# BAB IV

# HASIL DAN PEMBAHASAN

## 4.1 HASIL PENELITIAN

### 4.1.1 Profil Dan Gambaran Umum Lokasi Penelitian

a. Sejarah singkat Bank Indonesia Sulawesi Tenggara

Kehadiran kantor Bank Indonesia (BI) sebagai Bank sentral di sebuah daerah sangat penting, tak terkecuali di Provinsi Sulawesi Tenggara. Humas kantor perwakilan BI Sultra Daniel Prasetyo mengatakan Hadirnya BI di Bumi Anoa tak lepas dari peran Kolonel Edi Sabara selaku Gubernur ketiga Sulawesi Tenggara.

Bukti kuat yang yang menegaskan hal tersebut ditelusuri dari surat Gubernur SULTRA tertanggal 24 Mei 1967. Dalam surat tersebut dituliskan bahwa sangat disayangkan setelah tiga tahun resmi menjadi Provinsi pada 27 April 1964 belum dilengkapi dengan aparatur Pemerintah yang memiliki peran yang besar dibidang ekonomi dan moneter, terkhusus pembangunan ekonomi daerah dalam hal ini bank Indonesia yang menjalankan funsinya sebagai Bank Sentral berdasarkan undang-undang. Beberapa alasan dan pertimbangan pertimbangan penting mengapa perlu didirikan BI saat itu yakni alasan ekonomi. Peran Bank Sentral dinilai sangat penting memberikan bantuan material dan immaterial berupa petunjuk atau nasehat penting dibidang pembangunan ekonomi, khususnya peningkatan ekspor guna mencari cara efesien memanfaatkan kekayaan potensial daerah menjadi kekayaan yang rill. Alasan berikutnya adlah kelancaran perdagangan dan alasan berikutnya kelancaran pelaksaan otonomi daerah (OTDA) dimana sering terjadi kendala penyelesaianotorisasi daerah untuk keperluan pembiayaanrutin seperti gaji pegawai

negeri karenan Bank sentral posisi pembendaharaan negara sering mengalami kesulitan likuiditas karena keuangannya masih tergantung dari makassar, Sulawesi selatan.

Bapak Daniel menjelaskan, melalui masa persiapan sejak tahun 1967, akhirnya kantor Bank Indonesia di Kendari dapat diresmikan pada 09 Agustus 1968 tepat pukul 10.00 WITA. Peresmian pembukaan kantor cabang Kendari dilakukan oleh Gubernur Bank sentral RI, Radius Prawiro dan dihadiri oleh Mentri perindustrian Maijen TNI M. Yusuf, ketua Muspida Sulsel/Panglima Kodam XIV Hasanuddin Brigjen Solichin, Gubernur Sultra Kolonel Inf. Edy Sabara, ketua Dewan Perwakilan Rakyat Gotong Royong (DPRD.GR) Sultra pemimpin BI Cabang Kendari, M. Jakile.

Semakin pesatnya perkembangan kegiatan dan tugas yang dilakukan oleh Kantor BI Kendari, dibutuhkan sarana gedung perkantoran yang lebih luas dan memadai untuk memudahkan pelaksanaan tugas sehari-hari. Olehnya, pada awal 1969 dimulailah pembangunan gedung baru Kantor BI Kendari. Pada 2 September 1972 Kantor BI Kendari secara resmi menempati gedung baru di Jalan Sultan Hasanuddin Tipulu, Kendari hingga saat ini. Peresmian dilakukan oleh Gubernur BI Radius Prawiro dengan Pemimpin Cabang saat itu P.H.K. Intama dan dihadiri oleh Gubernur Sultra beserta pejabat di lingkungan muspida serta instansi lainnya.

Bank Indonesia Sultra semakin berkembang sehingga dibangun kantor baru. Bimo Epyanto yang menjabat sebagai kepala BI yang baru mengungkapkan alasan satu-satu perlunya kantor baru karena kantor lama sudah kurang memadai disana kondisinya terbatas untuk menampung volume pekerjaan. Kantor baru Cabang SULTRA yang sangat dekat dengan kompleks perkantoran Penrof SULTRA

sehingga secara fisik bisa lebih dekat dan lebih mudah berkordinasi. Perpindahan ini diharapkan bukan sekedar pindah lokasi kerja akan tetapi agar bisa menjalankan fungsi-fungsi kerja menjadi lebih baik dari sebelumnya dengan fasilitas yang lebih memadai. Kantor baru Bank Indonesia Sulawesi Tenggara diresmikan pada hari Rabu 01 November 2021 yang digelar di Kantor baru aula Wakatobi.

### 4.1.2 Visi Misi Bank Indonesia

Pencapaian pelaksanaan tugas Bank Indonesia di bidang moneter, stabilitas sistem keuangan dan sistem pembayaran memerlukan sinergi dengan Pemerintah dan otoritas lainnya. Untuk itu, pada 2018 Bank Indonesia melakukan penajaman arah strategis melalui penyempurnaan visi dan misi baru. Perubahan visi dan misi Bank Indonesia juga didorong oleh perubahan lingkungan strategis baik dari sisi eksternal maupun internal yang secara signifikan berdampak langsung terhadap pelaksanaan mandat Bank Indonesia. Visi dan misi baru Bank Indonesia menggambarkan dengan jelas bidang-bidang yang menjadi perhatian 33 utama Bank Indonesia kedepan, dan menekankan pentingnya sinergi kebijakan antara Bank Indonesia, Pemerintah, dan mitra strategis lainnya.

VISI

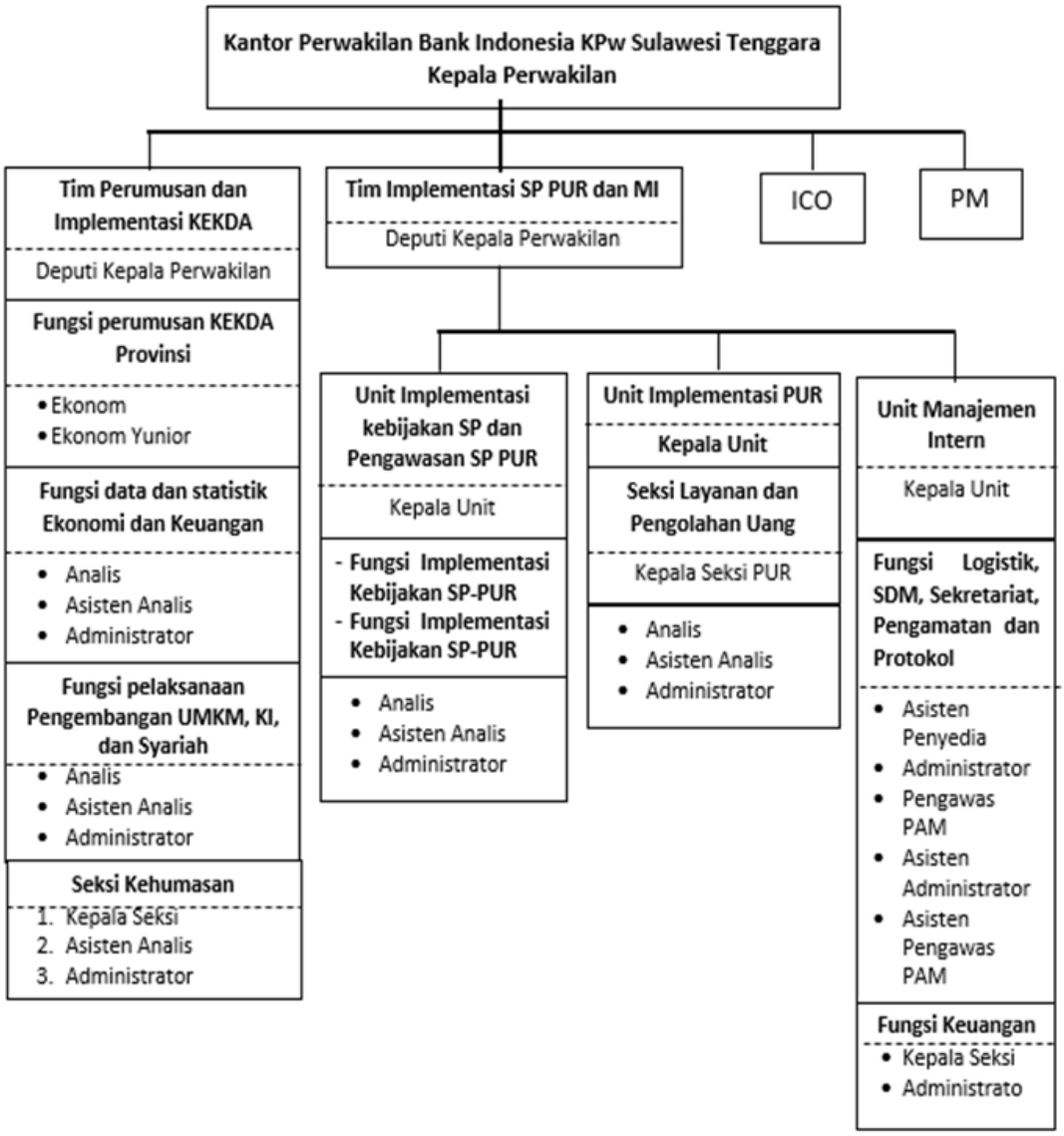
Menjadi Bak Sentral yang berkontribusi secara secara nyata terhadap perekonomian Indonesia dan terbaik diantara Negara *emerging markets* untuk Indonesia maju

MISI

1. Mencapai dan memelihara kebijakan nilai Rupiah melalui efektifitas moneter dan bauran Kebijakan Bank Indonesia.

2. Turut menjaga kualitas sistem keuangan melalui efektifitas kebijakan makroprudensial Bank Indonesia dan sinergi kebijakan mikroprudensial Otoritas Jasa Keuangan ;
3. Turut mengembangkan ekonomi dan keuangan digital melalui kebijakan sistem pembayaran Bank Indonesia dan sinergi dengan kebijakan Pemerintah serta strategi mitra lain ;
4. Turut mendukung makroekonomi dan pertumbuhan ekonomi berkelanjutan melalui sinergi bauran Kebijakan Bank Indonesia dengan kebijakan fiskal dan reformasi struktural Pemerintah serta kebijakan mitra strategis lainnya ;
5. Turut meningkatkan pendalaman pasar keuangan untuk memperkuat efektivitas kebijakan Bank Indonesia dan mendukung pembiayaan ekonomi nasional;
6. Turut mengembangkan ekonomi dan keuangan syariah di tingkat nasional hingga di tingkat daerah.
7. Mewujudkan Bank Sentrayang berbasis digital dalam kebijakan dan kelembagaan melalui penguatan organisasi , sumber daya manusia , tata kelola dan sistem informasi yang handal , serta peran internasional yang proaktif.

### 4.1.3 Struktur organisasi Bank Indonesia KPW Sulawesi Tenggara



### 4.2.4 Gambaran Umum Informan Penelitian

Informan pada penelitian ini yaitu Pegawai Bank Indonesia, penyelenggara jasa Sistem Pembayaran dan juga pengurus GenBI Merchant serta Konsumen yang menggunakan TRansaksi pembayaran menggunakan QRIS.

Tabel 4.2
Gambaran Informan Penelitian

| NO | Nama | Jenis Kelamin | Usia | Pendidikan | Pekerjaan |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Taufik | Laki-laki | 42 Tahun | S2 | Manager UIKSPPSPPUR |
| 2 | Arwan | Laki-laki | 23 Tahun | S1 | Petugas ARSIP Sosial Mediaa BI |
| 3 | Yadin Saputra | Laki-laki | 22 Tahun | Mahasiswa | Ketua GenBI sultra |
| 4 | Dina Nurhaliza | Perempuan | 21 Tahun | Mahasiswa | Ketua GenBI |
| 5 | Alena | Perempuan | 37 Tahun | S1 | Pegawai LinkAja dan pemilik Saln Alena |
| 6 | Chairul, SP | Laki-laki | 41 Tahun | S1 | Penyuluh agama Islam dan Imam Masjid Babut Taqwa Kelurahan Tipulu |
| 7 | Murtini | Perempuan | 42 Tahun | SMA | Wirausaha (pemilik Warung makan BUDE |
| 8 | HJ. Fitriani | Perempuan | 36 Tahun | SMA | Wiraswasta (Pemili Toko Istana Wangi Parfum) |
| 9 | Isna | Perempuan | 28 Tahun | SMA | Wiraswasta (Karyawan Foto Copy Humairah) |
| 10 | Asri | Laki-laki | 40 Tahun | S1 | Wirausaha (pemilik CV.Gpindo Sukses Bersama) |
| 11 | Nur Hasanah | Perempuan | 20 Tahun | S1 | Mahasiswi |
| 12 | Reynaldi Rachmad | Laki-laki | 21 Tahun | S1 | Mahasiswa |
| 13 | Anisa | Perempuan | 20 Tahun | S1 | Mahasiswi |
| 14 | Eka Andriyani | Perempuan | 22 tahun | SMA | Mahasiswa |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 15 | Kadek | Perempuan | 23 Tahun | SMA | SPG SSYG |
| 16 | Siti Hadija Azhar | Perempuan | 21 Tahun | SMA | Cashier Pizza Hut |
| 17 | Mildas | Perempuan | 19 Tahun | SMA | Karyawan Swasta |
| 18 | Reksi | Laki-laki | 26 Tahun | SMA | SPG Celsius Store |
| 19 | Anggreani Nawang | Perempuan | 18 Tahun | SMA | SPG My Secret Garden |
| 20 | Akbar | Laki-Laki | 25 Tahun | SMA | SPG Everbest |
| 21 | Herry Wong | Laki-Laki | 26 Tahun | SMA | SPG Solaria |
| 22 | Alan Suhendra | Laki-Laki | 22 Tahun | SMA | Kasir Mokko |
| 23 | Zafirah Nayah | Perempuan | 22 Tahun | SMA | Kasir Naughty |
| 24 | Sambirandi | Laki-laki | 25 Tahun | SMA | Pedagang aksesoris |
| 25 | Anna | Perempuan | 28 Tahun | SMA | Pedagang kopi |
| 26 | Eca | Perempuan | 24 Tahun | SMA | Pedagang pakaian |
| 27 | David | Laki-laki | 38 Tahun | SMP | Pedagang Sembako |
| 28 | Darwis | Laki-laki | 35 Tahun | SMP | Pedagang Sembako |
| 29 | Rusianti | Perempuan | 45 Tahun | SMP | Pedagang Sembako |
| 30 | Sapri | Laki-laki | 33 Tahun | S1 | Pedagang sepatu |

### 5.1.5 Hasil Penelitian

Dalam memaparkan hasil penelitian ini, terlebih dahulu peneliti memaparkan tahapan penelitian yang dilaksanakan, yakni diawali dengan penyampaian surat izin pengantar penelitian dari wakil Dekan 1 Fakultas Ekonomi da Bisnis Islam IAIN Kendari ke Badan Penelitian dan Pengembangan (BALITBANG) Sulawesi Tenggara. Kemudian, setelah mendapatkan surat tembusan ke Gubernur dan Bank Indonesia KPW Sulawesi Tenggara selanjutnya peneliti mengambil data secara langsung di lapangan melakukan penggalian data.

Adapun dalam pengambilan data peneliti menanyakan berasarkan format wawancara yang tersedia (terlampir) dan peneliti menyajikan data hasil wawancara dengan Bahasa Indonesia sepenuhnya dengan baik dan benar.

**a. Apa Strategi Bank Indonesia Sulawesi Tenggara Dalam melakukan kampanye sistem pembayaran QRIS Di Kota Kendari?**

Untuk mengetahui hasil penelitian mengenai dampak dari strategi yang Bank Indonesia KPw Sulawesi Tenggara dalam melakukan kampanye sistem pembayaran melalui QRIS di Kota Kendari maka peneliti melakukan wawancara beberapa informan yang akan diruraikan sebagai berikut.

Bank Indonesia sebagai Bank Sentral yang melakukan aktivitas Kampanye QRIS (QR *Code* Indonesia *Standard*) adalah sistem pembayaran yang berbasis *Shared Delivery chanel* yang digunakan untuk menstandarnisasi transaksi pembayaran yang menggunakan QR *Code.* Sistem tersebut yang yang dikembangkan Bank Indonesia dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI). Bank Indonesia Sulawesi Tenggara dari Divisi UIKSPPSPPUR yang terus melakukan Kampanye sistem Pembayaran QRIS di Kota Kendari.

Wawancara yang dilakukan dengan Bapak Taufik yang merupakan Manager UIKSPPSPPUR Bank Indonesia KPW Sulawesi Tenggara.

Peneliti menanyakan Bagaimana Strategi Bank Indonesia Sulawesi Tenggara dalam mengkampanyekan QRIS di Kota Kendari?

Terdapat tiga strategi yang dilakukan Bank Indonesia dalam mengkampanyekan QRIS di kota Kendari yakni Sosialisai dan user Experience Kerja sama PJSP serta Iklan. dimana pertama kita melakukan

pendekatan pada merchant dan juga pengguna, dimana dari sisi merchant kita mendorong agar memiliki QRIS nya atau memiliki QR Code nya dan QR Codenya itu sarana bertranskasi sebagai kanal pembayaran kemudian pengguna juga harus tau bahwa ada kanal pembayaran menggunakan QRIS. Strategi juga dilakukan dengan bekerja sama Penyelenggara jasa Sistem Pembayaran (PJSP). Nah PJSP ini kita bersama-sama melakukan sosialisasi, user eksperience dan iklan-iklan yang kegiatannya ada ofline dan ada online (Taufik wawancara Senin 02 Maret 2022)

Pada wawancara diatas menunjukkan bahwa Strategi Bank Indonesia yang dilakukan dalam mengkampanyekan QRIS adalah dengan melakukan pendekatan kepada Merchant dan juga konsumen yang bekerja sama dengan Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP). Bank Indonesia dan juga lembaga terkait melakukan pendekatan dengan Calon Merchant dan juga konsumen dengan melakukan sosialisasi tentang QRIS, mengadakan user eksperience dan juga melakukan iklan di sosial media kegiatan tersebut dilakukan dengan cara online maupun ofline.

Bentuk pelaksanaan kegiatan Kampanye Sistem Pembayaran QRIS yang dilakukan Bank Indonesia yakni:

Bentuk kegiatan yang dilakukan yakni kegiatan online dan ofline. Kegiatan online yakni pemanfaatan sosial media dengan membuat iklan, menyebar pamflet, sosialisasi, webinar, mengambil program pasar digital. Kegiatan ofline yakni juga melakukan sosialisasi, membentuk pasar siap QRIS, mengadakan even-even, mengadakan lomba-lomba dan user ekperience. Dan

kegiatan selanjutnya kita akan mendorong filoting untuk PEMDA sebagai PEMDA digital. Kemudian kita mau mendorong lagi plafom digital transaksinya pedagang pasar yang sebentar lagi akan di launcing. Kemudian bulan maret ada expo UMKM yang akan bekerja sama antara BI, OJK, BPD dan Pemprov dalam rangka ulang tahun SULTRA.sehingga akan banyak user eksperience QRIS, sosialisasi, Kampanye QRIS yang akan menggandeng perbankan untuk mendorong transaksi non tunai salah satunya melalui QRIS (Taufik, wawancara 25 Februari 2022)

Hasil wawancara dapat dijelaskan bahwa bentuk kegiatan yang dilakukan Bank Indonesia yaitu kegiatan Online dan ofline. Bank Indonesia akan terus mengembangkan QRIS dengan bekerja semua dengan pihak terkait, mendorong filoting untuk pemda sebagai Pembda digital, mendorong pasar digital, EXPO UMKM yang akan bekerja sama antara Bank Indonesia dengan OJK, BPD, dan Pemprov Ulang Tahun SULTA yang nantinya akan banyak User eksperience, sosialisasi QRIS, Kampanye QRIS yang juga akan menggandeng Pemerintah, Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran, dan GenBI.

Bank Indonesia selalu memanfaatkan Sosial media dalam mempublikasikan kebijakan Bank Indonesia. Sosial media adalah sebuah media untuk bersosialisasi satu sama lain yang memungkinkan manusia untuk saling berinteraks. pemanfaatan sosial media juga dapat membantu menginformasikan kebijakan Bank Indonesia kepada Masyarakat. Media yang digunakan Bank Indonesia dalam mempublish kegiatan sosialisasi QRIS adalah Istagram, sebagaimana wawancara peneliti sebagai berikut:

kami dalam membantu untuk mengkampanyekan QRIS adalah memanfaatkan sosial media, media yang kita gunakan adalah Instagram. kami selalu *repost* kegiatan Bank Indonesia Pusat di Ig, selain itu setiap kegiatan kami selalu Post pamflet dan dokumentasi kegiatan dengan menyertakan logo "QRIS 15 Juta Merchant" tujuannya adalah agar lebih menarik perhatian konsumen dan kami rasa itu berdampak. (Arwan, wawancara 5 Juni 2022).

Hasil wawancara tersebut menyatakan bahwa sosial media sangat berpengaruh untuk mensosialisasikan QRIS. Selain itu GenBI sebagai Front liner Bank Indonesia terus berupaya dalam memyampaikan kebijakan Bank Indonesia salah satunya adalah QRIS, sebagaimana wawancara peneliti sebagai berikut.

.

jadi kami sebagai perpanjangan tangan Bank Indonesia selalu terlibat dalam menyampaikan kebijakan Bank Indonesia dalam hal ini mengkampanyekan QRIS strategi yang kami lakukan yaitu disetiap kegiatan akan selalu dirangkaikan dengan sosialisasi QRIS maupun CBPR yang selalu melibatkan pegawai BI sebagai pemateri dalam rangkaian juga selalu kami adakan pemberian souvenir sehingga Masyarakat antusia dalam mengikuti kegiatan. (Dina Nurhaliza, wawancara 4 juli 2022)

Eksistensi GenBI sebagai Front liner Bank Indonesia akan terus menyampaikan kebijakan Bank Indonesia untuk membantu melakukan kampanye sistem pembayaran QRIS dan terlibat dalam kegiatan Bank Indonesia.

**b. Bagaimana Dampak Strategi Bank Indonesia KPW Sulawesi Tenggara Dalam Melakukan Kampanye Sistem Pembayaran QRIS Bagi Masyarakat Di Kota Kendari?**

Untuk mengetahui hasil penelitian mengenai dampak strategi Bank Indonesia KPW Sulawesi Tenggara peneliti melakukan kajian lebih dalam lagi yaitu peneliti terjun langsung dilapangan untuk mengetahui bagaimana dampak perkembangan QRIS yang dilakukan sebagaimana wawancara sebagai berikut:

> Kalau dampaknya, kami dalam mengukur dampak itu melihat data perkembangan pengguna QRIS dan perkembangan transaksi QRIS jadi berdasarkan data secara akumulasi Sulawesi Tenggara progress dari Triwulan 1, Triwulan 2, Triwulan 3, dan Triwulan 4 dari perkembangan transaksinya dan perkembangan jumlah merchant yang menerbitkan QRIS sangat berdampak positif karena sudah melampaui batas jumlah merchat dimana target BI SULTRA yaitu 49.000 jumlah mercant disulawesi tenggara namun saat ini sudah mencapai 77.000 Merchant atau setara 120 %. (Taufik, wawancara Senin 02 Maret 2022)

Tabel 4.3

Dampak perkembangan merchant QRIS di Kota Kendari

| Data QRIS tahun 2020 | | | Data QRIS Tahun 2021 | |
|---|---|---|---|---|
| Bulan | Jumlah | | Bulan | Jumlah |
| Januari | 5.721 | | Januari | 24.363 |
| Februari | 5.870 | | Februari | 26.071 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Maret | 6.330 | | Maret | 26.524 |
| April | 7.194 | | April | 27.349 |
| Mer | 7.391 | | Mei | 28.147 |
| Juni | 13.759 | | Juni | 28.862 |
| Juli | 16.815 | | Juli | 30.116 |
| Agustus | 19.446 | | Agustus | 31.751 |
| September | 20.530 | | September | 32.972 |
| Oktober | 20.907 | | Oktober | 34.251 |
| November | 22.415 | | November | 35.418 |
| Desember | 23.218 | | Desember | 38.155 |
| Jumlah persen | | | 50,73% | |

*Data QRIS diolah dilapangan 04 Maret 2022*

Hasil wawancara dan data yang diberikan informan menunjukkan bahwa dampak dari strategi Kampanye QRIS yang dilakukan Bank Indonesia KPW Sulawesi Tenggara sangat berdampak Positif dimana melampaui batas target yakni pada tahun 2021 sudah mencapai 77.000 merchant di Sulawesi Tenggara atau 120 %. Hal tersebut dapat dilihat berdasarkan data yang diakumulasikan dari setiap Triwulan 1, triwulan 2, tri wuln 3, dan triwulan 4 sejak tahun 2020 - tahun 2021. Sementara untuk di Kota Kendari sendiri mencapai 38.155 merchant atau 50,73 %.

Untuk mengetahui lebih dalam bagaimana dampak perkembangan QRIS di kota Kendari yang dilakukan Bank Indonesia maka peneliti terjun langsung dilapangan melakukan wawancara pada Merchant dan juga konsumen serta lembaga terkait.

sebagaimana wawancara yang dilakukan dengan narasumber pengelola zakat menggunakan QRIS sebagai berikut:

> ya saya mengetahui pembayaran non tunai QRIS dikeluarkan oleh Bank Indonesia. Dan saya tidak mengikuti sosialisasi waktu itu karena bertepatan dengan kegiatan lain, tetapi memang ada sosialisasi dari staf BI. (Chairul wawancara dengan 06 maret 2022)

Hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa informan yang diwawancarai oleh peneliti mengemukakan bahwa menjadi merchant QRIS mengetahui melalui sosialisasi dari Bank Indonesia. Meskipun dari Sebagian besar merchant mengetahui adanya sistem pembayaran QRIS dari Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) peneliti menilai bahwa hal tersebut merupakan keberhasilan dari strategi Bank Indonesia yang menggandeng PJSP dalam mengkampanyekan QRIS. Sebagaimana wawancara yang dilakukan sebagai berikut:

> Saya mengetahui secara langsung adanya sistem pembayaran QRIS dari Bank Indonesia dan saya terlibat langsung dalam sosialisasi QRIS Bersama Link Aja dan juga pemerintah terkait. (wawancara dengan Alena 08 Maret 2022)

Hasil wawancara tersebut dijelaskan bahwa pihak Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) Bersama pemerintah terlibat dalam melakukan sosialisasi QRIS di Kota Kendari.

Bank Indonesia terus Bekerja sama dengan lembaga terkait dalam melakukan sosialisasi QRIS. Kerjasama Bersama dengan Komunitas Generasi Baru Indonesia (GenBI) sebagai Front Liner Bank Indonesia terus membantu Bank Indonesia

dalam melakukan sosialisasi penggunaan QRIS sebagaimana wawancara peneliti berikut:

> Kami terus berupaya mensupport teman-teman komunitas dan terlibat dalam mensosialisasikan QRIS, saya rasa kegiatan-kegiatan yang dilakukan teman-teman GenBI cukup bermanfaat apalagi selalu melibatkan Bank Indonesia disetiap kegiatan yang dilakukan apalagi sasaran kegiatan selalu pada jenjang Pendidikan dengan begitu perlahan akan cepat menyeluruh pengetahuan QRIS kepada Masyarakat, kemudian GenBI melakukan pendampingan pasar Digital dimana akan mensosialisasikan penggunaan QRIS yang berfokus pada pembayaran distribusi pajak setiap pedagang. autput yang dirasakan Masyarakat dengan adanya program ini yaitu awalnya tidak mengetahui penggunaan QRIS jadi paham dan menurutnya itu sangat mudah dilakukan (Yadin Syaputra, wawancara 28 Mei 2022)

Hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa GenBI selalu terlibat membantu Bank Indonesia dalam mengkampanyekan QRIS, hal tersebut sejalan dengan wawancara yang dilakukan dengan ketua GenBI komisariat IAIN Kendari.

Penggunaan QRIS semakin popular digunakan kalangan orang-orsng tertentu baik pemerintah, pegawai dan Mahasiswa. Sebagian besar orang-orang mengetahui dan menggunakan QRIS karena adanya sosialisasi yang pernah dilakukan

> Awalnya saya mengetahui sitem pembayaran QRIS melalui teman-teman mahasiswa yang bergabung dalam GenBI yang merupakan mahasiswa binaan penerima Beasiswa Bank Indonesia dan alhamdulillah saya juga bergabung didalamnya, kemudian kalau mengikuti sosialisasi saya sudah beberapa kali

mengikuti secara langsung baik ofline maupun online (Reynaldi Rachmat wawancara 31 Maret 2022).

Penggunaan QRIS pada dasarnya sangat memudahkan dalam melakukan transaksi yang tentunya QRIS saat ini menjadi salah satu hal yang lebih kekinian dikalangan Masyarakat utamanya di Kota Kendari, karena sifatnya yang universal dan sangat mudah dalam melakukan transaksi. Berdasarkan hasil wawancara penelit sebagai berikut:

Menurut saya dengan adanya QRIS sebagai sarana untuk bertranskasi sangat bermanfaat sekali, kalau ada konsumen yang belanja pake QRIS saya tidak perlu menyediakan uang kembalian. (Isna wawancara pada tanggal 24 Maret 2022.)

Wawancara tersebut mejelaskna bahwa dengan menggunakan QRIS akan memudahkan dalam melakukan transaksi. Hal serupa juga diungkapkan dari salah satu konsumen pengguna QRIS.

Menurut saya dengan adanya QRIS transaksi yang saya lakukan sangat cepat, mudah, aman, efisien, dan tentunya kekinian Banget (Nur Hasanah, wawancara pada tanggal 28 Maret 2022).

Penggunaan QRIS di Kalangan Masyarakat sangat memudahkan dalam melakukan transaksi cukup denan menggunakan Handphone transaksi dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun sehingga sangat perlu diketahui penggunaan QRIS diseluruh kalangan Masyarakat.

Hadirnya QRIS lebih efesien dibandingkan dengan transaksi nontunai sebelumnya, dengan QRIS cukup satu aplikasi semua QR *Code* transaksi dapat dilakukan.

> Sebelum gunakan QRIS tuh repot kemana-mana harus bawa tunai di dompet, dan sebenarnya ada sih pembayaran digital pake QR code tetapi sebelum ada qris pembayaran digitalnya disesuaikan dengan aplikasi pembayaran nya jadi yang bikin susah itu. aku cuma punya dana, jadi kalau mau bayar pake QR code OVO gak bisa. Kan susah. Setelah ada QRIS, sisa buka M-Banking Foto QR code Bayar Selesai. Gak perlu ribet cari penyesuaian QR code masing-masing aplikasi pembayaran (Nur Hasanah, wawancara pada tanggal 28 Maret 2022).

Wawancara terseebut dapat disimpulkan bahwa hadirnya QRIS jauh lebih efisien dibandingkan dengan QR *Code* yang harus menyeusaikan dengan dengan masig-masing aplikasi. Namun beberapa faktor yang bisa saja menjadi kendala penggunaan QRIS yakni kuranngnya pemahaman Masyarakat akan teknologi serta kebiasaan yang yang belum bisa menyesuaikan.

> kendala terbesarnya adalah kebiasaan Masyarakat. Karena Masyarakat masih terbiasa dengan pembayaran tunai yang memang harus ada pemaksaan untuk membuat terbiasa (Taufik wawancara 25 Februari 2022).

Pemahaman teknologi yang kurang dan kebiasaan menggunakan uang Cash bagi sebagian Mayarakat menjadi kendala bagi Masyarakat dalam menggunakan QRIS saat ini, sehingga masih perlu sosialisasi lebih mendalam dengan melakukan pendekatan kepada Masyarakat.

## 5.2. Pembahasan

Pada sub pembahasan peneliti akan mengulas kembali hasil temuan yang dipatkan dilapangan dan telah diolah berdasarkan pedoman penyusunan skripsi fakultas Ekenomi dan Bisnis Islam IAIN Kendari. Peneliti akan membahas hasil penelitian yang berjudul *"Strategi Bank Indonesia KPw Sulawesi Tenggara Dalam Melakukan Kampanye Sistem Pembayaran Qris Di Kota Kendari"*

Adapun pembahsan ini peneliti membagi menjadi dua kajian utama yang dilakukan sesuai dengan rumusan masalah yang telah diangkat yakni: Pertama, apa strategi Bank Indonesia sulawesi tenggara dalam melakukan kampanye sistem pembayaran melalui QRIS di kota kendari? Dan kedua, bagaimana dampak strategi Bank Indonesia KPw sulawesi tenggara dalam mengkampanyekan QRIS bagi Masyarakat di Kota Kendari? Untuk lebih jelas berikut ulasannya:

### 5.1.5.1 Apa Strategi Bank Indonesia Sulawesi Tenggara Dalam melakukan kampanye sistem pembayaran QRIS Di Kota Kendari?

Dari hasil Observasi awal dalam penelitian ini peneliti telah mengetahui banyangan akan adanya strategi yang dilakukan Bank Indonesia KPW Sulawesi Tenggara akan adanya strategi yang dilakukan dalam mengkampanyekan QRIS. Setelah peneliti dilakukan penelitian mendalam ternyata terdapat tiga staretgi Bank Indonesia KPW Sulawesi Tenggara dalam melakukan kampanye QRIS, yakni 1. sosailisasi dan User Eksperience, 2. Kerjasama dengan PJSP, pemerintah dan GenBI.

Pertama, Sosialisasi dilakukan secara ofline dan online, sosialisasi secara ofline dilakukan dalam bentuk kegiatan yakni sosialisasi kepada mahasiswa di kampus, sosialisasi di wisata kuliner, sosialisasi di masjid-masjid, pembentukan

pasar digital yang disebut pasar siap QRIS, sementara kegiatan online dilakukan dengan cara webinar kegiatan sosialisasi selalu dirangkaikan dengan User experience. User Experience merupakan ilmu yang mengkaji tentang apa yang dirasakan oleh pengguna dalam menggunakan sistem sehingga mendapatkan kepuasan stelah menggunakannya. User experience adalah bentuk user yang dapat membuat seseorang merasakan kepuasan dan kesenangan dari menggunakan sebuah produk, memegang atau melihat produk tersebut. Bank Indonesia merancang user Experience dalam bentuk kegiatan yang juga dilakukan secara ofline dan online seperti mengadakan iven-iven yang berhadiah.

kedua, Kerjasama dengan PJSP, Pemerintah dan GenBI, dengan adanya Kerjasama tersebut sangat membantu Bank Indonesia dalam mengkampanyekan QRIS di Kota Kendari. Penyelenggara Jasa sistem Pembayaran berperan dalam membantu memfasilitasi pengguna merchant yang kemudian mengedukasi nasabahnya. sementara pemerintah selalu mengajak Masyarakat untuk melakukan kebijakan yang dikeluarkan, sementara GenBI selalu terlibat dalam membantu untuk sosialisasikan QRIS kepada Masyarakat luas.

Ketiga, iklan dilakukan dengan memanfaatkan sosial media untuk membuat dan menyebarkan iklan dan berbagai kegiatan yang dilaksanakan Divisi penanggungjawab ASIP dan Publikasi Bank Indonesia selalu repost kegiatan BI pusat dan mempublikasikan kegiatan BI dengan desain yang menarik.

Ketiga strategi tersebut dilakukan dalam bentuk kegiatan seperti kegiatan yang dilakukan Bank Indonesia dengan menggandeng PJSP dan pemerintah untuk melakukan sosialisasi. Dalam kegiatan tersebut dilakukan sosialisasi dan user experience sehingga membuat Masyarakat tertarik.

Sebagaimana hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan Bapak Taufik yang menjelaskan bahwa Strategi Bank Indonesia dalam mengkampanyekan QRIS adalah dengan melakukan pendekatan kepada Merchant dan juga konsumen yang bekerja sama dengan Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP). Bank Indonesia dan juga lembaga terkait melakukan pendekatan dengan Calon Merchant dan juga konsumen dengan melakukan sosialisasi tentang QRIS, mengadakan user eksperience dan juga melakukan iklan dengan cara online maupun ofline. Selain itu kegiatan Bank Indonesia dalam mensosialisasikan QRIS akan selalu dipublikaasikan di sosial media.

Apabila dikaitkan dengan teori pada bab 2, strategi adalah pola-pola berbagai tujuan serta kebijaksanaan dasar dan rencana-rencana untuk mencapai tujuan tersebut, dirumuskan sedemikian rupa sehingga jelas usaha apa yang sedang dan akan dilaksanakan oleh perusahaan.

Berdasarkan pengertian strategi tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa strategi Kampanye yang dilakukan Bank Indonesia merupakan strategi fungsional. Hal tersebut dikarenakan sistem pembayaran non tunai melalui QRIS yang berfokus pada sistem keuangan di Indonesia, serta memerlukan banyak pihak dan sumber daya manusia dalam menggunakan pembayaran non tunai melalui QRIS agar masyarakt bisa paham dan mengetahui sistem pembayaran non tunai, memahami perkembangan digital agar Masyarakat tidak terlalu banyak menggunakan pembayaran melalui uang kertas sehingga membantu Bank Indonesia dalam mengendalikan uang yang beredar di Indonesia dan memudahkan operasional dalam melakukan pembayaran. QRIS dikeluarkan oleh Bank Indonesia bukan hanya memudahkan dalam sistem keuangan tetapi juga bisa menjadi produk yang

memberikan nilai terbaik dalam pemenuhan kebutuhan sehari hari baik untuk melakukan pembayaran atau transaksi pada pelaku usaha ataupun konsumen.

Dalam penelitian ini perlu untuk mengetahui indikator dari keberhasilan sebuah strategi yaitu:

a. Indikator input

Indikator input dapat diukur dari beberapa tahapan, yaitu:

1. Terbentuknya tim wadah atau sekretariat yang ditandai dengan adanya kerja sama dengan beberapa pihak. Sebagaimana wawancara yang dilakukan dengan Bank Indonesia KPw Sulawesi Tenggara bahwa tim yang dibentuk Bank Indonesia yaitu adanya unit yang bertanggung jawab untuk terus mengembangkan kanal pembayaran melalui QRIS yakni Unit Implementasi Kebijakan Sistem Pembayaran Dan Pengawasan Sistem Pembayaran Dan Pengelolaan Uang Rupiah (UIKSPPSPPUR)
2. Adanya sumber dana yang akan diperuntukkan dalam mengkampanyekan QRIS. Berdasarkan hasil wawancara peneliti sudah memastikan adanya anggaran yang disiapkan untuk menjalankan strategi tersebut. Hal ini dapat dilihat disetiap sosialisasi dan kegiatan yang dilakukan memerlukan biaya.
3. Adanya dokumen perencanaan yang akan dilaksanakan. Berdasarkan wawancara yang dilakskukan peneliti bersama penelitian yakni Bapak Taufik perencanaan kegiatan dalam hal mengkampanyekan QRIS itu ada dimana telah diatur agenda kegiatan yang akan dilaksanakan kedepan. Dengan adanya agenda tersebut Bank Indonesia lebih tersetruktur dalam melaksanakan kegiatan kepada Masyarakat se-sulawesi Tenggara. Peneliti menilai perencanaan tersebut memeliki peran aktif dalam mengkampanyekan dan mengembangkan kanal

pembayaran non tunai QRIS agar lebih cepat berkembang di Kota Kendari secara khusus di kota kendari dan Sulawesi tenggara secara umum.

b. Indikator Proses

Pada indikator proses, tolak ukur keberhasilan proses dapat diukur dari kualitas pertemuan dan hasil implementasi perencanaan yang dilakukan. Hasil evaluasi dari proses ini sangat berhasil, hal tersebut dapat diukur dari data penggunaan QRIS yang ada di Kota Kendari dan juga hasil wawancara yang dilakukan peneliti menemukan bahwa kegiatan BI dalam melakukan sosialisasi selalu menggunakan anggaran.

c. Indikator *output*

Pada indikator ketiga dapat kita lihat dari hasil kegiatan yang telah melakukan kegiatan insitut terkait yang sesuai dengan peran masing-masing institusi. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara ada bebrapa kegiatan yang telah dilaksanakan Bank Indonesia KPw Sulawesi Tenggara yang awalnya sosialisasi kepada Kawasan kuliner, perbankan dan universitas yang ada di Kota Kendari dan kegiatan seperti "pekan QRIS". Sosialisasi yang dilakukan Bank Indonesia semakin berkembang ke berbagai sektor, seperti melakukan sosialisasi ofline dan ofline, membentuk pasar siap QRIS, mengadakan iven-iven, iklan, dan social experience, kegiatan zoom serta perencanaan kegiatan yang akan dilaksanakan selanjutnya.

Melihat dari berbagai kegiatan yang telah dilaksanakan Bank Indonesia KPw Sulawesi Tenggara, membuktikan bahwa dari segi indikator *output* terbukti ada, hal tersebut berarti bahwa strategi Bank Indonesia KPw Sulawesi Tenggara

dalam melakukan Kampanye sistem pembayaran QRIS di Kota Kendri menggunakan teori ini peneliti menyatakan berhasil.

Berdasarkan banyak kegiatan yang sudah dilaksanakan Bank Indonesia KPw Sulawesi Tenggara dalam mengkampanyekan sistem pembayaran QRIS terlihat dari pelaksanaan kegiatan Bank Indonesia berperan aktif dalam mengkampanyekan QRIS dikarenakan dari berbagai kegiatan yang sudah dilakukan membuat Masyarakat lebih mengetahui atau mengenal sistem pembayaran melalui QRIS. Kegiatan tersebut tidak hanya edukasi dan sosialisasi kepada Masyarakat, tetapi juga memfasilitasi pendaftaran Merchant QRIS dan membentuk "pasar siap QRIS" dimana semuanya difasilitasi. Evaluasi kegiatan dapat dilihat dari keberhasilan kegiatan-kegiatan yang telah dilaksnakan dan diarsipakan oleh pihak terkait, salah satu arsipnya dapat dilihat dari sosial media Bank Indonesia KPw Sulawesi Tenggara.

d. Indikator *Outcome*

Dari indikator *Outcome,* tolak ukur keberhasilan dapat diukur menurunnya angka permasalahan yang terjadi. Sebagaimana wawancara yang dilakukan peneliti dengan subjek penelitian menjelaskan bahwa sebelumnya pembayaran melalui QR *Code* memiliki permasalahan atau kesulitan yang dialami seperti kesulitan konsumen untuk menyiapkan semua aplikasi pembayaran karena QR Code harus discan sesuai dengan code yang disediakan, dengan permasalahan tersebut Bank Indonesia menstandarisasikan pembayaran melalui QR Code menjadi QRIS untuk mengurangi permasalahan yang dihadapi pelaku usaha dan konsumen.

Berdasarkan hasil wawancara beberapa manfaat yang didapakan dari pembayaran non tunai melalui QRIS yaitu:

1. Mempermudah dalam melakukan transaksi pembayaran
2. Membatasi pembayaran secara tunai salah satunya mencegah penyebaran COVID19
3. Mempercepat dalam melakukan pembayaran
4. Konsumen memiliki banyak pilihan dalam melakukan transaksi pembayaran
5. Transaksi di kasir lebh terpantau dan secara otomatis tercatat data transaksi
6. Tidak memerlukan uang kembalian setiap kali transaksi
7. Uang jadi tidak kusut

Berdasarkan manfaat diatas pembayaran pembayaran non tunai melalui QRIS dapat mengurangi permasalahan, karena adanya QRIS ini merupakan solusi pembayaran nontunai yang sangat memudahkan pelaku usaha dan konsumen dalam melakukan transaksi pembayaran.

Menurut peneliti Bank Indonesia KPw Sulawesi Tenggara dalam mengkampanyekan QRIS telah menggunakan teori dan indikator keberhasilan tersebut. Akan tetapi apabila melihat secara langsung di lapangan dan wawancara yang dilakukan masih kurang berhasil karena masih banyak Masyarakat yang belum mengetahui sistem pembayaran non tunai langsung dari Bank Indonesia.

#### 5.1.5.2 Bagaimana Dampak Strategi Bank Indonesia KPW Sulawesi Tenggara Dalam Melakukan Kampanye Sistem Pembayaran QRIS Bagi Masyarakat Di Kota Kendari?

Rumusan masalah kedua yakni bagaimana dampak strategi Bank Indonesia KPW Sulawesi Tenggara dalam mengkampanyekan QRIS bagi Masyarakat di Kota Kendari. Untuk menjawab rumusan masalah tersebut peneliti memaparkan hasil temuan sebagai berikut.

Berdasarkan hasil observasi, wawancara dan dokumentasi yang dilakukan peneliti ternyata sebelum dikeluarkannya QRIS ada sistem pembayaran yang juga menggunakan Barcode tidak jauh beda dengan QRIS hanya saja sistem pembayarannya sedikit memberikan kesulitan untuk konsumen dan juga merchant penyedia Barcode dikarenakan mengharuskan setiap Aplikasi harus Scan Barcode tertentu sesuai dengan aplikasi yang digunakan, sedangkan konsumen tidak bisa menetap dengan satu aplikasi tertentu. Begitupun dengan merchant tidak bisa menyediakan semua barkode sesuai aplikasi yang digunakan konsumen.

Dengan hal tersebut sehingga dikeluarkan QRIS untuk memberikan solusi dalam memudahkan sistem pembayaran yang ada di Indonesia. Hadirnya QRIS dapat memudahkan untuk melakukan transaksi secara non tunai akan tetapi masih sangat banyak Masyarakat yang belum mengetahuinya. Dengan begitu Bank Indonesia terus melakukan sosialisasi penyebaran QRIS kepada semua kalangan Masyarakat yang ada di Kota Kendari.

Apabila dikaitkan dengan dampak, secara umum dapt bersifat positif dengan nagtif. Dampak positif merupakan suatu pengaruh yang kuat mendatangkan akibat yang baik ataupun positif. Dampak positif dapat dilihat dari adanya perubahan yang

dirasakan kedua pihak yakni dari penyelnggara QRIS dan Masyarakat yang dapat memberikan keuntungan. Sedangkan dampak negatif merupakan suatu pengaruh kuat yang mendatangkan akibat buruk atau negatif yang dapat memberikan kerugian.

Strategi yang dilakukan Bank Indonesia KPW sulawesi tenggara dalam mengkampanyekan QRIS sangat berdampak positif bagi Masyarakat terutama bagi Merchant, dengan adanya QRIS memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi. Adapun dampak positif yang terlihat dari sosialisasi yang dilakukan Bank Indonesia yaitu meningkatnya penggunaan pembayaran nontunai di kota kendari Sebagaiamana hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan subjek penelitian yakni bapak Taufik selaku Manager sistem pembayaran dan pengawasan uang Rupiah Bank Indonesia, Bahwa dampak dari strategi Kampanye QRIS yang dilakukan Bank Indonesia KPW Sulawesi Tenggara sangat berdampak Positif karena sudah melampaui batas target yakni pada tahun 2021 sudah mencapai 77.000 merchant di Sulawesi Tenggara atau 120 %. Hal tersebut dapat dilihat berdasarkan data yang diakumulasikan dari setiap Triwulan 1, triwulan 2, tri wuln 3, dan triwulan 4 sejak tahun 2020 - tahun 2021. Sementara untuk di Kota Kendari sendiri mencapai 38.155 mmercant atau 50,73 %.

Hasil wawancara tersebut dapat membuktikan bahwa strategi yang dilakuakn Bank Indonesia Sulawesi Tenggara dalam mengkampanyekan QRIS berdampak positif. hal tersebut dapat dilihat dari data laporan QRIS yakni data jumlah Merchant dan data hasil transaksi di Kota Kendari, sebagaimana terlampir

Peneliti menilai bahwa strategi Bank Indonesia dalam mengkampanyekan QRIS sangat berpeluang karena melakukan kerja sama dengan berbagai pihak yakni

pemerintah, penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) dan juga Komunitas Genbi untuk terus mensosialisasikan QRIS.

Dalam mengukur dampak dari strategi kampanye Bank Indonesia, selain data yang terkuantitatif dapat juga dilihat secara langsung dilapangan apa yang dirasakan Masyarakat dengan adanya QRIS. Sebagaimana dalam penelitian ini peneliti melakukan kajian secara langsung dilapangan untuk mengetahui dampak staregi yang dilakukan Bank Indonesia. Sebagaimana observasi dan wawancara yang dilakukan peneliti bahwa dengan adanya strategi kampanye QRIS yang dilakukan Bank Indonesia sangat berdampak positif bagi Masyarakat hal ini dilihat dengan banyaknya pelaku usaha yang menjadi merchant QRIS, merchant juga sebagian besar mengetahui secara langsung dari Bank Indonesia ataupun PJSP. Peneliti juga menganalisis dilapangan bahwa dengan adanya QRIS ini tidak ada kendala yang dirasakan pelaku usaha atau merchant. Semua informan menjelaskan bahwa QRIS merupakan sistem pembayaran yang memudahkan dalam melakukan transaksi, serta data terjaga keamanannya.

Peneliti juga menilai bahwa dengan adanya penggunaan pembayaran nontunai melalui QRIS hanya berdampsk positif. Hanya saja dalam perkembangannya memiliki beberapa kendala yang dirasakan Masyarakat dalam menggunakan pembayaran nontunai melalui QRIS misalnya jaringan yang tidak stabil membuat oarng tidak membayar menggunakan QRIS, kurangnya pengetahuan Masyarakat dengan teknologi sehinnga tidak menyediakan aplikasi dompet digital ataupun mobile Banking sehinnga tidak mengetahui pembayaran melalui QRIS serta kebiasaan Masyarakat melalukan pembayaran secara tunai.