



## INOVASI PELAYANAN PUBLIK PADA SISTEM PEMBAYARAN BANK INDONESIA BANTEN

<sup>1</sup>Anisa Ayuning Tiyas; <sup>2</sup>Idhotun Nafiah; <sup>3</sup>Eko Prasetyo;

<sup>1,2,3</sup> Prodi Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Syekh-Yusuf,  
Tangerang, Indonesia

Email: [2001010056@students.unis.ac.id](mailto:2001010056@students.unis.ac.id)

### ABSTRAK (ABSTRACT)

Inovasi pelayanan sektor publik merupakan tuntutan sekaligus kebutuhan, karena setiap negara mendorong lahirnya inovasi agar tetap kompetitif. Indonesia dengan indeks inovasi globalnya berada pada peringkat 87 dari 132 negara, membutuhkan lompatan yang tajam agar kinerja inovasi mampu meningkatkan daya saingnya. Termasuk di dalamnya adalah Bank Indonesia yang merupakan bagian dari sektor publik, melahirkan berbagai inovasi dalam sistem pembayaran ritel, salah satunya adalah BI FAST dan QRIS. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tipologi inovasi sektor publik dari inovasi Bank Indonesia berupa BI FAST dan QRIS. Selain itu, penelitian ini bertujuan mengkaji persepsi pengguna terhadap BI FAST dan QRIS dari aspek perolehan informasi, manfaat, masalah yang dihadapi dan tingkat kepuasan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan informan berasal dari Bank Indonesia dan para pengguna BI FAST dan QRIS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan konsep tipologi inovasi yang dikemukakan oleh Chen dkk, maka inovasi yang dilakukan oleh Bank Indonesia melalui BI FAST dan QRIS termasuk dalam tipologi inovasi kebijakan. Selain itu, penelitian memberikan gambaran bahwa persepsi pengguna terhadap BI FAST dan QRIS sebagai produk inovasi adalah sangat positif.

**Kata kunci :** inovasi, pelayanan publik, sistem pembayaran, BI FAST, QRIS

### A. PENDAHULUAN (INTRODUCTION)

Inovasi bagi suatu entitas publik merupakan suatu kebutuhan. Bahkan bagi negara, inovasi merupakan keharusan. Menurut laporan *World Intellectual Property Organization* (WIPO) mengenai *Global Innovation Index* bahwa Indonesia pada tahun 2021 adalah berada pada peringkat 87 dari 132 negara. Elemen yang paling menonjol dari GII Indonesia adalah kecanggihan pasar (*market sophistication*) berada pada peringkat 57. Sedangkan elemen yang paling lemah yaitu kecanggihan bisnis (*business sophistication*) yaitu berada pada peringkat 110. Hal tersebut menunjukkan bahwa pasar di Indonesia sangat kondusif bagi perkembangan inovasi yang terdiri dari sistem pembiayaan (*credit*), investasi, dan perdagangan serta peningkatan pasar. Namun masih lemah dari aspek bisnis yang terdiri dari ketersediaan SDM berpengetahuan di dunia bisnis (*knowledge worker*), keterkaitan inovasi antara industri dan perguruan tinggi (*knowledge linkages*), serta daya serap inovasi oleh dunia bisnis (*knowledge absorption*).

Sektor publik yang merupakan jantung dari pelayanan publik tentu harus terus melakukan inovasi. Bahkan Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi (PAN-RB) melaksanakan kompetisi inovasi pelayanan publik setiap

tahun. Inovasi telah dilakukan oleh berbagai pihak baik itu kementerian, lembaga non kementerian, BUMN, pemerintah provinsi, pemerintah kabupaten, dan pemerintah kota. Kompetisi inovasi ini meliputi kompetisi inovasi umum, inovasi replikasi, serta inovasi khusus yang dipilih pemenang yang merupakan *outstanding achievement of public service innovation* ([www.menpan.go.id](http://www.menpan.go.id)). Jenis-jenis inovasi yang telah dilakukan oleh instansi sektor publik antara lain berupa aplikasi pelayanan, penerapan teknologi tepat guna, pelayanan secara daring, digitalisasi, produk layanan baru, serta inovasi dalam sistem dan strategi.

Inovasi pelayanan lembaga publik merupakan serangkaian pengembangan (*development*) dan implementasi (*implementation*) ide-ide baru (*novelty*) untuk menciptakan atau meningkatkan nilai publik (*public value*) dalam suatu ekosistem (*ecosystem*) (Chen, Walker, and Sawhney 2020). Rogers (2003) mendefinisikan inovasi sebagai “sebuah ide, praktik, atau objek yang dianggap baru oleh individu atau unit yang mengadopsi.” Mulgan dan Albury (2003) mendefinisikan inovasi publik sebagai suatu penciptaan dan implementasi proses, produk, layanan, dan metode penyampaian baru dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat. Bhatti, Olsen dan Pedersen (2011) menekankan mengenai aspek kebaruan (*novelty*) sebagai karakteristik inti dari suatu inovasi (Pratama 2020).

Chen dkk (2019) mengelompokkan inovasi pelayanan lembaga publik ke dalam beberapa tipologi yaitu: (1) *mission innovation*, yaitu inovasi dengan cara mengenalkan cara pandang dunia baru, misi atau tujuan organisasi secara menyeluruh; (2) *policy innovation*, yaitu inovasi melalui upaya mengenalkan tentang manfaat dan kewajiban baru organisasi kepada pemangku kepentingan dalam rangka memecahkan persoalan sosial; (3) *management innovation*, yaitu inovasi melalui praktik manajemen baru, proses, struktur, atau teknik untuk meningkatkan kemampuan organisasi untuk mencapai sasarannya; (4) *partner innovation*, yaitu inovasi dengan membentuk kemitraan baru untuk meningkatkan kemampuan organisasi mencapai sasarannya; (5) *service innovation*, yaitu inovasi melalui pengenalan dan penyampaian layanan baru untuk mencapai tujuan organisasi; (6) *citizen innovation*, yaitu pembentukan platform baru untuk memfasilitasi kolaborasi warga dalam rangka mencapai sasaran organisasi (Chen, Walker, and Sawhney 2020). Tipologi inovasi yang telah dijelaskan tersebut, oleh Chen dkk dikaitkan dengan bagaimana inovasi diarahkan (*locus*) dan untuk tingkat apa inovasi dilakukan (*focus*) dapat digambarkan sebagaimana tabel berikut:

**Tabel 1**  
**Tipologi Inovasi Pelayanan Publik**

		Lokus Inovasi	
		Internal	Eksternal
Fokus Inovasi	Strategi	Inovasi misi	Inovasi kebijakan
	Kapasitas	Inovasi manajemen	Inovasi mitra
	Operasi	Inovasi layanan	Inovasi warga

Sumber: Chen dkk, 2020.

Inovasi misi dikaitkan dengan lahirnya cara pandang baru, misi dan tujuan baru organisasi dalam merespon tantangan publik. Inovasi misi adalah inovasi pada tingkatan strategi dan lebih berorientasi kepada internal. Inovasi kebijakan merupakan upaya

organisasi untuk mendefinisikan manfaat baru, memaksakan kewajiban baru kepada pelanggan, dalam rangka mengikuti mandat politik baru yang harus dilaksanakan. Dalam hal ini organisasi mengembangkan strategi pemecahan masalah baru, kebijakan dan tata kelola baru. Inovasi kebijakan berada pada tingkatan strategis tetapi berorientasi eksternal. Inovasi manajemen adalah inovasi dimana organisasi mengembangkan kapasitasnya untuk mendorong produktivitas melalui implementasi manajemen baru, menggunakan sistem informasi, untuk meningkatkan efisiensi sistem informasi, dengan mengadopsi struktur organisasi baru, sistem manajemen dan proses. Inovasi manajemen berada pada tingkatan kapasitas dan berorientasi internal. Sedangkan inovasi mitra adalah bagaimana organisasi membentuk aliansi agar bisa memperluas kompetensinya, mampu mengakses kompetensi mitra melalui kolaborasi dengan organisasi lain. Inovasi mitra berada pada tingkatan kapasitas organisasi namun berorientasi eksternal. Inovasi layanan berkaitan dengan bagaimana organisasi menawarkan pelayanan yang ada ataupun pelayanan baru dalam rangka merealisasikan misi organisasi. Inovasi layanan berada pada tingkatan operasional dan berorientasi internal. Adapun inovasi warga adalah inovasi yang dilakukan organisasi dalam mendorong terjadinya kolaborasi antara warga dengan manajemen serta memfasilitasi terjadinya kreasi bersama (*cocreation*). Inovasi warga berada pada tingkatan operasional dan berorientasi eksternal.

Bank Indonesia sebagai salah satu lembaga publik tentunya terus-menerus melakukan inovasi. Salah satu strategi inovasi Bank Indonesia tertuang dalam *Blueprint Sistem Pembayaran Indonesia 2025 (BSPI 2025)*. BSPI 2025 diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam membentuk ekosistem digital yang sehat di Indonesia. Visi BSPI 2025 diwujudkan dalam lima inisiatif yaitu (1) *open banking*, yang bertujuan meningkatkan keterbukaan informasi keuangan dan interlink antara bank dengan *fintech*; (2) sistem pembayaran ritel melalui peluncuran *interface payment* yang terintegrasi, pengembangan *fast payment (BI-FAST)*, perluasan layanan GPN dan QRIS; (3) infrastruktur pasar keuangan agar sesuai dengan *standar best practices*; (4) data, yaitu pengembangan infrastruktur publik untuk pengelolaan data; (5) pengaturan perijinan melalui kerangka proteksi data pribadi dan keamanan siber, integrasi perijinan dan pengawasan termasuk pemanfaatan *regtech* dan *suptech* (Bank Indonesia, 2022).

Penelitian ini memfokuskan analisis terhadap inovasi yang dilakukan dalam kaitannya dengan sistem pembayaran ritel khususnya BI-FAST dan QRIS, dengan pertimbangan bahwa inovasi tersebut telah digunakan secara meluas di kalangan masyarakat umum. BI-FAST merupakan infrastruktur sistem pembayaran ritel nasional yang disediakan oleh Bank Indonesia dan bersifat cepat (*real-time*), aman, efisien, serta dapat digunakan setiap saat (24 jam dan 7 hari). Sedangkan QRIS (*Quick Response Indonesia Standard*) merupakan inovasi yang dikembangkan oleh Bank Indonesia dengan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) sebagai standar nasional pembayaran digital berbasis QR code. Pengembangan QRIS bertujuan untuk memperlancar sistem pembayaran non tunai yang aman, efisien, dan mempercepat terwujudnya inklusi keuangan. Setelah diluncurkan QRIS, maka pengguna baik konsumen maupun *merchant* mendapatkan kemudahan yaitu tidak perlu melakukan pemindaian QR Code yang dikeluarkan oleh masing-masing Penyelenggara Jaringan Sistem Pembayaran (PJSP),

namun cukup melakukan pemindaian QRIS, yang selanjutnya akan mengintegrasikan semuanya. Selain itu, bagi *merchant* yang semula harus membuka rekening pada setiap PJSP, setelah diterapkannya QRIS, maka *merchant* cukup membuka rekening di satu PJSP, karena QRIS mampu melakukan *switching* atas transaksi tersebut (Bank Indonesia, 2022).

Beberapa studi terdahulu mengenai inovasi pelayanan publik di Indonesia menunjukkan bahwa proses inovasi tidak bersifat simultan (Wardani and Rahayu 2021); inovasi masih memerlukan dorongan agar dampaknya lebih dirasakan kelompok sasaran (Pasciana 2020); inovasi yang dilakukan oleh pemerintah daerah disesuaikan dengan kearifan lokal (Wahyudianto 2021); kebutuhan inovasi seiring dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan masyarakat (Elkesaki, Oktaviani, and Setyahrerlambang 2021) (Nasikhah 2019); hambatan dalam inovasi pelayanan publik antara lain iklim inovasi yang masih buruk, dan nilai-nilai inovasi yang tidak terinternalisasi secara efektif (Putri and Mutiarin 2018).

Berbagai penelitian telah mengungkapkan mengenai inovasi yang dilakukan oleh Bank Indonesia dalam bentuk sistem pembayaran ritel BI FAST dan QRIS. Namun sebagian besar penelitian lebih terfokus pada studi tentang QRIS, dan masih sangat minim penelitian tentang BI FAST yang ditemukan melalui metode pencarian hasil penelitian mendeley. Berbagai penelitian terkait QRIS memberikan petunjuk mengenai beberapa hal berikut ini: (1) persepsi UMKM dalam menggunakan QRIS dipengaruhi oleh persepsi positif terhadap QRIS, pengaruh pihak luar seperti pembeli, teman dekat, dan para *influencer*. Terdapat persepsi hambatan penggunaan QRIS yaitu kualitas koneksi internet, biaya penggunaan, dan batas transaksi (Setiawan and Mahyuni 2020); (2) informasi dan pengetahuan mengenai QRIS sebagai pilihan lebih banyak diperoleh dari media sosial (Nurdin, Difa Restiti, and Rizki Amalia 2021); (3) faktor keamanan menjadi pertimbangan mendasar bagi *merchant* dalam menggunakan QRIS, namun tidak dengan faktor kemudahan dan kemanfaatan (Musa F. Silaen, Sepbeariska Manurung, and Christine D. Nainggolan 2021); (4) sedangkan bagi pembeli, persepsi mengenai manfaat, kemudahan penggunaan, dan faktor risiko berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menggunakan uang elektronik berbasis QRIS (Ningsih, Sasmita, and Sari 2021); (5) Kemanfaatan yang diperoleh UMKM saat pandemi dari QRIS adalah kemudahan untuk transaksi dan *cashless*, memudahkan dalam penerapan protokol kesehatan dengan konsumen (Natalina, Zunaidi, and Rahmah 2021).

Sebagai sebuah produk inovasi, BI-FAST dan QRIS tentunya harus mampu menjawab kebutuhan masyarakat dalam menyelesaikan transaksi keuangan mereka. Tidak dipungkiri bahwa inovasi ini telah digunakan secara meluas pada berbagai *merchant* dan sistem pembayaran digital seperti OVO, Gopay, Dana, LinkAja, dan sejenisnya, namun demikian tentu masyarakat pengguna memiliki tuntutan bahwa sebuah sistem pembayaran hendaknya cepat, mudah, murah, aman dan handal. Terlebih lagi pada era digitalisasi saat ini masyarakat dihadapkan pada situasi yang mengkhawatirkan berkaitan dengan sistem keamanan data pribadi. Selain itu, transaksi yang dilakukan oleh masyarakat umum tentu meluas bukan hanya di toko-toko formal, namun juga melibatkan pelaku ekonomi yang lebih luas yaitu pengusaha ultra mikro, usaha mikro, kecil, dan menengah, dalam hal ini fleksibilitas penggunaan alat

pembayaran sangat menjadi tuntutan konsumen.

Atas dasar berbagai pertimbangan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tipologi inovasi yang ada pada peluncuran BI FAST dan QRIS, serta bagaimana persepsi pengguna berkaitan dengan perolehan informasi mengenai BI FAST dan QRIS, apa saja manfaat yang diperoleh para pengguna, masalah yang dihadapi pada saat menggunakan BI FAST dan QRIS, serta kepuasan para pengguna terhadap hasil inovasi sistem pembayaran ritel BI FAST dan QRIS. Mengapa penelitian ini menjadi penting, karena sebagian besar penelitian hanya fokus kepada QRIS dan tidak memasukkan BI FAST sebagai fokus penelitian. Selain itu penelitian ini lebih komprehensif karena mempertimbangkan dua hal yaitu tipologi inovasi dan persepsi pengguna terhadap BI FAST dan QRIS. Sehingga penelitian ini diharapkan dapat menutup kesenjangan (*gap*) yang belum mampu ditutup oleh penelitian sebelumnya.

## **B. METODE (METHOD)**

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif, dimana cara pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan studi dokumen. Fenomena yang diteliti adalah mengenai inovasi pada lembaga sektor publik serta persepsi pengguna terhadap inovasi yang dilakukan oleh Bank Indonesia dalam bentuk QRIS dan BI FAST.

Penelitian dilakukan di Bank Indonesia Provinsi Banten Serang melalui diskusi dan observasi, dengan informan meliputi staf dan pejabat di Bank Indonesia yang memberikan penjelasan kepada peneliti mengenai BI FAST dan QRIS dalam forum kunjungan pembelajaran. Sedangkan wawancara secara terstruktur dilakukan kepada masyarakat umum sebagai pengguna BI FAST sebanyak 11 orang dan pengguna QRIS sebanyak 22 orang. Hasil wawancara diperbandingkan dengan total jawaban informan sehingga diperoleh gambaran mengenai persentase persepsi pengguna.

Kajian literatur dan dokumen dilakukan melalui laman resmi Bank Indonesia, akun sosial media resmi Bank Indonesia, serta dengan menganalisis artikel yang relevan dengan kata kunci "inovasi pelayanan publik", "inovasi sistem pembayaran Bank Indonesia", dan "QRIS dan BI FAST". Pencarian literatur tersebut dilakukan dengan bantuan mesin pencari artikel mendeley berdasarkan relevansi dan banyaknya sitasi.

## **C. HASIL DAN DISKUSI (RESULT AND DISCUSSION)**

### **Hasil (Result)**

Secara garis besar, rencana strategis Bank Indonesia sebagaimana tertuang di dalam *Strategic Business Plan* Bank Indonesia adalah sebagaimana terlihat pada Gambar 1. Pada gambar tersebut terlihat bahwa, Bank Indonesia memiliki visi "Menjadi bank sentral digital terdepan yang berkontribusi nyata terhadap perekonomian nasional dan terbaik di antara negara emerging markets untuk Indonesia maju". Visi tersebut selanjutnya dijabarkan lebih lanjut ke dalam misi dan nilai strategis. Misi yang telah ditetapkan di dalam SBBI dituangkan ke dalam tiga destination statement yaitu stabilitas makroekonomi, pertumbuhan ekonomi, dan terbaik di *emerging markets*.



Gambar 1. Rencana Strategi Bank Indonesia

Sumber: <https://www.bi.go.id/id/tentang-bi/profil/governance/commitment.aspx#nilai-strategis>

Menurut Bank Indonesia, *Blueprint* Sistem Pembayaran Indonesia (BSPI) 2025 adalah panduan arah kebijakan Bank Indonesia (BI) di bidang sistem pembayaran pada era digital dalam rangka mendukung pembentukan ekosistem ekonomi dan keuangan digital yang kondusif ([www.bi.go.id](http://www.bi.go.id)). Jika dicermati terhadap rencana strategis Bank Indonesia sebagaimana tertera pada Gambar 1, maka BSPI 2025 adalah bagian dari Program Strategis 5 (PS. 05) yaitu memperkuat kebijakan sistem pembayaran – pengelolaan uang rupiah untuk percepatan ekonomi dan keuangan digital serta tersedianya uang layak edar di Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Hasil penelitian terkait bagaimana persepsi pengguna sistem pembayaran ritel baik BI FAST maupun QRIS adalah sebagaimana diuraikan berikut ini. Untuk pengguna BI FAST hasil wawancara menunjukkan bahwa para pengguna BI FAST sebagian besar memperoleh informasi dan pengetahuan mengenai layanan tersebut berasal dari internet (64%), sedangkan sisanya memperoleh informasi dari sumber lain (36%). Informasi dari internet diperoleh dari sumber media sosial, *internet banking*, dan fitur aplikasi. Sedangkan informasi lain diperoleh dari penjelasan teman dan saudara, seminar, dan informasi pada kantor perbankan.

Manfaat yang diperoleh saat menggunakan BI FAST menurut pengguna adalah lebih hemat (64%), lebih mudah (29%) dan selebihnya adalah karena lebih cepat (7%). Lebih hemat dalam penggunaan BI FAST karena para pengguna menganggap biaya yang dikeluarkan lebih murah dibandingkan dengan fasilitas pembayaran lainnya. Sedangkan kemudahan dalam penggunaan BI FAST karena para pengguna merasakan transaksi dapat dilakukan dengan mudah, merasa terbantu, dan praktis.

Masalah yang dihadapi oleh para pengguna BI FAST sebagian besar adalah

karena kendala jaringan internet (27%), tidak semua bank atau penyedia jaringan sistem pembayaran menyediakan fasilitas BI FAST (18%), dan para pengguna masih merasakan keterbatasan dalam mengakses akibat tidak selalu tersedia 24 jam (9%). Namun demikian, sebagian besar pengguna menyatakan bahwa tidak ada masalah dalam menggunakan BI FAST (45%).

Apabila ditinjau dari aspek kepuasan pengguna layanan BI FAST, maka sebagian besar menyatakan puas (91%), dan hanya sedikit yang tidak puas (9%). Ketidakpuasan terhadap layanan BI FAST menurut pengguna disebabkan oleh sering terjadi *error* pada saat transaksi dilakukan, sehingga berakibat pada kegagalan transfer.

Sedangkan para pengguna QRIS sebagian besar memperoleh informasi dan pengetahuan mengenai layanan tersebut berasal dari internet (73%), sedangkan sisanya memperoleh informasi dari sumber lain (27%). Informasi dari internet diperoleh dari sumber aplikasi pembayaran, *internet banking*, aplikasi penjualan pada toko *online (online shop)*, *platform* perdagangan elektronik (*e-commerce*), dan dari *merchant*. Sedangkan informasi lain diperoleh dari penjelasan teman, tempat kerja, seminar, dan webinar.

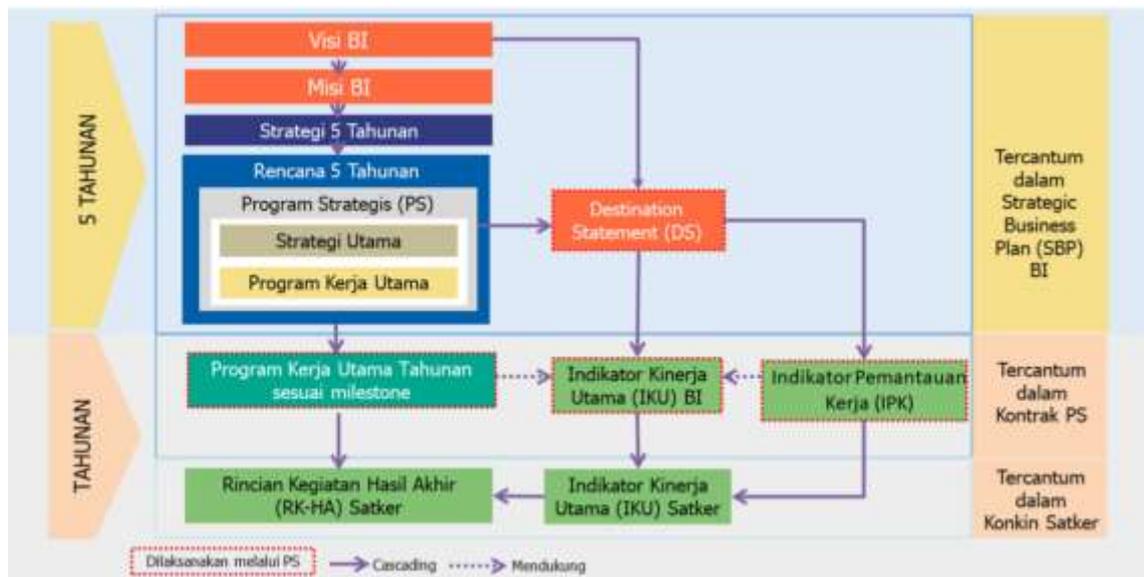
Manfaat yang diperoleh saat menggunakan QRIS menurut pengguna adalah lebih mudah (81%), lebih hemat (11%) dan selebihnya adalah karena lebih cepat (8%). Lebih mudah dalam penggunaan QRIS karena para pengguna menganggap mudah menggunakan, lebih ringkas, mengurangi penggunaan uang kertas, banyak aplikasi di dalam QRIS, lebih sederhana dan bersifat mobile, dan praktis. Sedangkan hemat menurut pengguna QRIS dikaitkan dengan masalah efisiensi.

Masalah yang dihadapi oleh para pengguna QRIS sebagian besar adalah karena kendala jaringan internet (61%), dan hanya sedikit yang menyatakan masalahnya karena aplikasi yang *error* (4%), serta rumitnya sistem pembayaran (4%). Namun demikian, terdapat 30% pengguna yang menyatakan bahwa tidak ada masalah dalam menggunakan QRIS.

Apabila ditinjau dari aspek kepuasan pengguna layanan QRIS, maka sebagian besar menyatakan puas (91%), dan hanya sedikit yang tidak puas (9%). Ketidakpuasan terhadap layanan QRIS menurut pengguna disebabkan oleh kerumitan sistem pembayaran berbasis QR Code ini dan masalah biaya transaksi.

### **Diskusi (*Discussion*)**

Berdasarkan dokumen *Strategic Business Plan* Bank Indonesia, maka *Blueprint* Sistem Pembayaran Indonesia 2025 merupakan bagian dari program strategis 5 pada rencana strategis Bank Indonesia. Sebagaimana terlihat pada Gambar 2 tersebut, dimana *Blueprint* Sistem Pembayaran Indonesia 2025 merupakan bagian dari Program Strategis 05, maka dapat dipahami bahwa *Blueprint* Sistem Pembayaran Indonesia 2025 berada pada tingkatan strategis dengan horison waktu mencapai 5 tahunan. Dengan demikian, sistem pembayaran ritel yang di dalamnya terdapat BI FAST maupun QRIS merupakan penjabaran dari program strategis yang sesuai Gambar 2 adalah strategi utama dan program kerja utama.



Gambar 2. Hirarki Perencanaan Strategi Bank Indonesia

Sumber: <https://www.bi.go.id/id/tentang-bi/profil/governance/process.aspx>

Selanjutnya, menurut Bab 3 tentang *Roadmap* dalam dokumen *Blueprint* Sistem Pembayaran Indonesia (BSPI) 2025 disebutkan bahwa BSPI 2025 dituangkan ke dalam lima inisiatif yang meliputi *open banking*, sistem pembayaran ritel, infrastruktur pasar keuangan, data, dan pengaturan, perizinan, dan pengawasan. Dokumen tersebut juga menyebutkan bahwa lima inisiatif BSPI 2025 akan diwujudkan dalam rentang waktu tahun 2019 sampai dengan 2025.

BI FAST dan QRIS yang merupakan bagian dari inovasi dalam sistem pembayaran ritel, memiliki orientasi eksternal yaitu keinginan untuk menjawab tantangan baru yaitu transformasi digital yang berkembang di era industri 4.0. Selain itu sistem pembayaran yang tertuang di dalam BSPI 2025 merupakan upaya untuk mendukung integrasi ekonomi-keuangan digital nasional sehingga menjamin fungsi bank sentral dalam proses peredaran uang, kebijakan moneter, dan stabilitas sistem keuangan.

Memperhatikan konsep tipologi inovasi yang dikemukakan oleh Chen dkk, maka dapat dikatakan bahwa inovasi Bank Indonesia melalui pengembangan sistem pembayaran ritel BI FAST maupun QRIS, termasuk dalam tipologi inovasi kebijakan (*policy innovation*). Hal tersebut ditunjukkan dari beberapa indikator yaitu: (1) tingkatan inovasi berada pada tingkat strategis; (2) berorientasi eksternal; (3) Bank Indonesia berupaya mendefinisikan adanya manfaat baru berupa ekonomi digital yang nilai dan pertumbuhannya sangat pesat; (4) dengan adanya inovasi kebijakan tersebut, maka Bank Indonesia dapat memaksakan kewajiban baru kepada klien; (5) Bank Indonesia terkait BI FAST dan QRIS ini mengembangkan strategi pemecahan masalah baru, kebijakan teknis dan tata kelola baru.

Sedangkan yang terkait dengan persepsi pengguna terhadap BI FAST dan QRIS

tersebut dapat disampaikan bahwa mayoritas pengguna mendapatkan informasi dan pengetahuan tentang produk layanan dari internet baik itu konten yang ada di media sosial, *website*, aplikasi pembayaran, maupun *e-commerce*. Namun demikian total pengguna yang mendapat informasi di luar internet masih banyak, yaitu rata-rata 30%, maka strategi komunikasi dan sosialisasi BI FAST dan QRIS melalui internet perlu lebih digencarkan.

Secara keseluruhan informan menyampaikan bahwa banyak manfaat yang diperoleh dari menggunakan BI FAST maupun QRIS yaitu berupa kemudahan dan fleksibilitas, kecepatan waktu transaksi, dan lebih hemat biaya. Sedangkan berkaitan dengan masalah yang dihadapi oleh informan, masih cukup besar (44%) yang menyampaikan bahwa kendala utama adalah jaringan internet. Permasalahan ini sebenarnya dapat dimaklumi mengingat data Bank Dunia menunjukkan bahwa kesenjangan digital di Indonesia masih tinggi, mencapai 49% penduduk dewasa belum mendapatkan akses internet. Selain itu kualitas kestabilan jaringan internet juga masih rendah. Oleh karena itu, salah satu jalan keluar untuk penyebaran edukasi dan informasi kepada masyarakat adalah melalui media sosial (Tyas, Budiyanto, and Santoso 2016).

Berkaitan dengan tingkat kepuasan penggunaan BI FAST dan QRIS sangat tinggi lebih dikarenakan kemudahan dan manfaat yang diperoleh oleh pengguna. Walaupun demikian, pengguna masih khawatir terhadap risiko dan keamanan menggunakannya (Permadi and Wilandari 2021). Selain itu porsi masyarakat yang menggunakan fasilitas BI FAST maupun QRIS jika dibandingkan dengan mereka yang belum menggunakan masih cukup besar. Mereka yang belum menggunakan, lebih disebabkan karena belum mengetahui layanan tersebut, dan kurang mendapat informasi (Nasution 2021). Dengan demikian diperlukan edukasi agar transaksi non tunai (*cashless*) semakin diminati dan mudah diterima oleh masyarakat.

#### **D. KESIMPULAN (CONCLUSION)**

Kebijakan Bank Indonesia meluncurkan inovasi dalam sistem pembayaran ritel dalam bentuk layanan BI FAST dan QRIS menjadi jawaban terhadap tantangan yang sedang dihadapi oleh perekonomian di Indonesia. Dalam hal ini transformasi digital mendorong pertumbuhan ekonomi digital meningkat pesat.

Penelitian ini menemukan bahwa inovasi yang dilakukan oleh Bank Indonesia melalui layanan BI FAST dan QRIS, jika ditelaah menurut teori tipologi inovasi yang dikemukakan oleh Chen dkk (2020) termasuk dalam tipologi inovasi kebijakan (*policy innovation*). Inovasi kebijakan melalui BI FAST dan QRIS tersebut masih berada pada tingkatan strategis dan berorientasi kepada eksternal. Inovasi tersebut tidak membuat organisasi merubah visi, misi dan tujuan organisasinya, namun hanya menyiapkan strategi pemecahan masalah, kebijakan dan tata kelola baru.

Studi ini juga memberikan informasi bahwa persepsi pengguna terhadap BI FAST dan QRIS sangat positif, yang ditunjukkan dari tingginya tingkat kepuasan rata-rata (91%), rendahnya keluhan terkait masalah penggunaan aplikasi, serta tingginya manfaat yang diperoleh pengguna baik berupa kemudahan, kecepatan dan hemat biaya. Namun pengguna menyampaikan satu hal yang penting untuk diperhatikan yaitu masalah risiko dan keamanan dalam penggunaan fasilitas BI FAST dan QRIS.

## DAFTAR PUSTAKA (REFERENCES)

- Bank Indonesia, 2022, Blueprint Sistem Pembayaran Indonesia 2025.  
<https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/blueprint-2025/default.aspx>
- Chen, Jiyao, Richard M. Walker, and Mohanbir Sawhney. 2020. "Public Service Innovation: A Typology." *Public Management Review* 22(11).
- Elkesaki, Rianandita 'Arsy, Riska Dwi Oktaviani, and Melina Putri Setyahrambang. 2021. "INOVASI PELAYANAN PUBLIK DINAS KEPENDUDUKAN DAN CATATAN SIPII DI KOTA BANDUNG." *Jurnal Caraka Prabu* 5(1).
- Musa F. Silaen, Sepbeariska Manurung, and Christine D. Nainggolan. 2021. "Effect Analysis Of Benefit Perception, Ease Perception, Security And Risk Perception Of Merchant Interest In Using Quick Response Indonesia Standard (Qris)." *International Journal of Science, Technology & Management* 2(5).
- Nasikhah, Mar Atun. 2019. "Inovasi Pelayanan Transportasi Publik Berbasis Teknologi Informasi." *Jurnal Inovasi Ilmu Sosial dan Politik* 1(1).
- Nasution, Rina Anasti. 2021. "ANALISIS PERSEPSI PEDAGANG PADA PENGGUNAAN QRIS SEBAGAI ALAT TRANSAKSI UMKM DI KOTA MEDAN." *Journal of Chemical Information and Modeling*.
- Natalina, Sri Anugrah, Arif Zunaidi, and Risa Rahmah. 2021. "Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) Sebagai Strategi Survive UMKM Di Masa Pandemi Di Kota Kediri." *ISTITHMAR : Jurnal Pengembangan Ekonomi Islam* 5(2).
- Ningsih, Hutami A, Endang M Sasmita, and Bida Sari. 2021. "Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik ( QRIS ) Pada Mahasiswa." *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika* 4(1).
- Nurdin, Difa Restiti, and Rizki Amalia. 2021. "PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PENGETAHUAN TENTANG QUICK RESPONSE CODE INDONESIAN STANDARD (QRIS)." *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah* 3(2).
- Pasciana, Rostiena. 2020. "Pelayanan Publik Inovatif Bagi Penyandang Disabilitas." *Sawala : Jurnal Administrasi Negara* 8(2).
- Permadi, Yudistira Andi, and Angestika Wilandari. 2021. "PREFERENCES OF USING QUICK RESPONSE CODE INDONESIAN STANDARD (QRIS) AMONG STUDENTS AS A MEANS OF DIGITAL PAYMENT." *Journal of Enterprise and Development* 3(1).
- Pratama, Arif Budy. 2020. "The Landscape of Public Service Innovation in Indonesia: A Comprehensive Analysis of Its Characteristic and Trend." *Innovation and Management Review* 17(1).
- Putri, Lolita Deby Mahendra, and Dyah Mutiarin. 2018. "Efektifitas Inovasi Kebijakan Publik; Pengaruhnya Pada Kualitas Pelayanan Publik Di Indonesia." *Jurnal Ilmu Pemerintahan*.
- Setiawan, I Wayan Arta, and Luh Putu Mahyuni. 2020. "QRIS DI MATA UMKM: EKSPLORASI PERSEPSI DAN INTENSI UMKM MENGGUNAKAN QRIS." *E-*

*Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana.*

Tyas, Dyah Listianing, A. Djoko Budiyo, and Alb. Joko Santoso. 2016. "Pengaruh Kekuatan Media Sosial Dalam Pengembangan Kesenjangan Digital." *Scientific Journal of Informatics* 2(2).

Wahyudianto, Heri. 2021. "Aanalisis Inovasi Perdesaan Sebagai Upaya Meningkatkan Kesehatan Masyarakat." *Jurnal Studi Inovasi* 1(2).

Wardani, Gitta Sonali Kusuma, and Amy Yayuk Sri Rahayu. 2021. "Inovasi Pelayanan Perizinan Bangunan Gedung 3.0 Di Pemerintah Provinsi DKI Jakarta." *JPSI (Journal of Public Sector Innovations)* 5(2).