BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian terdahulu Merupakan penelitian yang serupa yang perneh diteliti peneliti sebelumnya, untuk menunjukan adanya penelitian terdahulu berikut ini adalah penelitian-penelitian terdahulu:

1. Penelitian yang telah dilakukan oleh (Ma'ruf 2020) "*Eksistensi Quick Response Indonesian Standard (QRIS) dalam Pengembangan Teknologi Finansial bagi UMKM di Kota Kendari (Studi Kasus Warung Kopi Haji Anto)".*

   Jenis penelitian ini yaitu penelitian kualitatif dengan menggunakan metode penelitian lapangan dengan pendekatan studi kasus. Hasil penelitiannya adalah 1) implementasi QRIS (QR Code Indonesian Standard) di Warung Kopi Haji Anto menggunakan dua metode yaitu: static QRIS MPM (Merchant Present Mode) dengan proses Pembuatan aplikasi lebih dahulu, scanning file Barcode QRIS, masuk nominal dan selesai. Selain metode pembayaran statis QRIS MPM (Merchant Present Mode), Warung Kopi Haji Anto menerapkan metode QRIS TTM (No Face to Face) untuk mempermudah transaksi tanpa harus datang langsung ke kasir. 2) Faktor pendukung penerapan QRIS (QR Code Indonesian Standard) adalah smartphone saat ini menjadi media yang banyak digunakan, selain itu perkembangan teknologi dan lokasi Warung Kopi Haji Anto telah memudahkan QRIS (QR Code Indonesian Standard), efisien dan praktis untuk digunakan. diterima dan dikenal oleh banyak orang dari berbagai latar belakang. 3) Pengelolaan QR Code berbasis syariah sebagai sistem pembayaran di Kota Kendari dilihat dari empat pengelolaan syariah, yaitu: Perencanaan (At-

Tahthiith), pengendalian (Ar-Riqabah), implementasi (Tathbiq), pemasaran (Marketing). Dalam keempat pengelolaan bisnis syariah ini, penggunaan QR Code berbasis syariah di Kota Kendari dapat menjadi salah satu contoh sistem ekonomi syariah dari transaksi penggunakan QR Code.

Perbedaan penelitian yang dilakukan Misbahul Ma'ruf yaitu untuk mengetahui Eksistensi QRIS dalam pengembangan Finansial Teknologi dan mengambil studi kasu disalah satu pelaku bisnis sebagai merchant, sementara pada penelitian yang dilakukan Peneliti yaitu untuk mengetahui strategi kampanye sistem pembayaran QRIS dan dampaknya bagi pelaku usaha di kota Kendari. Adapun persamaanya yaitu sama-sama untuk mengetahui bagaimana perkembangan QRIS.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Amelia Ramdahni Pohan dengan judul "*Strategi Bank Indonesia dalam Sosialisasi Gerakan nasional non tunai Elektronik money (studi kepada Masyrakat di Kota Medan*"

   Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (filed research) dengan pendekatan dekriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah *pertama, sosialisasi elektronic money* yang dilakukan Bank Indonesia sesuai berjalan sesuai dengan apa yang direncanakandidua tempat. *Kedua,* dari beberapa strategi yang dilakukan Bank Indonesia dalam mensosialisasikan *electronic money* seperti melakukan program kampanye, memberikan hiburan dan hadiah. *Ketiga,* semua usaha yang dilakukan Bank Indonesia dalam mensosialisasikan *electronic money* sudah maksimal namun tidak dapat dipungkiri kalau selalu ada kendala yang dihadapi. Dari keempat kendala yang sulit dihadapi Bank Indonesia salah satunya yaitu kesulitan melakukan sosialisasi kepelosok Desa karenantempatbb

yang jauh dan dari segi jarak sangat memakan waktu yang lama, selain itu juga Bank Indonesia mempunyai tugas lain yang juga penting dadlam ekonomi Masyarakat.

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Amelia Ramdahni Pohan yaitu untuk mengetahui bagaiman sosialisasi *Electronic Money*, bagaimana strategi kendala yang dilakukan Bank Indonesia, sementara dalam penelitian yang dilakukan peneliti yaitu untuk mengetahui bagaimana strategi Bank Indonesia dalam melakukan kampanye sistem pembayaran QRIS dan dampaknya bagi Masyarakat. Sementara persamaannya yaitu sama-sama mengkaji tentang strategi Bank Indonesia dalam melakukan kampanye kebijakan Bank Indonesia bagi Masyarakat.

3. Penelitian yang dilakukan oleh (Putri 2020) dengan judul *"Pelaksanaan Penggunaan Quick Response Code (Kode QR) untuk Sistem Pembayaran Berdasarkan Peraturan Anggota Dewan Gubernur Nomor 21/18/PADG/2019 Tentang Implementasi Standar Nasional Quick Response Code untuk Pembayaran di Kota Semarang"*

   Penelitian ini merupakan penelitian dengan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1). Penggunaan media pembayaran elektronik terbesar di tahun 2017 yaitu penggunaan smartphone, sehingga uang elektronik berbasis server kedepannya akan semakin berkembang dengan terus meningkatnya penggunaan smartphone di Indonesia dibandingkan dengan uang elektronik berbasis kartu. 2). Pelaksanaan penggunaan QR Code yang selanjutnya disebut QRIS di Kota Semarang tidak efektif, hal ini disebabkan oleh kendala internal dan juga kendala

eksternal yang ada di Kota Semarang. 3). Pengawasan yang dilakukan oleh Bank Indonesia saat ini ialah teguran lisan kepada PJSP yang sampai dengan tanggal 01 Januari 2020 belum mengurus izin menggunakan QRIS untuk pembayaran.

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Nindi Anindya Putri yaitu untuk mengetahui implementasi penggunaan QR Code berdasarkan Peraturan Anggota Dewan Gubernur Nomor 21/18/PADG/2019 yang berlokasi di Kota Semarang, sementara penelitian yang dilakukan Peneliti yaitu berfokus pada strategi Kampanye QRIS dan dampaknya bagi pelaku usaha. Adapun persamannya yaitu sama-sama fokus penelitiaannya terkait QRIS.

4. Penelitian yang dilakukan oleh (Sinaga 2020) dengan judul "*Tinjauan Yuridis Quick Response Indonesian Standard (Qris) Sebagai Sistem Transaksi Pembayaran Dalam Mengatasi Monopoli Menurut Peraturan Anggota Dewan Gubernur No 21/18/Padg/2019 (Studi Pada Bank Indonesia Medan)".*

   Penelitian tersebut menggunakan metode penelitian kepustakaan dan metode penelitian lapangan dengan cara riset serta wawancara kepeda narasumber. Data yang telah didapatkan dari penelitian di analisa secara deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini ialah pemanfaatan QRIS berdasarkan PADG NO.21/18/PADG/2019 masih memiliki beberapa kekurangan terutama pada bagian sanksi. Di lain sisi narasumber yang diwawancarai mengatakan bahwa Bank Indonesia masih menghadapi beberapa hambatan dalam pelaksanaan sistem QRIS ini sehingga Bank Indonesia masih terus melakukan evaluasi dalam pengembangan sistem QRIS.

   perbedaan pada penelitian ini yaitu, pada penelitian yang dilakukan oleh Sinaga mengkaji tinjauan yuridis pemanfaatan penggunaan QRIS sementara

penelitian yang dilakukan peneliti yaitu untuk mengetahu strategi yang dilakykan Bank Indonesia dalam mengkampanyekan QRIS.

5. Penelitian dilakukan oleh (Aulia 2019) dengan judul "*Pengaruh Persepsi Kegunaan dan Kemudahan Penggunaan Pada Minat Penggunaan Quick Response Code dalam Transaksi Keuangan".*

   Penelitian tersebut dilakukan pada mahasiswa program studi Akuntansi FEB Universitas Udayana angkatan 2015-2018 yang masih aktif. Tujuan dari penelitian tersebut yaitu untuk mengetahui pengaruh persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan pada minat mahasiswa Akuntansi FEB Universitas Udayana dalam menggunakan QR Code dalam transaksi keuangan. Hasil penelitian ini diketahui bahwa terdapat pengaruh langsung antara persepsi kemudahan penggunaan pada persepsi kegunaan dan juga terdapat pengaruh langsung antara persepsi kemudahan penggunaan pada minat penggunaan. Dalam penelitian ini juga diperoleh hasil tidak terdapat pengaruh langsung antara persepsi kegunaan pada minat penggunaan dan tidak terdapat pengaruh antara persepsi kemudahan penggunaan pada minat penggunaan melalui persepsi kegunaan sebagai pemediasi.

   Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Nabila Auliah yaitu untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan menggunakan QR Code dalam bertransaksi bagi Mahasiswa Akuntansi FEB Universitas Udayana sementara penelitian yang dilakukan Peneliti yaitu untuk mengetahui strategi BI Sultra dalam kampanye QRIS di Kota Kendari. Adapun persamaanya yaitu sama-sama mengambil Objek penelitian terkait QRIS.

6. Penelitian yang dilakukan oleh (Sihaloho, Ramadhani, and Rahmayanti 2020). yang berjudul *"Implementasi Sistem Pembayaran Quick Response Indonesia Standard Bagi Perkembangan UMKM di Medan"*.

   Penelitian ini mengindikasi bahwa QRIS memiliki manfaat bagi para pelaku UMKM untuk mengalami perkembangan. Penerapan sistem pembayaran QRIS sebagai instrumen pembayaran berbasis server yang menggunakan QR Code telah dilakukan oleh beberapa pelaku UMKM di Medan. penelitian yang diperoleh, sebagian besar informan mengatakan bahwa QRIS memiliki pengaruh terhadap perkembangan UMKM. Hal ini terbukti melalui cara informan menjawab pertanyaan yang diberikan. Menyediakan satu QRIS di tokoh akan dapat melayani seluruh aplikasi pembayaran yang menggunakan QR Code.

   Perbedaan dalam penelitian tersebut adalah pada penelitian yang dilakukan oleh Josef Evan Sihaloho, Atifa Ramadhani, dan Suci Rahmayanti yaitu untuk mengetahui bagaimana implementasi QRIS bagi pelaku UMKM sementara pada penelitian yang dilakukan Peneliti yaitu untuk mengetahui bagaimana Strategi BI Sultra dalam melakukan Kampanye QRIS. Sementra persamaannya yaitu sama-sama mengambil objek Penelitian tentang QRIS.

2.2. Landasan Teori

2.2.1 Teori Strategi

1. Pengertian Strategi

Startegi memiliki peranan yang sangat penting dalam suatu perusahaan, seperti yang dikemukakan oleh Porter (2002), strategi adalah alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing. Pentingnya strategi bagi suatu

perusahaan menentukan maju atau mundurnya dalam persaingan bisnis. Selain menjadi jalan menuju keberhasilan dalam menemukan ketepatan dan efektivitass perusahaan, selanjutnya strategi juga menjadi pembeda menuju persaingan kopetitif suatu kehidupan unit usaha bisnis. Salah satu fokus usaha bisnis adalah merumuskan pilihan strategi sekaligus memutuskan bisnis tersebut harus dan atau tidak ada (Hamidi 2018).

Startegi adalah perencanaan dalam mencapai target atau sesuatu hal yang diinginkan , pendekatan komunikasi yang menyeluruh akan diambil dalam rangka menghadapi tantangan yang akan dihadapi selama berlangsungnya proses komunikasi. (Laruddin 2021).

Strategi merupakan rencana jangka panjang, diikuti tindakan yang ditujukan untuk mencapai tujuan tertentu, yang umumnya adalah “kemenangan” (Sedarmayanti 2018)

Pengertian strategi menurut para Ahli sebagai berikut (Hakim 2020):

a. Christensen (1962) dalam bukunya: *Strategy and Structure*, berpendapat bahwa, strategi adalah pola dari berbagai tujuan serta dasar dan rencana untuk mencapai tujuan tersebut, dirumuskan sedemikian rupa sehingga jelas bisnis apa yang akan dijalankan oleh perusahaan.
b. Glueck (1980) dalam bukunya *Business Policy and Stratege Management*) berpendapat bahwa, strategi adalah suatu kesatuan rencana yang menyeluruh dan terpadu yang menghubungkan kekuatan strategi perusahaan dengan lingkungan yang dihadapinya, yang kesemuanya menjamin tercapainya tujuan perusahaan.
c. Supriyono (1986) berpendapat bahwa, strategi perusahaan adalah rencana perusahaan terpadu yang komprehensif dan terintegrasi yang diperlukan untuk

mencapai tujuan. Dalam merumuskan strategi perlu memperhatikan lingkungan perusahaan, karena kekuatan dan kelemahan perusahaan dapat disusun dari kekuatan strategis perusahaan. Dalam tujuan perusahaan terdapat beberapa cara atau alternatif strategi yang perlu diperhatikan dan harus dipilih. Selanjutnya, strategi yang dipilih akan dilaksanakan oleh dan pada akhirnya memerlukan evaluasi terhadap strategi tersebut.

Bila dilihat dari fungsi maka strategi dapat di klasifikasi sebagai berikut (Setiawan 2020):

1) Pengertian strategi sebagai rencana adalah program atau langkah-langkah yang direncanakan (*a directed course of action*) untuk mencapai tujuan atau cita-cita yang telah ditentukan; sama dengan konsep perencanaan strategis
2) Pengertian strategi sebagai pola (*pattern*) adalah pola perilaku masa lalu yang konsisten, menggunakan strategi sadar daripada yang direncanakan atau dimaksudkan. Yang dimaksud dengan pola niat atau cara yang berbeda, strategi sebagai pola lebih mengacu pada sesuatu yang muncul begitu saja (*emergent*).
3) Pengertian strategi sebagai posisi adalah menentukan merek, produk atau perusahaan di pasar, berdasarkan kerangka konseptual konsumen atau pembuat kebijakan; strategi yang terutama ditentukan oleh faktor eksternal.
4) Pengertian strategi sebagai taktik, adalah manuver khusus untuk mengecoh atau mengecoh lawan (*competitor*)
5) Pengertian strategi sebagai perspektif adalah menjalankan strategi berdasarkan teori-teori yang ada atau menggunakan naluri alamiah kepala atau cara berpikir atau ideologi.

2. Komponen strategi

Secara umum, suatu strategi memiliki komponen-komponen yang selalu menjadi pertimbangan dalam menentukan strategi yang akan dilaksanakan. Komponen-komponen ini adalah kompetensi yang berbeda (*distinetive competence*), ruang lingkup (*scope*), dan distribusi sumber daya *resource deployment* (Ma'Arif 2020).

a. Strategi korporasi (*corporate startegy*) adalah strategi seluruh perusahaan yang bertujuan dalam menciptakan pertumbuhan bagi perusahaan serta keseluruhan dan pengelolaan berbagai produk bisnis. terdapat tiga jenis strategi yang digunakan pada strategi level ini, yaitu strategi pertumbuhan (*Grow Strategy*), strategi stabilitas (*Stabiliti strategy*), dan *Retrenchment Strategy*.
b. Strategi bisnis (*Business Strategy*) adalah strategi yang digunakan pada tingkat produk atau unit bisnis dan merupakan strategi perbankan untuk posisi kompetitif produk atau layanan dalam spesifikasi atau segmen pasar tertentu. Ada tiga macam strategi yang dapat digunakan dalam strategi bisnis, yaitu strategi kepemimpinan biaya, strategi diferensiasi, dan strategi fokus.
c. Strategi fungsional (*fungtional strategy*) digunakan pada tingkat fungsional yakni operasi, pemasaran, keuangan, dan sumber daya manusia. Strategi ini mengacu pada dua bagian strategi sebelumnya, yaitu strategi korporasi dan strategi bisnis. Strategi fungsional juga disebut *value-based-startegy* yang berfokus pada memaksimalkan produktivitas sumber daya yang digunakan dalam memberikan nilai terbaik untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Dalam menentukan keberhasilan strategi, diperlukan indikator yang dapat diukur. Dalam menentukan indikator sebaiknya memahami prinsip-prinsip indikator yaitu spesifik, terukur, dapat dicapai, realistis, dan tepat waktu. Sementara

itu, pengembangan indikator melalui pendekatan program menurut Ditjen P2L & PM dalam Kuswidanti sebagai berikut (Meliyanti 2021).

a. Indikator Input. Tolok ukur keberhasilan input dapat diukur dari tiga indikator, yaitu: 1) Terbentuknya forum atau sekretariat yang ditandai dengan kesepakatan bersama. 2) Adanya sumber dana/biaya yang ditujukan untuk pembangunan. 3) Adanya dokumen perencanaan yang telah disepakati oleh instansi terkait.
b. Indikator proses. Tolak ukur keberhasilan indikator ini dapat diukur dari indikator seperti frekuensi dan kualitas pertemuan tim atau sesuai kebutuhan. Hasil evaluasi proses nilai dikatakan berhasil, jika tolak ukurnya terbukti dilengkapi dengan agenda rapat, daftar hadir dan hasil rapat.
c. indikator output. Tolak ukur keberhasilan indikator output dapat diukur dari indikator-indikator berikut: banyaknya kegiatan yang dilakukan oleh instansi terkait sesuai dengan peran yang disepakati masing-masing instansi. Hasil evaluasi output dianggap berhasil, jika tolak ukur tersebut di atas terbukti ada.
d. Indikator Outcome. Tolak ukur keberhasilan indikator outcome ialah menurunnya angka permasalahann yang terjadi.

2.2.2. Teori Kampanye

1. Pengertian Kampanye

Pengertian secara umum mengenai istilah kampanye yang sudah dikenal sejak tahun 1940-an *kampanyes is generally exemply persuasion in action* Kampanye pada umumnya menampilkan suatu kegiatan yang dimulai dengan persuasive. beberapa ilmuan, pakar, dan praktisi komunikasi telah mengemukakan sebagai berikut: (Ratnawati 2017)

a. Leslie B. Snyder, Secara garis besar, kampanye komunikasi adalah kegiatan komunikasi yang terorganisir, yang ditujukan langsung kepada khalayak tertentu, pada jangka waktu tertentu yang telah ditentukan untuk mencapai tujuan tertentu.
b. Pfau dan Parrot, Kampanye yang secara sadar membantu dan meningkatkan proses implementasi yang direncanakan untuk jangka waktu tertentu untuk mempengaruhi khalayak tertentu.
c. Rogers dan Storey, Mendefinisikan kampanye yang sedang berlangsung sebagai kegiatan komunikasi yang terorganisir dengan tujuan menciptakan dampak tertentu pada sejumlah besar khalayak dalam target waktu tertentu.
d. Rajasundaram, Kampanye adalah koordinasi dari berbagai perbedaan komunikasi yang terfokus pada suatu masalah tertentu dan bagaimana menyelesaikannya dalam waktu tertentu.

Dari penjelasan berbagai definisi para ahli mengenai definisi kampanye di atas, dapat disimpulkan bahwa ada kegiatan; 1). Adanya proses komunikasi kampanye untuk mempengaruhi khalayak tertentu, 2). Untuk membujuk dan memotivasi audiens dalan berpartisipasi, 3). Ingin menciptakan efek atau dampak tertentu sesuai dengan rencana yang diinginkan, 4). Dilakukan dengan tema tertentu dan sumber yang jelas, 5). Dalam waktu tertentu atau yang telah ditentukan, dilakukan secara terorganisir dan terencana untuk kepentingan kedua belah pihak atau secara sepihak.

2. Jenis-jenis kegiatan kampanye

Kegiatan kampanye selalu berkaitan dengan kepentingan dan tujuan apa, siapa sasarannya, dalam konteks kegiatan apa, untuk membujuk atau memotivasi

khalayak?. Dalam berbagai kegiatan tersebut, terdapat beberapa jenis program kampanye yang dilakukan sebagai kegiatan yang mulai memotivasi, dan mencapai tujuan tertentu, menurut Charles U. Larson, dalam bukunya yang berjudul (*Persuasion, Acceptance and Responsibility California. Wardsworth Publishing*) yang membagi jenis kampanye penjualan produk, calon dan ide atau gagasan perubahan sosial, yaitu sebagai berikut: (D. Wahyudi 2020).

a) Product Oriented *Kampanyes*

Kegiatan dalam kampanye berorientas padai produk, dan biasanya dilakukan pada kegiatan kampanye pemasaran untuk peluncuran produk baru. Misalnya, peluncuran provider seluler FlexiTelkom, perubahan nama Nasional menjadi Panasonic, perubahan logo baru BNI dan Bank Danamon dan sebagainya. Sedangkan kampanye *Public relation* bertujuan dalam membangun citra positif perusahaan melalui program kepedulian dan tanggung jawab sosial.

b) Candidate Oriented Kampanyes

Kegiatan kampanye ini ditujukan kepada target untuk kepentingan kampanye politik, dan misalnya kampanye pemilu di era reformasi tahun 2004. Misalnya kampanye calon anggota legislatif atau calon presiden dan wakil presiden ke jabatan publik lainnya yang mencari keuntungan sebanyak-banyaknya. mungkin. dukungan yang sebesar-besarnya dari Masyarakat melalui kampanye. politik, serta kampanye komunikasi pemasaran dan periklanan atau penggunaan teknik kampanye Humas dalam waktu yang relatif singkat, 3-6 bulan dengan dukungan dana (investasi) yang cukup besar untuk perluasan iklan komersial, publikasi dan kampanye bias dengan pendukung di berbagai lokasi tersebar di seluruh nusantara.

c) Ideological or Cause – Kampanyes

Jenis kampanye ini yang bertujuan khusus dan berdimensi perubahan social (*social change* kampanyes)

2.2.3. Teori dampak

1. Pengertian dampak

Lebih sederhananya, dampak dapat diartikan sebagai akibat atau pengaruh. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, dampak diartikan sebagai pengaruh kuat yang ditimbulkan, baik yang bersifat negatif maupun positif (Subekti 2016).

Dampak secara sederhana yaitu sebagai akibat atau akibat dari sesuatu. Dalam setiap keputusan yang diambil oleh seorang atasan, biasanya memiliki dampak tersendiri, baik dampak positif maupun dampak negatif. Dampak juga dapat berupa proses tindak lanjut dari pelaksanaan pengendalian internal. Menurut Scott dan Mitchell Dampak adalah transaksi sosial dimana seseorang atau sekelompok orang dapat digerakkan oleh orang atau sekelompok orang lain untuk melakukan kegiatan sesuai dengan harapan. (Kurnianto 2017).

Dampak secara umum bisa bersifat positif dan negatif. Pengertian dampak positif menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah pengaruh kuat yang bersifat baik atau positif. Dampak positif secara umum terlihat pada perubahan yang dirasakan Masyarakat yang dapat memberikan manfaat. Sedangkan dampak negatif menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah kuatnya pengaruh yang kurang baik atau pengaruh negatif. Dampak negatif dapat menimbulkan kerugian bagi manusia, makhluk hidup lain, dan lingkungan (F. A. Sari and Rahayu 2013).

2.2.4. Bank Indonesia

1. Pengertian Bank Indonesia

Bank sentral adalah lembaga yang bertanggung jawab untuk menjaga harga atau nilai mata uang yang berlaku di negara tersebut, yang dalam hal ini dikenal dengan istilah inflasi atau harga dalam arti lain uang. Bank Sentral menjaga tingkat inflasi di luar kendali dan pada nilai serendah mungkin atau pada posisi optimal bagi perekonomian (*Low/zero inflation*), dengan mengendalikan keseimbangan uang dan barang.

Bank Indonesia adalah Bank Sentral Republik Indonesia yang merupakan badan hukum dan lembaga yang independen dalam melaksanakan tugas dan wewenangnya bebas dari campur tangan Pemerintah dan atau pihak lain, kecuali untuk hal-hal tertentu yang secara tegas diatur dengan undang-undang.

Di Indonesia, peran Bank Sentral diberikan kepada Bank Indonesia (BI). Dengan demikian, Bank Indonesia memiliki kewenangan penuh atas pengaturan dan pengawasan terhadap kegiatan lembaga keuangan Bank di Indonesia. (Ananda 2020). Demikian pula kebijakan di bidang sistem pembayaran seperti peredaran uang, kliring, alat pembayaran dengan kartu, atau uang elektronik. Keputusan terkait kebijakan suku bunga, makroprudensial dan pembayaran dengan penilaian perkembangan dan prakiraan makroekonomi serta sistem keuangan domestik dan global disampaikan secara berkala oleh Bank Indonesia. (Warjiyo and Juhro 2020).

2. Regulasi Bank Indonesia

Sejarah Bank Indonesia sebagai Bank Sentral yang mandiri dalam menjalankan tugas dan wewenangnya dimulai dengan dikeluarkannya undang-undang baru yakni UU No. 23 Tahun 1999 tentang Bank Indonesia, dinyatakan

efektif pada tanggal 17 Mei 1999, sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Republik Indonesia No. 6/2009. Undang-undang tersebut mengatur kedudukan sebagai lembaga negara yang mandiri dalam melaksanakan tugas dan wewenangnya, bebas dari campur tangan Pemerintah dan atau pihak lain kecuali hal-hal yang diatur dalam undang-undang ini.

Bank Indonesia memiliki otonomi yang penuh dalam merumuskan dan melaksanakan tugas dan wewenangnya sebagaimana diatur dalam undang-undang. Pihak lain tidak dapat mengganggu daripada tugass Bank Indonesia, dan Bank Indonesia juga berkewajiban untuk menolak atau campur tangan dalam bentuk apapun dari pihak manapun (BI 2020a).

3. Fungsi serta Peran Bank Indonesia

Dalam tugasnya sebagai Bank Sentral, Bank Indonesia memiliki satu tujuan tunggal, yaitu mencapai dan menjaga stabilitas nilai rupiah. Stabilitas nilai rupiah mengandung dua aspek, yaitu stabilitas nilai mata uang terhadap barang dan jasa, dan stabilitas mata uang dari negara lain. pada aspek pertama yaitu perkembangan tingkat inflasi, aspek kedua adalah perkembangan nilai tukar mata uang negara lain. Rumusan tujuan tunggal ini adalah untuk memperjelas sasaran yang ingin dicapai Bank Indonesia dan batasan tanggung jawab. (Subrana 2018).

Dengan demikian, untuk mendukung pencapaian tujuan dari Bank Indonesia, terdapat tiga pilar yang harus diintegrasikan agar tujuan stabilitas nilai rupiah dapat tercapai secara efektif dan efisien. (Kurniawan 2020):

a. Menetapkan serta melaksanakan kebijakan moneter

Dalam hal mencapai stabilitas nilai rupiah, Bank Indonesia menetapkan dan melaksanakan kebijakan moneter. Arah sasaran tersebut adalah sasaran laju inflasi yang ingin dicapai dengan memperhatikan berbagai makroekonomi lainnya, baik dalam jangka pendek, menengah maupun jangka panjang. Pelaksanaan kebijakan moneter dilakukan dengan penetapan tingkat suku bunga (BI Rate). Perkembangan indikator-indikator tersebut dapat dikendalikan melalui *indirect tools*, yakni menggunakan operasi pasar terbuka, menetapkan tingkat diskonto, dan menetapkan persyaratan minimum bagi Bank.

1) Operasi Pasar Terbuka

Operasi Pasar Terbuka (OPT) dilakukan untuk likuiditas rupiah di pasar uang, yang mempengaruhi tingkat suku bunga. OPT dilakukan dengan dua cara, yakni melalui penjualan Sertifikat Bank Indonesia (SBI) dan Intervensi Rupiah.

2) Penetapan cadangan wajib minimum

Kebijakan ini mengharuskan setiap Bank untuk mencadangkan sejumlah aset lancar, yang jumlahnya merupakan proporsi tertentu dari kewajiban langsungnya. Saat ini kebijakan tersebut tertuang dalam Giro Wajib Minimum (GWM) sebesar 5% dari dana pihak ketiga yang diterima Bank, yang harus disimpan pada rekening Bank yang bersangkutan di Bank Indonesia.

3) Peran sebagai *Leader Of The Last Resort*

Bank Indonesia yang berfungsi sebagai *lender of the last resort* dalam melakukan fungsi tersebut, Bank Indonesia dapat memberikan kredit atau pembiayaan berdasarkan prinsip syariah kepada Bank yang mengalami kesulitan likuiditas jangka pendek yang disebabkan oleh ketidaksesuaian dalam

pengelolaan dana. Jangka waktu pinjaman maksimal 90 hari, dan Bank sebagai penerima kredit wajib menyediakan agunan yang berkualitas tinggi dan mudah dicairkan dengan nilai minimal sama dengan jumlah pinjaman. Kebijakan nilai tukar memiliki peran penting dalam mencapai moneter dan dalam mendukung kegiatan ekonomi. Nilai tukar yang stabil diperlukan untuk menciptakan iklim yang kondusif bagi peningkatan kegiatan usaha.

4) Pengelolaan cadangan Devisa

Dalam pengelolaan cadangan devisa, Bank Indonesia mengutamakan pencapaian tujuan likuiditas dan keamanan daripada keuntungan yang tinggi. Namun demikian, Bank Indonesia tetap mempertimbangkan perkembangan di pasar internasional, sehingga memungkinkan terjadi perubahan komposisi jenis penempatan cadangan devisa.

Dalam menglola cadangan devisa secara optimal, Bank Indonesia menerapkan sistem berdasarkan jenis devisa dan berdasarkan jenis investasi pada surat berharga. Dengan tersebuti, diharapkan penurunan nilai suatu mata uang dapat dikompensasikan dengan mata uang jenis lain atau penempatan lain yang memiliki nilai lebih baik.

b. Mengatur dan menjaga kelancara sistem pembayaran

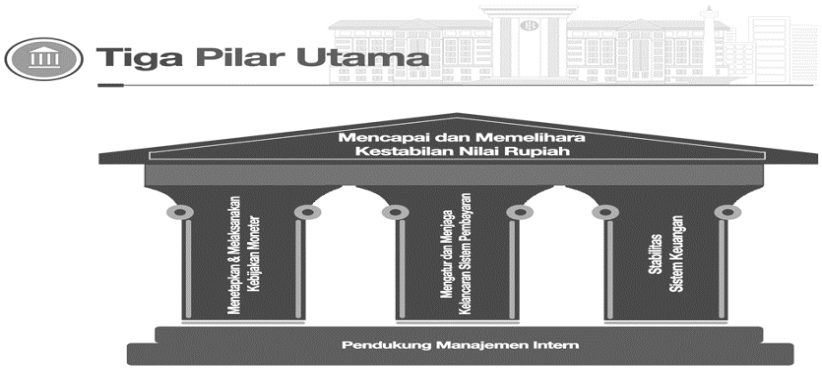
Sesuai dalam UU NO. 23 Tahun 1999 tentang Bank Indonesia, salah satu tugas Bank Indonesia yakni mengatur dan mengatur sistem pembayaran. Di bidang pembayaran, Bank Indonesia merupakan satu-satunya lembaga yang mengeluarkan dan mengedarkan uang rupiah serta menarik dan memusnahkan uang dari peredaran.

Dalam hal pengaturan dan pemeliharaan sistem pembayaran, Bank Indonesia menyelenggarakan, menyetujui, dan mengizinkan penyelenggaraan sistem pembayaran seperti sistem kliring dan sistem pembayaran lainnya, seperti sistem pembayaran dengan menggunakan kartu maupun pembayaran elektronik. Sementara itu, dalam hal efisiensi pengawasan sistem pembayaran, Bank Indonesia memiliki tanggung jawab agar Masyarakat luas dapat memperoleh layanan sistem pembayaran secara cepat, tepat, dan aman. Fungsi pengawasan sistem pembayaran selain memberikan izin kepada pihak yang melaksanakan kegiatan di luar sistem pembayaran, baik yang dilakukan oleh Bank Indonesia maupun pihak lain di luar Bank Indonesia.

c. mengatur serta mengawasi Perbankan

Dalam rangka pengaturan dan pengawasan Perbankan, Bank Indonesia menetapkan peraturan, memberikan izin kepada lembaga atau kegiatan Bank tertentu, melakukan pengawasan terhadap Bank, dan memberlakukan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Bank Indonesia melakukan upaya restrukturisasi Perbankan sebagai upaya membangun kepercayaan Masyarakat terhadap sistem keuangan dan perekonomian Indonesia, Bank Indonesia telah melakukan langkah-langkah restrukturisasi Perbankan secara komprehensif. Langkah ini mutlak diperlukan untuk memfungsikan sistem perbankan sebagai intermediasi yang mendorong pertumbuhan ekonomi, sekaligus meningkatkan efektivitas pelaksanaan kebijakan moneter. Restrukturisasi Perbankan dilakukan dengan upaya pengakuan kepercayaan Masyarakat, program rekapitalisasi, program restrukturisasi kredit, peningkatan regulasi Perbankan, serta peningkatan fungsi pengawasan Bank.

Gambar 1.1
Tiga pilar Bank Indonesia



2.2.5. Sistem Pembayaran Non Tunai

1. Pengertian system pembayaran

Bank Indonesia dalam UU no. 23 Tahun 1999 menjelaskan bahwa sistem pembayaran adalah suatu sistem yang terdiri dari seperangkat aturan, lembaga, dan mekanisme yang digunakan untuk mentransfer dana untuk suatu kewajiban yang timbul dari suatu kegiatan ekonomi. (D. H. Munte 2017)

Sistem Pembayaran adalah suatu sistem yang terdiri dari seperangkat aturan, lembaga, dan mekanisme yang digunakan untuk melakukan transfer dana, guna memenuhi kewajiban yang timbul dari suatu kegiatan ekonomi. Sistem Pembayaran bertepatan dengan lahirnya konsep 'uang' sebagai alat tukar (*Medium Of Change*) atau *intermediary* barang, jasa dan transaksi keuangan. Pada prinsipnya sistem pembayaran memiliki 3 tahapan perizinan, yaitu otorisasi, kliring, dan penyelesaian akhir (*settlement*) (BI 2020)

E-payment diartikan sebagai alat pembayaran dalam bentuk elektronik dimana nilai uang disimpan dalam media elektronik tertentu dan biasa disebut sebagai Uang Elektronik. (*Electronik money*). Pengguna terlebih menyetorkan uangnya atau top up ke penerbit dan disimpan di media elektronik sebelum

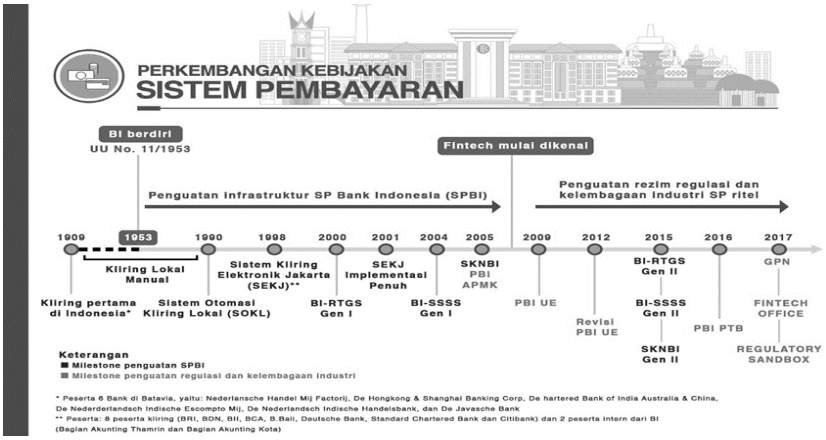
digunakan untuk keperluan transaksi. Saat digunakan, nilai uang elektronik yang tersimpan di media elektronik akan berkurang nilai transaksinya dan setelah itu dapat diisi ulang (top-up). Penggunaan uang elektronik sebagai alat pembayaran yang inovatif dan praktis diharapkan dapat membantu membayar kegiatan ekonomi massal, sehingga perkembangannya dapat membantu mempercepat transaksi di jalan tol, di bidang transportasi seperti kereta api dan angkutan umum lainnya atau transaksimdi minimarket, food court dan pajak, parkir dan layanan ataupun layanan Samsat. Perkrembangan *E-Payment* juga diharapkan agar dapat digunakan sebagai alternatif alat pembayaran non tunai yang dapat dimenjangkau Masyarakat yang selama ini belum memiliki akses ke sistem Perbankan. E-Payment juga dapat didefinisikan sebagai alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur berikut: (Apriani 2019):

a. Uang elektronik diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada pihak penerbit
b. Nilai uang disimpan secara elektronik atau non tunai dalam suatu media seperti server atau Chip.
c. Digunakan sebagai alat pembayaran kepada pengguna atau merchant yang bukan merupakan penerbit uang elektronik.
d. Nilai dari uang elektronik yang disimpan oleh pemilik dan dikelola oleh penerbit bukan merupakan titipan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang telah diatur oleh perbankan.

Orientasi kebijakan dan pengembangan sistem pembayaran mulai bergeser dalam satu dekade terakhir, dari pembangunan infrastruktur sistem pembayaran yang dioperasikan langsung oleh Bank Indonesia ke pengaturan regulasi dan

kelembagaan di bidang sistem pembayaran, khususnya sistem pembayaran ritel yang tidak terlepas dari dampak berkembangnya digitalisasi. Sistem pembayaran nontunai memberikan kemudahan orang banyak dan turut melahirkan berbagai jenis pembayaran nontunai yang hadir di Indonesia. Pembayaran nontunai juga mendorong pelaku usaha Pembayaran untuk segera beradaptasi.

Gambar 1.2
perkembangan sistem pembayaran



2.2.6. Quick Response Code Indonesians Standard (QRIS)

1. Pengertian QRIS

Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) merupakan sistem pembayaran berbasis *shared delivery channel* yang digunakan sebagai kanal pembayaran standarisasi transaksi menggunakan QR Code. Sistem ini dipelopori oleh Bank Indonesia dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI). Standar Internasional EMV Co (*Europe Master Card Visa*) digunakan sebagai standar dasar dalam penyusunan QRIS. Standar ini digunakan untuk mendukung interkoneksi dan interoperabilitas antar provider, antar instrumen, antar negara sehingga dapat bersifat (*open source)* (Sihaloho, Ramadhani, and Rahmayanti 2020).

QRIS adalah sistem QR Code untuk pembayaran digital melalui aplikasi uang elektronik berbasis server, dompet elektronik, atau mobile Banking. Hal tersebut telah diatur oleh Bank Indonesia dengan Regulasi yaitu PADG No. 21/18/2019 tentang Penerapan Standar Pembayaran Internasional QRIS. Peluncuran QRIS ini merupakan salah satu implementasi dari visi Sistem Pembayaran Indonesia (SPI) 2025 yang telah dicanangkan sejak Mei 2019. Dalam peluncuran tersebut, Gubernur Bank Indonesia menambahkan bahwa QRIS yang mengusung semangat UNGUL (Universal, Easy , Menguntungkan dan Langsung), bertujuan untuk mendorong efisiensi transaksi, mendorong inklusi keuangan, memajukan UMKM yang pada gilirannya dapat mendorong pertumbuhan ekonomi, untuk Indonesia maju. QRIS disusun oleh Bank Indonesia dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI), dengan menggunakan standar internasional EMV untuk mendukung interkoneksi instrumen sistem pembayaran yang lebih luas dan mengakomodasi kebutuhan spesifik Negara untuk memfasilitasi interoperabilitas antar penyelenggara, antar instrumen, termasuk antar Negara. (Ningsih, Sasmita, and Sari 2021).

2. Jenis-jenis Transaksi menggunakan QRIS

Beberapa Jenis Mekanisme Transaksi Menggunakan QRIS yaitu:

a. Merchant Presented Mode (MPM)

Mekanisme QR Code Merchant Presented Mode (MPM) ini dimana pelanggang akan melakukan Scan Barcode yang disediakan Merchant, ada dua bentuk QR Code MPM yakni:

1) QR Code Statis, karasteristik:

   a) Mesin EDC mencetak Struk pembayaran yang menampilkan QR Code.

b) Setiap transaksi akan dicetak dengan QR Code yang berbeda-beda

c) nominal pembayaran telah tertera pada QR Code yang tercetak

2) QR Code Dinamis, karakteristik:

a) Mesin EDC akan mencetak struk pembayaran dengan terteranya juga QR *Code* dan monitor akan menunjukkan nominal pembayaran.

b) setiap transaksi dicetak dengan QR *Code* yang berbeda

c) Nominal pembayaran telah tertera pada QR *Code*

b. Customer Presented Mode (CPM)

Mekanisme QR Code Customer Presented Mode ini dapat digunakan oleh setiap orang dalam bertransaksi. Konsumen dapat memilih dan mengunduh aplikasi pembayaran yang diberi izin penyelenggara pada ponsel dan memiliki saldo untuk bertransaksi pada Merchant QR Code yang ditampilkan melalui smartphone pelanggan.

3. Perbadaan transaksi QRIS

Perangkat yang harus disediakan dalam bertransaksi dengan QRIS diperlukan: smartphone yang dapat memindai QR Codes, paket data internet, aplikasi pembayaran, dan saldo pada aplikasi pembayaran.

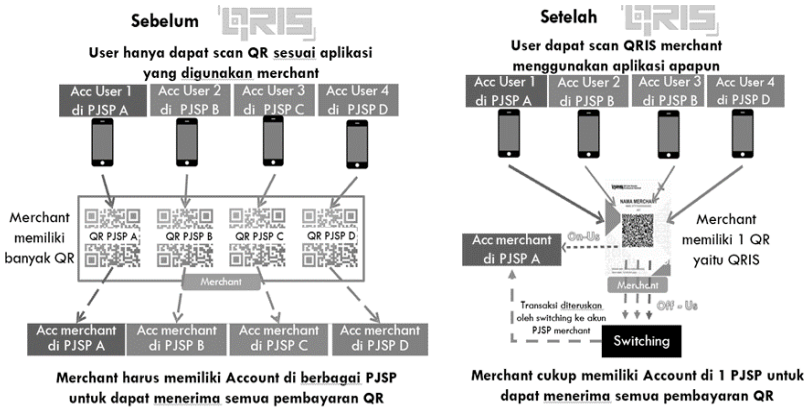
a. Metode Transaksi Sebelum QRIS

Merchant harus menyediakan beberapa QR Code pembayaran di tokohnya. Konsumen yang membayar secara non tunai, harus memastikan bahwa aplikasi pembayaran yang harus digunakan tersedia pada merchant.

b. Metode transaksi setelah adanya QRIS

Merchant tidak perlu mempersiapkan banyak Barcode pembayaran, hanya menyediakan satu QR Code di Tokoh dan QR Code dapat di-scan oleh konsumen dengan berbagai aplikasi pembayaran di smartphone.

Gambar 1.3
perbedaan transaksi sebelum dan sesudah menggunakan QRIS



4. Cara menjadi Merchant pengguna QRIS

QRIS dikembangkan oleh industri sistem pembayaran bersama dengan Bank Indonesia agar proses transaksi dengan QR Code dapat lebih mudah, cepat, dan terjaga keamanannya. Semua Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran yang akan menggunakan QR Code Pembayaran wajib menerapkan QRIS (QRIS 2021).

untuk dapat menggunakan sistem pembayaran menggunakan QRIS perlu diketahui tata cara untuk menjadi merchant QRIS:

a. sebagai Merchant

1) Apabila belum memilii *Acount*,buka terlebi dahulu dengan datang ke kantor cabang atau mendaftar online pada salah satu PJSP penyelenggara QRIS
2) lengkapi data usaha dan dokumen yang diminta oleh PJSP tersebut
3) tunggu Proses verifikasi, pembuatan Merchant ID dan pencetakan kode QRIS oleh PJSP

4) PJSP akan mengirimkan kode QRIS
5) Instal Aplikasi sebagai Mercant
6) PJSP melakukan edukasi kepada Merchant mengenai tata cara menerima Pembayaran

b. Sebagai Pengguna

1) Apabila belum memiliki akun, maka anda harus registrasi terlebih dahulu mengunduh aplikasi salah PJSP berijin QRIS
2) Lakukan registrasi sesuai prosedur PJSP tersebut
3) Isi saldo pada akun anda.
4) Gunakan untuk melakukan pembayaran pada merchant QRIS sesuai petunjuk di Aplikasi anda.
5) Buka Aplikasi, cari icon scan/gambar QR/Pay, Scan QRIS Merchant, masukkan nominal, mauskkan PIN, klik bayar, dan lihat notifikasi.

5. Tinjuan Prinsip Syariah Dalam Menggunakan Teknologi

Teknologi yang berasal dari bahasa Yunani technologia yang artinya kemampuan dan logia artinya ungkapan, Teknologi merupakan segala upaya yang dapat dilaksanakan oleh manusia untuk mendapat taraf hidup yang lebih baik (Siswanti 2013).

Teknologi dapat diartikan sebagai faktor pendorong dari fungsi produksi, hal ini dapat dikatakan demikian jika suatu teknologi yang digunakan lebih modern olehnya itu hasil produksi yang akan dicapai dapat menghasilkan barang atau jasa yang lebih banyak dan lebih efisien dan efektif. (Anam 2019).

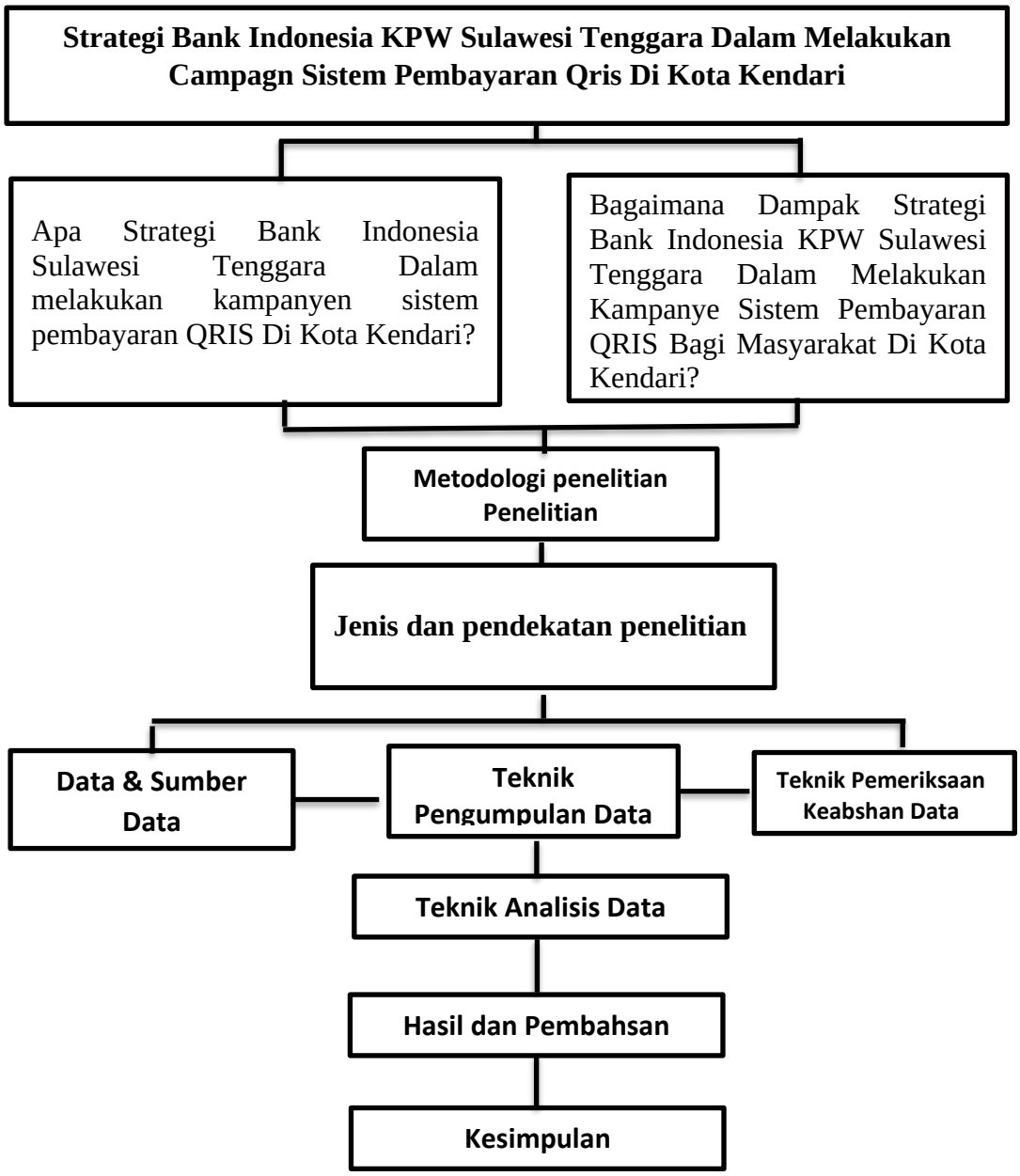
Ajaran Islam tidak pernah melarang berbagai bentuk teknologi selagi tidak bertentangan dengan ajarannya. Al-qur’an justru mengungkapkan bahwa manusia ialah Khalifah diatas muka bumi dan Allah menempatkan posisi alam ini untuk digunakan oleh manusia dengan usaha-usahanya yang baik. Maka pedoman manusia dalam mengembangkan ilmu pengetahuan dapat dilihat dalam firman Allah swt (QS. Al-Anbiyah ayat 80-81)

وَعَلَّمۡنَٰهُ صَنۡعَةَ لَبُوسٖ لَّكُمۡ لِتُحۡصِنَكُم مِّنۢ بَأۡسِكُمۡۖ فَهَلۡ أَنتُمۡ شَٰكِرُونَ ٨٠ وَلِسُلَيۡمَٰنَ ٱلرِّيحَ عَاصِفَةٗ تَجۡرِي بِأَمۡرِهِۦٓ إِلَى ٱلۡأَرۡضِ ٱلَّتِي بَٰرَكۡنَا فِيهَاۚ وَكُنَّا بِكُلِّ شَيۡءٍ عَٰلِمِينَ ٨١

Terjemahnya *“dan telah kami berikan kepada Daud membuat baju besi untuk kamu, guna memelihara kamu dalam peperanganmu; Maka hendaklah kamu bersyukur (kepada Allah). dan (Telah Kami tundukkan) untuk Sulaiman angin yang sangat kencang tiupannya yang berhembus dengan perintah ke negeri yang Kami persembahkan. dan adalah Kami Maha mengetahui segala sesuatu.”*

Dari ayat tersebut dapat dipahami bahwa Tidak seorangpun dapat menyangkal bahwa di dalam Al-Qur'an tidak hanya diletakkan dasar-dasar peraturan hidup manusia dalam hubungannya dengan Tuhan sebagai sang pencipta, dalam interaksinya sesama manusia, dan dalam tindakannya terhadap alam di sekitarnya akan tetapi dapat dinyatakan untuk apa manusia diciptakan. Di dalam Al-Qur’an disebutkan juga garis besar tentang kejadian alam semesta, tentang penciptaan ingin hidup, termasuk manusia terikat keinginan tahunya, dipacu akalnya untuk segala sesuatu yang ada di sekelilingnya. Dalam ayat-ayat Al-Qur'an, Allah SWT memberi bimbinganNya dengan memberi contoh apa saja yang dapat

diamati dan untuk apa tujuan pengamatan yang dilakukan, agar manusia selalu melakukan observasi untuk menemukan titik terang dari apa yang telah Allah gambarkan, karena alam semesta dan proses-proses yang terjadi di dalamnya sering kali dinyatakan sebagai "ayat-ayat Allah". Maka, meneliti alam semesta dapat diartikan sebagai “membaca ayatullah”. Dalam Al-Qur'an surat Al anbiyah ayat 80-81, di atas Allah telah memberikan petunnjuk agar manusia mau belajar menguasai ilmu pengetahuan. olehnya itu Manusia boleh melakukan pengembangan ilmu pengetahuan selagi tidak bertentangan dengan ajaran Islam (Saepi 2018).

2.3. Kerangka Pikir

kerangka pikir dalam Penelitian ini dengan judul "*Strategi Bank Indonesia KPW Sulawesi Tenggara Dalam Melakukan Kampanye Sistem Pembayaran Qris Di Kota Kendari"* untuk lebih jelas dapat dilihat pada kerangka pikir berikut: