang membedakan BSI dari penyedia QRIS konvensional. Namun, menarik bahwa pelanggan non-Muslim tetap menerima QRIS BSI karena praktikabilitasnya, bukan aspek syariahnya. Hal ini menandakan bahwa QRIS BSI berhasil membangun penerimaan lintas segmen, di mana nilai syariah berfungsi sebagai keunggulan tambahan tanpa mengurangi universalitas layanan. Dengan demikian, persepsi yang terbentuk menunjukkan adanya sinergi antara fungsi teknis dan nilai religius yang berhasil meningkatkan kepercayaan serta loyalitas pengguna (Arwanto et al., 2025).

“Awalnya bingung, tapi begitu sudah jalan, tinggal scan dan masuk, dan lebih praktis, tidak perlu ribet uang receh untuk pengembaliannya” (Sumber: Wawancara 2 Kepada Pemilik Bakol Kopi Starling Pasuruan)



Gambar 2. Pelangan bakol kopi berdatangan secara terus meningkat

Berdasarkan wawancara 2 dan gambar 2 dapat dijelaskan bahwa pedagang merasakan peningkatan kemudahan dan kenyamanan setelah menggunakan QRIS BSI dalam transaksi di Starling. Pedagang menikmati proses transaksi yang lebih efisien, minim risiko uang hilang atau salah hitung, serta adanya kepastian pembayaran lewat notifikasi aplikasi. Dalam perspektif pedagang, kenyamanan muncul karena transaksi dapat dilakukan tanpa uang tunai dan tanpa repot mencari uang kecil. Ini menunjukkan bahwa nilai utilitas QRIS BSI berfungsi optimal di konteks ekonomi mikro yang mengutamakan kecepatan dan kesederhanaan. Dengan demikian, QRIS tidak hanya memudahkan aktivitas jual beli, tetapi juga menciptakan standar baru bagi kenyamanan dalam transaksi di ruang public.

3. Evaluasi Strategi Pemasaran BSI dan Tingkat Keberhasilannya di Sektor Informal

Keberhasilan strategi pemasaran BSI terlihat dari meningkatnya jumlah transaksi QRIS pada pedagang Starling serta bertambahnya jumlah pedagang yang bersedia menggunakan layanan BSI secara berkelanjutan. Keberhasilan ini tidak hanya menunjukkan efektivitas penetrasi pasar, tetapi juga kemampuan

BSI dalam memperluas ekosistem ekonomi syariah ke ranah yang sebelumnya kurang tersentuh oleh institusi perbankan. Meski demikian, temuan lapangan juga memperlihatkan bahwa keberhasilan ini perlu diimbangi dengan peningkatan infrastruktur digital dan edukasi lanjutan. Dengan demikian, strategi pemasaran BSI dapat dinilai berhasil, namun masih memerlukan penguatan untuk memastikan adopsi yang lebih luas dan berkelanjutan di sektor informal (Nurendra et al., 2025).

“Mas dari BSI datang sendiri, ngobrol pelan-pelan sampai saya ngerti. Kalau cuma lihat di internet, saya tidak bakal ngerti, dan setelah itu saya dibantu dari awal sampai QRIS saya aktif. Dikasih stiker, dikasih contoh cara pakainya.” (Sumber: Wawancara 3 Kepada Pemilik Bakol Kopi Starling Pasuruan)



Gambar 3. Evaluasi salah satu marketing BSI Pasuruan kunjungan terhadap eektivitas hasil pemilik bakol kopi

Berdasarkan wawancara 3 dan gambar 3 dapat dijelaskan bahwa data lapangan, strategi lapangan (field marketing) yang digunakan BSI terbukti efektif dalam menjangkau pedagang sektor informal seperti Starling. Pendekatan langsung yang dilakukan tim marketing mulai dari edukasi kunjungan, pendampingan pendaftaran, hingga edukasi penggunaan aplikasi menjadi faktor penting yang mempercepat keputusan pedagang untuk mengadopsi QRIS Syariah. Pendekatan ini relevan mengingat pedagang sektor informal cenderung mengandalkan komunikasi personal, bukan informasi digital atau media formal.

Strategi ini menunjukkan bahwa digitalisasi dapat lebih efektif ketika dikombinasikan dengan edukasi tatap muka, sehingga pemilik bakol kopi dapat memahami sistem dengan baik dan memaksimalkan penggunaan QRIS (Anisak & Bakhri, 2024).

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan QRIS BSI oleh pedagang Starling Bakol Kopi Pasuruan didorong oleh kombinasi antara perubahan perilaku pelanggan, manfaat operasional, dan preferensi terhadap layanan keuangan yang sesuai prinsip syariah. Pedagang merasakan kemudahan dan keamanan yang lebih baik dibandingkan transaksi tunai, sementara nilai syariah memberikan ketenangan batin yang memperkuat kepercayaan mereka. Persepsi positif ini juga muncul dari sisi pelanggan yang mengutamakan kepraktisan, kecepatan, serta kenyamanan dalam bertransaksi. Dengan demikian, QRIS BSI tidak hanya berfungsi sebagai alat pembayaran, tetapi juga sebagai sarana peningkatan profesionalitas pedagang informal.

Strategi pemasaran BSI yang dilakukan melalui pendekatan langsung ke lapangan terbukti efektif dalam menjangkau pedagang sektor informal yang umumnya memiliki literasi digital terbatas. Peningkatan jumlah pedagang dan pelanggan yang menggunakan QRIS menunjukkan keberhasilan adaptasi teknologi syariah di lingkungan ekonomi jalanan. Meski demikian, keberlanjutan adopsi masih membutuhkan dukungan edukasi lanjutan dan penguatan infrastruktur jaringan. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa QRIS BSI memiliki potensi besar memperluas ekosistem keuangan syariah di sektor informal apabila didukung strategi pemasaran dan pendampingan yang konsisten.

DAFTAR PUSTAKA

- Adolph, R. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Al-ghoffar, S. R., Sopingi, I., & Hanifah, E. N. (2024). STRATEGI PEMASARAN BERBASIS DIGITAL SYARIAH DALAM PROMOSI PRODUK DI BANK SYARIAH INDONESIA (BSI). *ISTISMAR: Jurnal Kajian, Penelitian Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 7(2), 1–15.
- Alifa, D., Sari, N., Kuala, U. S., & Aceh, B. (2024). MAXIMIZING STRATEGY : EXAMINING THE KEY FACTORS THAT SHAPE CUSTOMER SATISFACTION THROUGH. *IHTIYATH Jurnal Manajemen Keuangan Syariah*, 7(1), 1–13. <https://doi.org/10.32505/ihtiyath.v8i1.7590>
- Anisak, & Bakhri, S. (2024). Peran dan Tantangan Bank Syariah Indonesia dalam Meningkatkan Inklusi Keuangan Melalui Produk Mikro Syariah. *JURNAL RELEVANSI : EKONOMI, MANAJEMEN DAN BISNIS*, 3(2), 79–83.
- Arwanto, M., Andajani, E., & Rahayu, S. (2025). Factors that influence adoption intention towards QR code payment at merchants in Indonesia. *SEAJSM (Southeast Asian Journal of Service Management)* 5, 2, 1–15.
- Auliyah, M., & Andriani Samsuri. (2025). Adopsi Financial Technology oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) dalam Meningkatkan Inklusi Keuangan Syariah di Era Digital. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah*, 7(6), 2218–2227. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v7i6.8042>
- Badrawani, W. (2020). Digital payment policy impact analysis on the intention to use QRIS (quick response code Indonesian standard) during COVID-19 pandemic 1. *JEL Classification*, 4(2), 1–23.
- Bakri, M., Ujang, S., Pratama, W. M., Yusuf, A. S., Muhammadiyah, U., & Utara, S. (2025). EFEKTIVITAS PENGGUNAAN PEMBAYARAN TRANSAKSI QRIS. *Proceeding International Seminar on Islamic Studies*, 6(1), 2611–2617.
- Elisa, E., & Zulinda, N. (2025). QRIS : Solusi Pembayaran Digital di Bank Syariah Indonesia untuk Studia Economica: Jurnal Ekonomi Islam. *Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam*, 11(1), 54–64.
- Hidayatullah, M. F., Irawan, B., Roziq, A., & Info, A. (2023). Enhancing Customer in

- Islamic Banking: a Case Study of Bank Syariah Indonesia's Marketing Strategy. *International Journal of Islamic Business and Economics*, 7(2), 128–138. <https://doi.org/10.28918/ijibec.v7i2.1966>
- Indriani, F., & Fitriani, H. (2024). Strategi Bank Syariah Indonesia KCP Pacitan dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Menggunakan Sistem QRIS Banking. *Falahiya: Research Journal of Islamic Banking and Finance*, 3(1), 80–89. <https://doi.org/10.21154/falahiya.v3i1.3342>
- Istiqomah, N., & Sadali, A. (2025). Inovasi ekonomi syariah berbasis digital : Studi kasus penerapan QRIS dan Mobile banking pada BSI KCP Pekalongan. *Journal of Accounting and Digital Finance*, 5(2), 243–257.
- Nurendra, M. Z., Wijaya, L. I., Ardiansyahmiraja, B., & Kajee, J. (2025). FACTORS INFLUENCING QRIS ADOPTION IN WARKOPS. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen (JABM)*, 11(1), 214–227.
- Sari, N. E., Malau, S., Nurliana, V., Situmeang, G. I., Geografi, P., & Medan, U. N. (2025). Pemanfaatan QRIS sebagai Sistem Pembayaran Digital Pada Pedagang Pasar MMTC di Kota Medan. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(3), 33749–33754.
- Uyun, H. D. R., Muhammad Qamaruddin, & Bashiratud Diyana Basy. (2024). The influence of digital literacy, perception of usefulness, ease and risk on users of bsi mobile qris on customers of syariah bank indonesia kcp sungai danau 1. *Antasari Conference of Islamic Economics and Business*, 3(1), 107–120.