

**STRATEGI PEMASARAN *QRIS ULTIMATE AUTOMATED*  
TRANSACTION OLEH BANK BPD DIY KANTOR CABANG PEMBANTU  
SYARIAH UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**Laporan Magang**



Disusun oleh:

**Maretha Dwi Handayani**

**18213064**

**Program Studi Perbankan dan Keuangan  
Diploma III Fakultas Bisnis dan Ekonomika  
Universitas Islam Indonesia**

**2021**

**HALAMAN JUDUL**

**STRATEGI PEMASARAN *QRIS ULTIMATE AUTOMATED*  
TRANSACTION OLEH BANK BPD DIY KANTOR CABANG PEMBANTU  
SYARIAH UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**Laporan Magang**

**Laporan Magang ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat  
menyelesaikan jenjang Diploma III Fakultas Bisnis dan Ekonomika**

**Universitas Islam Indonesia**

**Disusun Oleh:**

**Maretha Dwi Handayani**

**18213064**

**Program Studi Perbankan dan Keuangan**

**Diploma III Fakultas Bisnis dan Ekonomika**

**Universitas Islam Indonesia**

**2021**

**HALAMAN PENGESAHAN  
LAPORAN MAGANG**

**STRATEGI PEMASARAN *QRIS ULTIMATE AUTOMATED*  
TRANSACTION OLEH BANK BPD DIY KANTOR CABANG PEMBANTU  
SYARIAH UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**



**Disusun Oleh:**

**Nama : Maretha Dwi Handayani**

**No. Mahasiswa : 18213064**

**Jurusan : Perbankan dan Keuangan**

**Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing**

**Pada tanggal 02 Mei 2021**

**Dosen Pembimbing**



**(Dityawarman El Aiyubbi, S.E., M.E.K)**

## PERNYATAAN BEBAS PENJIPLAKAN

“Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa laporan magang ini ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lai. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sangsi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku”.

Yogyakarta, 1 Mei 2021

Penulis



Maretha Dwi Handayani

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul **“Strategi Pemasaran *QRIS Ultimate Automated Transaction* Oleh Bank BPD DIY Kantor Cabang Pembantu Syariah Universitas Islam Indonesia pada Masjid”**. Penulisan Tugas Akhir ini disusun untuk memenuhi syarat ketentuan kelulusan dan memperoleh gelar Ahli Madya Program Studi Perbankan dan Keuangan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.

Dalam kesempatan ini saya ingin menyampaikan kepada pihak yang telah memberikan bantuan, bimbingan, motivasi, dan dukungannya selama penyusunan Tugas Akhir ini. Ucapan terimakasih saya sampaikan pada:

1. Allah SWT yang selalu memberikan rahmat dan *ridho*-Nya sehingga penulisan Tugas Akhir dapat selesai.
2. Orangtua saya yaitu Bapak Joko Mulyono dan Ibu Sumirah serta kakak saya Wahyu Ardiantoko yang selalu memberikan doa, dukungan, dan semangat sehingga saya dapat menyelesaikan magang dan penyusunan Tugas Akhir ini.
3. Ibu Dra. Diana Wijayanti, M.Si sebagai Ketua Program Studi Perbankan dan Keuangan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.

4. Bapak Dityawarman El Aiyyubi, S.E., M.E.K selaku Dosen Pembimbing Akademik dan Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah memberikan waktu, saran, dan bimbingannya selama penyusunan Tugas Akhir ini.
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen yang selama ini telah memberikan ilmu dan seluruh Staff Diploma yang membantu dalam menyelesaikan Tugas Akhir.
6. Seluruh karyawan BPD DIY KCP Syariah UII yang telah menerima saya dan teman magang seperjuangan dengan baik dan memberikan pengalaman serta ilmu baru untuk saya.
7. Sahabat-sahabat saya yang telah memberikan dukungan dan semangat.
8. Kucing saya bernama Tahu dan Kipo yang menjadi *mood booster* saya.

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini, saya menyadari masih banyak kekurangan dikarenakan keterbatasan ilmu pengetahuan dan pengalaman yang saya miliki. Untuk itu saya meminta maaf atas kekurangan serta saya menerima segala saran dan kritik untuk Tugas Akhir ini. Terakhir, saya berharap Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi saya pada khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.

Yogyakarta, 1 Mei 2021

Penulis



Maretha Dwi Handayani

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PENJIPLAKAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1    Dasar Pemikiran .....	1
1.2    Tujuan Magang.....	3
1.3    Target Magang .....	4
1.4    Bidang Magang .....	4
1.5    Lokasi Magang .....	4
1.6    Jadwal Magang.....	5
1.7    Sistematika Tugas Akhir .....	5
BAB II.....	7
LANDASAN TEORI.....	7
2.1    Bank.....	7
2.1.1    Pengertian Bank .....	7
2.1.2    Jenis Bank .....	8
2.1.3    Kegiatan Usaha Bank.....	10
2.2 <i>Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)</i> .....	12
2.2.1    Pengertian QRIS .....	12
2.2.3    Manfaat QRIS .....	13
2.3    Strategi Pemasaran .....	14
2.3.1    Pengertian Pemasaran .....	14
2.3.2    Tujuan Pemasaran .....	15

2.3.3	Strategi Pemasaran .....	15
2.3.4	Bauran Pemasaran .....	16
2.3.5	Konsep dalam Pemasaran .....	18
BAB III .....		20
ANALISA DESKRIPTIF .....		20
3.1	Data Umum .....	20
3.1.1	Sejarah Bank BPD DIY Syariah .....	20
3.1.2	Visi dan Misi Bank BPD DIY Syariah .....	21
3.1.3	Struktur Organisasi Bank BPD DIY Syariah .....	21
3.2	Data Khusus .....	22
3.2.1	Pengertian QUAT .....	22
3.2.2	Strategi Pemasaran QUAT .....	24
3.2.3	Kendala dalam Pemasaran QUAT .....	28
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN .....		31
4.1	Kesimpulan .....	31
4.2	Saran .....	32
DAFTAR PUSTAKA .....		34
LAMPIRAN .....		35

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jadwal Magang .....	5
-------------------------------	---



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Struktur Organisasi Bank BPD DIY KCP Syariah UII..... **Error!**  
**Bookmark not defined.**



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Dasar Pemikiran

Indonesia telah memasuki era revolusi industri 4.0. Berbagai hal dibidang kehidupan dapat diintegrasikan dengan jaringan internet sehingga dalam pengendaliannya dapat dilakukan dimana dan kapan saja selama terhubung dengan koneksi internet. Hal tersebut menjadikan perusahaan harus mampu mengikuti perkembangan zaman seperti mengubah sistem kerja perusahaan, membuat sistem pemasaran online yang memudahkan berinteraksi dengan konsumen, dan membuat produk baru yang relevan dengan kondisi saat ini. Begitupun yang dilakukan Bank BPD DIY, untuk mengikuti perkembangan era digital saat ini Bank BPD DIY menghadirkan produk baru yaitu *QRIS Ultimate Automated Transaction (QUAT)*. QUAT merupakan produk digital dari Bank BPD DIY yang dapat memfasilitasi para pelaku usaha dalam menjalankan pembayaran digital dengan *QR code* dalam jaringan QRIS sehingga lebih mudah, cepat, dan aman. Adanya inovasi produk ini karena melihat potensi transaksi keuangan digital yang terus meningkat sejak tahun 2019 sehingga produk ini dapat mendukung kemudahan transaksi keuangan secara digital khususnya untuk masyarakat Yogyakarta.

Selain melihat pada potensi meningkatnya transaksi keuangan digital di Indonesia, peluncuran produk QUAT pada 25 November 2020 bertepatan

dengan pandemi Covid 19 yang masih melanda Indonesia. Sementara itu, pemerintah mencanangkan tatanan hidup normal baru (*new normal*) di Indonesia yang telah diatur dalam Keputusan Menteri Kesehatan No. HK.01.07/MENKES/328/2020 tentang Panduan Pencegahan dan Pengendalian Covid 19 di Tempat Kerja Perkantoran dan Industri dalam Mendukung Keberlangsungan Usaha pada Situasi Pandemi. Dengan keadaan seperti ini, memaksa masyarakat untuk selalu memakai masker, menjaga jarak (*social distancing*), mencuci tangan menggunakan air mengalir, dan membatasi kontak fisik dengan orang lain termasuk dalam hal melakukan transaksi keuangan. Sehingga fenomena seperti *work from home* dan *new normal* menjadikan masyarakat mengurangi mobilitasnya secara *offline* termasuk saat bertransaksi keuangan.. Hal ini tentu mendukung Bank BPD DIY dalam mengenalkan dan memasarkan produk barunya yaitu QUAT. QUAT merupakan sebuah aplikasi penerbitan dengan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) bagi para pemilik usaha agar proses pembayaran dengan *QR code* menjadi lebih mudah, cepat, dan terjamin keamanannya apalagi dimasa pandemi saat ini (Bank Pembangunan Daerah - Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, 2020).

Peluncuran QUAT ini menjadi sebuah inovasi produk digital dari Bank BPD DIY yang dapat memfasilitasi para pelaku usaha dalam menjalankan pembayaran digital dengan *QR code* dalam jaringan QRIS. Selain ditujukan untuk pelaku usaha, BPD QUAT ini juga dapat dimanfaatkan sebagai sarana infak dan sedekah bagi masyarakat yang mudah dan aman. Pada kondisi

pandemi seperti saat ini, sedekah digital tentu akan sangat membantu masyarakat tanpa takut tertular virus corona.

Bank BPD DIY Kantor Cabang Pembantu Syariah Universitas Islam Indonesia sebagai salah satu jaringan pelayanan dari Bank BPD DIY juga turut mensosialisasikan layanan BPD QUAT kepada nasabahnya. Untuk memudahkan dalam memasarkan produk terbaru dari Bank BPD DIY ini maka diperlukan strategi pemasaran yang tepat. Dengan melakukan strategi pemasaran yang tepat maka produk BPD QUAT dapat diterima dengan mudah oleh masyarakat khususnya pengelola masjid. Jika hal ini terjadi maka proses digitalisasi usaha mikro dan masjid akan terwujud.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka laporan magang ini akan mengangkat judul **“Strategi Pemasaran BPD *QRIS Ultimate Automated Transaction* oleh Bank BPD DIY Kantor Cabang Pembantu Syariah Universitas Islam Indonesia”**.

## **1.2 Tujuan Magang**

Tujuan dari pelaksanaan kegiatan magang di Bank BPD DIY KCP Syariah Universitas Islam Indonesia adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui produk digital QUAT dari Bank BPD DIY
2. Untuk mengetahui strategi pemasaran BPD QUAT pada Bank BPD DIY KCP Syariah Universitas Islam Indonesia

3. Untuk mengetahui kendala-kendala yang dihadapi dalam melakukan pemasaran BPD QUAT pada Bank BPD DIY KCP Syariah Universitas Islam Indonesia

### **1.3 Target Magang**

Target yang ingin dicapai dalam kegiatan magang di Bank BPD DIY KCP Syariah Universitas Islam Indonesia adalah sebagai berikut:

1. Dapat menjelaskan produk digital QUAT dari Bank BPD DIY
2. Dapat menjelaskan strategi pemasaran BPD QUAT pada Bank BPD DIY KCP Syariah Universitas Islam Indonesia
3. Dapat menjelaskan kendala-kendala yang dihadapi dalam melakukan pemasaran BPD QUAT pada Bank BPD DIY KCP Syariah Universitas Islam Indonesia

### **1.4 Bidang Magang**

Bidang magang yang sesuai dengan tujuan dan target magang adalah bagian pemasaran (*marketing*) yaitu bidang yang menawarkan dan menjual produk atau jasa dari perbankan yang mempunyai target pasar sesuai dengan yang telah ditentukan dari bank yang bersangkutan.

### **1.5 Lokasi Magang**

Lokasi kegiatan magang Bank BPD DIY KCP Syariah Universitas Islam Indonesia ini berlokasi di Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia, Jalan Kaliurang Km. 14,5, Lodadi, Umbulmartani, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55584.

## 1.6 Jadwal Magang

Tabel 1.1 Jadwal Magang

No.	Tanggal	Keterangan
1	12 Desember 2020	Penyerahan Surat Magang
2	14 Desember 2020 – 31 Januari 2021	Pelaksanaan Magang
3	17 Februari 2021	Bimbingan Pengajuan Judul Tugas Akhir
4	21 Februari – 21 April 2021	Penyusunan Laporan Magang
5	21 Februari – 30 April 2021	Bimbingan Tugas Akhir
6	24 Mei 2021	Ujian Tugas Akhir
7	Juni 2021	Ujian Kompetensi

## 1.7 Sistematika Tugas Akhir

Sistematika Tugas Akhir ini terdiri dari beberapa BAB yaitu:

### **BAB I: Pendahuluan**

Pada bab ini menjelaskan mengenai latar belakang penyusunan Tugas Akhir yang berisi dasar pemikiran magang, target magang, bidang magang, lokasi magang, jadwal magang serta sistematika tugas akhir.

### **BAB II: Landasan Teori**

Pada bab ini berisi mengenai teori yang berkaitan dengan penulisan Tugas Akhir dan teori yang akan digunakan untuk memecahkan masalah.

### **BAB III: Analisa Deskriptif**

Pada bab ini berisikan mengenai analisa deskriptif mengenai data umum dan data khusus. Data umum berisi tentang gambaran umum dari Bank BPD DIY Kantor Cabang Pembantu Syariah UII. Selanjutnya, data khusus berisi informasi produk BPD QUAT, strategi pemasaran BPD

QUAT, dan kendala-kendala yang dihadapi dalam melakukan pemasaran produk BPD QUAT.

#### **BAB IV: Kesimpulan dan Saran**

Pada bab ini merupakan bagian penutup yang menjelaskan mengenai penyusunan laporan magang yang berisikan kesimpulan dan saran yang telah dijelaskan agar menjadi lebih baik.



## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Bank**

##### **2.1.1 Pengertian Bank**

Menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang Perubahan Atas Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan, yang dimaksud dengan Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Bank merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang keuangan, yang usaha keuangannya menghimpun dana dari masyarakat luas dalam bentuk simpanan dan menyalurkan dana dalam bentuk pinjaman. Kemudian usaha bank lainnya memberikan jasa-jasa keuangan yang mendukung dan memperlancar kegiatan menghimpun dana dan memberikan pinjaman (Kasmir, 2016: 5). Selanjutnya menurut Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, yang dimaksud Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau prinsip hukum Islam yang diatur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI). Jadi baik bank konvensional dan bank syariah sama-sama melakukan penghimpunan dana dan penyaluran dana serta menyediakan

jasa-jasa bank seperti jasa pembayaran, jasa kiriman uang (transfer), jasa penagihan (inkaso), jasa penjualan mata uang asing (valas), jasa *Safe Deposit Box*, dan lainnya.

### 2.1.2 Jenis Bank

Dalam praktiknya, menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan menyebutkan bahwa dilihat dari segi fungsinya bank di Indonesia dibagi menjadi 3 jenis yaitu:

#### (1) Bank Sentral

Bank Sentral merupakan bank yang berfungsi sebagai bank sirkulasi yang tujuannya mencapai dan memelihara kestabilan nilai rupiah. Untuk mencapai tujuannya, Bank Sentral akan mengatur dan mengawasi kegiatan bank, mengatur kelancaran sistem devisa, dan menetapkan kebijakan yang diperlukan seperti kebijakan moneter maupun kebijakan fiskal. Di Indonesia kedudukan Bank Sentral dilaksanakan oleh Bank Indonesia.

#### (2) Bank Umum

Bank Umum merupakan bank yang menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali pada masyarakat dalam bentuk pinjaman serta melayani jasa-jasa perbankan lainnya baik secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah.

#### (3) Bank Perkreditan Rakyat (BPR)

BPR merupakan bank yang melayani masyarakat kecil di kecamatan dan pedesaan. Dilihat dari jenis produk yang ditawarkan,

jenis produk BPR relatif lebih sempit jika dibandingkan dengan produk bank umum. Status BPR diberikan kepada Bank Desa, Bank Pasar, Bank Pegawai, Lumbung Desa, Badan Kredit Kecamatan (BKK), Bank Karya Produksi Desa (BKPD), dan bank lainnya.

Selanjutnya ditinjau dari segi kepemilikannya (siapa saja yang memiliki bank tersebut), jenis bank dapat dibedakan sebagai berikut:

(1) Bank milik pemerintah

Bank dimana akta pendirian dan modalnya milik pemerintah. Contoh bank milik pemerintah antara lain Bank Negara Indonesia (BNI), Bank Rakyat Indonesia (BRI), dan Bank Tabungan Negara (BTN). Terdapat pula bank milik Pemerintah Daerah (Pemda) yang berada dalam lingkup masing-masing provinsi, diantaranya Bank Pembangunan Daerah (BPD) DKI Jakarta, BPD Jawa Barat, BPD DIY, BPD Jawa Tengah, BPD Jawa Timur, dan BPD lainnya.

(2) Bank milik swasta nasional

Bank jenis ini seluruh atau sebagian besar modal yang dimiliki dan akta pendiriannya dimiliki swasta. Contohnya Bank Muamalat, Bank Central Asia (BCA), Bank Danamon, Bank Lippo, Bank Internasional Indonesia, dan lainnya.

(3) Bank milik koperasi

Bank jenis ini kepemilikan sahamnya dimiliki oleh perusahaan berbadan hukum koperasi seperti Bank Umum Koperasi Indonesia.

(4) Bank milik asing

Bank jenis ini merupakan cabang dari bank yang ada di luar negeri, maka kepemilikannya jelas merupakan milik asing atau pihak luar negeri. Contoh bank asing diantaranya Deutsche Bank, American Express Bank, Bank of America, Bank of Tokyo, City Bank, Hongkong Bank, dan bank asing lainnya.

(5) Bank milik campuran

Kepemilikan bank jenis ini dimiliki oleh pihak asing dan pihak swasta nasional, kepemilikan sahamnya mayoritas dipegang oleh warga negara Indonesia. Contoh bank campuran antara lain Sumitomo Niaga Bank, bank Finconesia, Mitsubishi Buana Bank, Bank Sakura Swadarma, dan lainnya (Kasmir, 2016: 33–35).

### 2.1.3 Kegiatan Usaha Bank

Sebagai lembaga keuangan, kegiatan bank tidak akan lepas dari bidang keuangan yang secara sederhana dapat dikatakan bahwa kegiatan bank adalah menghimpun dana dan menyalurkan dana kepada masyarakat. Dalam melaksanakan kegiatannya bank dibedakan antara kegiatan bank umum dengan kegiatan bank prekreditasi rakyat. Adapun kegiatan perbankan adalah sebagai berikut:

(1) Bank umum konvensional dan syariah

Kegiatan bank umum yaitu memberikan seluruh jasa perbankan seperti berikut:

- a. Menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan tabungan, giro, dan deposito.
- b. Menyalurkan dana ke masyarakat dalam bentuk kredit atau pembiayaan investasi, modal kerja, dan lainnya.
- c. Memberikan jasa-jasa bank lainnya seperti transfer dana, inkaso, kliring, Safe Deposit Box, bank garansi, bank *notes*, jual beli surat berharga, pembayaran, dan lainnya.

(2) Bank Perkreditan Rakyat (BPR) atau Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)

Kegiatan usaha BPR lebih sempit dibandingkan bank umum karena BPR tidak menyediakan jasa pembayaran. Adapun kegiatan BPR atau BPRS sebagai berikut:

- a. Menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk tabungan dan deposito.
- b. Menyalurkan dana ke masyarakat dalam bentuk kredit atau pembiayaan
- c. Menyediakan pembiayaan dan penempatan dana sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan Bank Indonesia.

BPR atau BPRS dilarang menerima simpanan giro, mengikuti kliring, melakukan kegiatan valuta asing, dan melakukan kegiatan perasuransian (Kasmir, 2016: 40).

## **2.2 Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)**

### **2.2.1 Pengertian QRIS**

*Quick Response Code Indonesian Standard* atau biasa disingkat dengan QRIS (dibaca: KRIS) merupakan teknologi penyatuan berbagai macam QR dari berbagai Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) dengan menggunakan kode QR (Bank Indonesia, 2020). QRIS dikembangkan oleh industri sistem pembayaran bersama dengan Bank Indonesia (BI) agar masyarakat luas dapat bertransaksi dengan cepat, mudah, dan aman. Untuk dapat bertransaksi menggunakan QRIS maka diperlukan sumber dana berupa simpanan pengguna atau dengan instrumen pembayaran lainnya kartu debit, kartu kredit, dan uang elektronik lainnya yang menggunakan media penyimpanan *sever based*. Dalam penggunaan QRIS dibatasi paling banyak Rp 2.000.000 (dua juta rupiah) tiap transaksinya. Dengan QRIS, seluruh aplikasi pembayaran dari penyelenggara manapun, baik bank dan bukan bank yang digunakan masyarakat, dapat digunakan di seluruh *merchant* yang berlogo QRIS, meskipun penyedia QRIS di *merchant* menggunakan aplikasi pembayaran yang berbeda dengan yang digunakan masyarakat atau konsumennya.

### **2.2.2 Ketentuan QRIS**

Penggunaan QRIS sebagai QR Code Pembayaran memiliki 2 model yang implementasinya tetap megacu pada standar QRIS yang ditetapkan BI sebagai standar nasional, yaitu :

(1) *Merchant Presented Mode* (MCM)

MCM terdapat 2 tipe yaitu MCM statis dan dinamis. Pada QRIS MPM Statis, *merchant* cukup memajang stiker QR code dan pelanggan tinggal melakukan *scan*, memasukkan nominal yang akan dibayar dan pin lalu klik bayar. Notifikasi akan langsung diterima oleh pengguna dan *merchant*. QRIS MPM Statis cocok bagi pemilik usaha mikro dan kecil. Selanjutnya QRIS MPM Dinamis cocok bagi pemilik *merchant* dengan skala usaha menengah dan besar ataupun yang memiliki *volume* transaksi tinggi. QR akan dikeluarkan melalui mesin EDC atau *smartphone* lalu *merchant* perlu memasukkan nominal pembayaran terlebih dahulu, kemudian pengguna tinggal *scan* QRIS yang muncul atau yang dicetak.

(2) *Customer Presented Mode* (CPM)

Pada jenis QRIS CPM justru pelanggan yang menunjukkan QRIS dari aplikasi pembayaran tertentu dengan saldo yang mencukupi untuk dapat di-*scan* oleh pihak *merchant* (Jaringan Prima, 2020)

### 2.2.3 Manfaat QRIS

Penggunaan QRIS memiliki beberapa manfaat antara lain:

- (1) Lebih praktis karena tidak perlu membawa uang tunai
- (2) Penggunaan QRIS membuat transaksi menjadi lebih cepat dan kekinian

- (3) Lebih fleksibel karena tidak perlu memiliki banyak aplikasi pembayaran lainnya, QRIS bisa digunakan untuk membayar berbagai macam QR yang terpasang
- (4) Pada saat pandemi Covid-19 sangat membantu mengurangi kontak fisik jadi lebih aman saat bertransaksi
- (5) Terlindungi dan aman karena semua PJSP Penyelenggara QRIS sudah mendapat izin dari Bank Indonesia
- (6) Bagi *merchant*, menggunakan QRIS dapat meningkatkan penjualan karena dapat menerima pembayaran berbasis QR manapun, terhindar dari uang palsu, transaksi otomatis tercatat dan dapat dipantau setiap saat, dan lain-lain.

## **2.3 Strategi Pemasaran**

### **2.3.1 Pengertian Pemasaran**

Menurut A. Firmansyah dalam bukunya Pemasaran: dasar dan Konsep (2019: 2) inti dari pemasaran adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Definisi singkat dari pemasaran adalah memenuhi kebutuhan manusia dan sosial dengan cara menguntungkan. Banyak pengertian pemasaran menurut para ahli, salah satunya menurut Kotler (1996) pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial antar individu atau kelompok dengan individu atau kelompok lain agar mereka memperoleh apa yang dibutuhkan dan diinginkan sesuai penciptaan, penawaran, dan pertukaran segala yang bernilai.

### 2.3.2 Tujuan Pemasaran

Ahli teori manajemen, Peter Drucker (2009), menjelaskan bahwa tujuan pemasaran adalah membuat kegiatan penjualan menjadi berlimpah. Pemasaran bertujuan untuk mengetahui dan memahami pelanggan dengan baik sehingga produk dan jasa dapat sesuai dengan kebutuhan pelanggan dan produk nantinya dapat terjual dengan sendirinya.

### 2.3.3 Strategi Pemasaran

Strategi merupakan perumpamaan misi perusahaan, penempatan sasaran organisasi dengan mengingat kekuatan internal dan eksternal, perumusan kebijakan dan strategi tertentu untuk mencapai sasaran dan memastikan implementasinya secara tepat, sehingga tujuan dan sasaran utama organisasi akan tercapai (Solihin, 2012). Penyusunan strategi dapat membantu mengorganisir, menganalisis, dan mengumpulkan informasi yang diperlukan perusahaan. Penyusunan strategi dapat meningkatkan peluang pasar yang baru dan lebih luas sehingga target yang diinginkan perusahaan dapat tercapai. Pada dasarnya saat melakukan pemasaran produk harus melakukan strategi-strategi pemasaran. Ada empat jenis strategi pemasaran yang digunakan, antara lain:

- (1) Strategi penetrasi pasar. Penetrasi pasar dapat dianggap sebagai penerobosan pasar yang harus dilakukan perusahaan untuk meningkatkan jumlah pelanggan baik secara kualitas maupun kuantitas. Strategi ini sangat cocok untuk digunakan di pasar yang baru agar pasar tersebut mampu berkembang secara cepat.

- (2) Strategi pengembangan produk. Strategi ini merupakan usaha yang dilakukan perusahaan agar dapat meningkatkan pelanggannya dengan mengenalkan produk-produk baru yang dimiliki perusahaan tersebut. dalam mengembangkan produk dan menciptakan produk baru harus kreatif dan menarik sehingga diminati para pelanggan nantinya.
- (3) Strategi pengembangan pasar. Pada strategi ini perusahaan harus membawa produk ke arah yang baru dengan membuka cabang baru yang dianggap strategis atau bekerjasama dengan pihak lain agar menyerap pelanggan baru.
- (4) Diversifikasi. Diversifikasi adalah strategi dimana perusahaan harus mengembangkan perusahaannya dengan cara membeli atau membuat usaha-usaha yang berbeda agar menarik perhatian para pelanggan (Harini, 2020).

#### 2.3.4 Bauran Pemasaran

Bauran Pemasaran merupakan suatu perangkat penting pemasaran yang dapat dikendalikan perusahaan untuk memperoleh respon pasar yang sesuai dengan yang diinginkan. Bauran pemasaran penting dalam kegiatan pemasaran modern yang meliputi 4P yaitu *Product*, *Price*, *Place*, dan *Promotion* lalu digabungkan untuk menghasilkan respon yang diinginkan pasar sasaran (Armstrong, 2012: 92). Perangkat 4P yang dimaksud dalam bauran pemasaran tersebut sebagai berikut:

- (1) *Product* (produk)

Perusahaan menghasilkan produk yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat yang menjadi sasarannya. Perusahaan perlu memikirkan, menghasilkan, dan mengembangkan produk yang lebih baik dari produk pesaingnya.

(2) *Price* (harga)

Harga merupakan komponen penting dalam suatu produk dan kegiatan pemasarannya nanti. Sehingga dalam penentuan harga akan menentukan persepsi konsumen terhadap produk dan menentukan kesuksesan proses penjualan. Saat menentukan harga, perusahaan juga harus memperhatikan nilai yang akan didapat dari produk dan target pasar yang dituju.

(3) *Place* (tempat)

Perusahaan harus menentukan tempat pendistribusian yang strategis sehingga masyarakat dapat dengan mudah mengakses tempat saat ingin mendapatkan produk dari perusahaan tersebut. Penentuan tempat yang berada di lokasi strategis akan menjadikan perusahaan lebih mudah mendapatkan pelanggan.

(4) *Promotion* (promosi)

Perusahaan menentukan media promosi untuk memperkenalkan produknya ke masyarakat luas dengan berbagai cara seperti iklan televisi, media sosial, brosur, iklan internet, memberi informasi

langsung kepada masyarakat atau pelanggan lama, dan lainnya. Kegiatan promosi ini akan meningkatkan *brand recognition* dan penjualan (Musfar, 2020: 13-17).

### 2.3.5 Konsep dalam Pemasaran

Dalam Kottler (1997), pemasaran terdapat enam konsep yang menjadi dasar pelaksanaan kegiatan pemasaran suatu perusahaan yaitu:

- (1) Konsep Produksi adalah konsep yang mana pelanggan akan menyukai produk yang terdapat di suatu perusahaan. Konsep ini bertujuan untuk mengarahkan suatu produk yang mana produk tersebut nantinya akan menjadi produk yang bagus dan distribusinya akan semakin luas.
- (2) Konsep Produk adalah konsep dimana pelanggan akan menyukai suatu produk karena memiliki kualitas yang bagus.
- (3) Konsep Penjualan adalah bahwa konsumen dibiarkan begitu saja, perusahaan harus melakukan upaya penjualan dan promosi yang agresif. Tujuan dari konsep penjualan adalah menjual produk yang dibuat oleh perusahaan, bukan menjual produk yang dibutuhkan masyarakat.
- (4) Konsep Pemasaran mengatakan bahwa kunci untuk mencapai tujuan perusahaan terdiri dari penentuan kebutuhan pelanggan dan keinginan pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan dengan pesaing. Konsep pemasaran mulai diberlakukan ketika penjualan

mulai turun, pertumbuhan produk melambat, pola pembelian yang berubah, persaingan yang mulai meningkat, dan biaya penjualan turut meningkat (Shinta, 2011: 14).



## **BAB III**

### **ANALISA DESKRIPTIF**

#### **3.1 Data Umum**

##### **3.1.1 Sejarah Bank BPD DIY Syariah**

Bank Pembangunan Daerah Istimewa Yogyakarta atau biasa disebut Bank BPD DIY merupakan sebuah bank usaha milik daerah di Yogyakarta. Bank BPD DIY didirikan pada 15 Desember 1961 sebagai salah satu alat kelengkapan otonomi daerah di bidang perbankan di Yogyakarta. Sebagai sebuah perusahaan daerah maka Bank BPD DIY diatur pertama kali melalui Peraturan Daerah No. 3 Tahun 1976 yang seiring berjalannya waktu dilakukan penyesuaian. Pendirian Bank BPD DIY berlandaskan pada Peraturan Daerah Propinsi DIY No. 2 Tahun 1993, junctis Peraturan Daerah No. 11 Tahun 1997 dan No. 7 Tahun 2000 (Bank Pembangunan Daerah - Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, 2021). Dan melihat perkembangan perbankan syariah di Indonesia khususnya di Yogyakarta, pada 19 Februari 2007 Bank BPD DIY membuka Unit Usaha Syariah dan Kantor Cabang Syariah, di Jalan Cik Ditiro N. 34 yang diresmikan oleh Gubernur Yogyakarta, Sri Sultan Hamengku Buwono X. Pembukaan unit usaha ini untuk melayani dan memenuhi kebutuhan masyarakat mengenai transaksi perbankan berdasarkan prinsip syariah Bank BPD DIY maupun Bank BPD DIY Syariah memiliki tugas sebagai

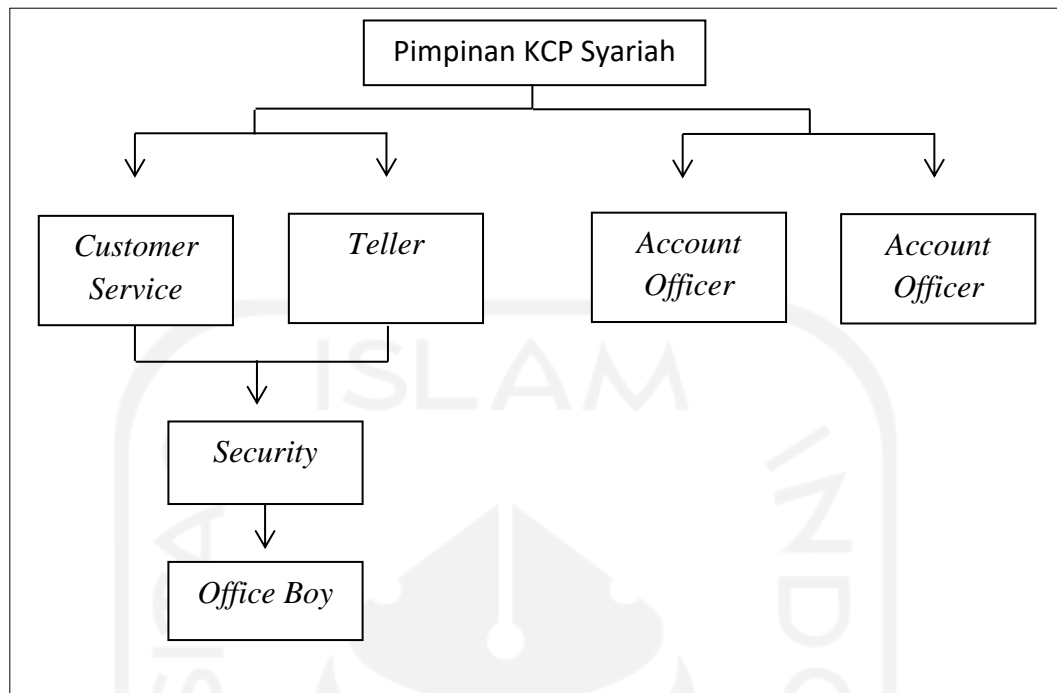
penggerak perekonomian dan pendorong laju pembangunan daerah, sebagai pemegang atau penyimpan uang kas daerah dan sebagai salah satu sumber pendapatan daerah yang menjalankan kegiatan usahanya sebagai bank umum di Yogyakarta yang tentunya bertujuan untuk meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Pembukaan Unit Usaha Syariah dan Kantor Cabang Syariah diharapkan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat sesuai dengan motto Bank BPD DIY yaitu **“Kita Berkembang Bersama”**.

#### 3.1.2 Visi dan Misi Bank BPD DIY Syariah

- (1) Visi Bank BPD DIY Syariah yaitu “Menjadi Unit Usaha Syariah yang sehat, yang menyediakan jasa keuangan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat”.
- (2) Misi Bank BPD DIY Syariah yaitu “Memberikan kontribusi pada Bank BPD DIY melalui pencapaian laba yang wajar dari hasil penyediaan jasa keuangan syariah”.

#### 3.1.3 Struktur Organisasi Bank BPD DIY Syariah

Struktur organisasi yang ada di Bank BPD DIY KCP Syariah UII adalah sebagaimana pada gambar berikut:



Sumber: Bank BPD DIY Kantor Cabang Pembantu Syariah UII, 2021

Gambar 3.1 Struktur Organisasi Bank BPD DIY KCP Syariah UII

### 3.2 Data Khusus

#### 3.2.1 Pengertian QUAT

*QRIS Response Code Indonesian Standard* atau biasa disingkat QUAT, merupakan aplikasi berstandar QRIS yang diterbitkan Bank BPD DIY agar proses dengan QR code menjadi lebih mudah, cepat, dan terjamin keamanannya. QUAT ditujukan kepada para pemilik usaha untuk memudahkan layanan transaksi pembayaran digital dalam jaringan QRIS. Penggunaan QUAT memiliki kelebihan diantaranya transaksi pembayaran dilakukan secara *real time* jadi pada saat yang sama pembayaran yang dilakukan akan langsung masuk pada rekening *merchant*, lalu *merchant* UMKM atau masjid memiliki catatan penjualan atau pemasukan karena

dapat langsung dipantau melalui aplikasi BPD QUAT, dan memberikan kemudahan ketika ingin mengajukan kredit atau pembiayaan di Bank BPD maupun Bank BPD Syariah. Keunggulan lain dari QUAT ini seperti tanpa biaya administrasi, pendaftaran mudah dan tidak dipungut biaya lagi, dan dapat menerima pembayaran dari berbagai penyedia jasa. Selanjutnya *merchant* tidak perlu menyediakan QR *code* aplikasi pembayaran lain karena QUAT dapat menerima pembayaran dari berbagai aplikasi pembayaran berlogo QRIS dan QUAT telah mendukung fitur pemberian *tips* dan *refund* (pengembalian). Saat ini QUAT juga sudah diaplikasikan ke masjid-masjid sebagai sarana infak dan bersedekah secara *digital*. Biaya Administrasi Transaksi (*Merchant Discount Rate/MDR*) yang dikenakan kepada *merchant* usaha QUAT sebesar 0,5 persen - 1 persen dan bagi masjid tidak dikenakan potongan apapun dalam penggunaan QUAT. Batasan nominal penggunaan QUAT maksimal Rp 2.000.000 (dua juta rupiah) tiap kali bertransaksi. Pendaftaran *merchant* QUAT cukup mudah yaitu dengan memiliki rekening pada Bank BPD DIY ataupun Bank BPD DIY KCP Syariah UII lalu mengajukan permohonan pendaftaran QUAT dan mengisi formulir pendaftaran sebagai *merchant* QUAT serta melengkapi dokumen-dokumen yang dibutuhkan seperti *Fotocopy* KTP pemilik usaha jika *merchant* merupakan milik perorangan namun jika *merchant* milik badan usaha atau instansi maka dibutuhkan *fotocopy* SIUP, NPWP, dan akta pendirian untuk memastikan bahwa *merchant* milik badan usaha/instansi tersebut berdiri secara resmi,

selanjutnya *fotocopy* buku tabungan untuk memastikan bahwa nasabah memiliki tabungan di Bank BPD Syariah maupun konven, foto tempat dan *merchant* sebagai bukti bahwa nasabah benar memiliki tempat usaha yang akan dipasang QUAT, dan dokumen lainnya menyesuaikan dengan keperluan penggunaan.

### 3.2.2 Strategi Pemasaran QUAT

Bank BPD DIY KCP Syariah UII tentu memiliki strategi dalam melakukan pemasaran produk QUAT yaitu dengan bauran pemasaran sebagai berikut:

#### (1) *Product* (produk)

Bank BPD DIY KCP Syariah UII memperhatikan kebutuhan masyarakat yang pada saat ini masih menjalani kehidupan di masa pandemi Covid-19. Saat ini masyarakat dihimbau untuk membatasi kontak fisik sehingga dalam bertransaksi lebih dianjurkan menggunakan transaksi digital. Maka Bank BPD DIY KCP Syariah UII menciptakan QUAT untuk memfasilitasi masyarakat dalam bertransaksi digital menjadi lebih mudah, cepat, dan terjamin keamanannya. Dengan menggunakan QUAT, baik *merchant* maupun pengguna atau pelanggan akan merasakan kelebihan-kelebihan dari produk ini. Kelebihan yang dimaksud diantaranya QUAT merupakan aplikasi penerbitan dengan QRIS sehingga terjamin keamanannya oleh BI dan dapat digunakan untuk beberapa jenis aplikasi pembayaran berstandar QRIS. Dengan QUAT, transaksi pembayaran yang dilakukan terjadi secara *real time* jadi pengguna dan *merchant* akan

langsung menerima notifikasi serta batas maksimal setiap transaksinya sebesar Rp 2.000.000 (dua juta rupiah). Bank BPD DIY Syariah senantiasa memperhatikan kebutuhan masyarakat apalagi di masa pandemi ini masyarakat dapat bertransaksi cepat dan aman tanpa harus membawa uang *cash* hanya dengan QUAT.

(2) *Price* (harga)

Harga merupakan salah satu komponen penting yang akan berpengaruh dalam kegiatan pemasaran. Maka dari itu, Bank BPD DIY KCP Syariah UII sangat memperhatikan harga yang dipasang kepada masyarakat. Dengan melakukan pembukaan rekening tabungan seperti Sutura *Mudharabah* yang setoran minimalnya sebesar Rp 50.000 (limapuluh ribu rupiah), masyarakat dapat langsung mendaftar pembukaan QUAT dengan tanpa biaya tambahan lagi. Pembukaan QUAT untuk masjid juga dapat dilakukan dengan membuat rekening tabungan *wadiah* yang memiliki setoran minimal Rp 50.000 (limapuluh ribu rupiah) dan tanpa biaya admin setiap bulannya. Harga yang ditawarkan untuk produk QUAT dihitung ringan dengan nilai yang akan didapat dari produk ini.

(3) *Place* (tempat)

Bank BPD DIY KCP Syariah UII telah berada di tempat atau lokasi yang strategis yaitu di Boulevard Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia, Jalan Kaliurang Km. 14,5, Sleman. Sehingga bagi warga kampus dan warga sekitar dapat dengan mudah menemukan dan mendatangi bank. Lokasi bank yang strategis yaitu di bagian kampus UII

menjadikan masyarakat mudah untuk mengakses dan bertransaksi keuangan di bank. *Place* disini tidak hanya berarti lokasi namun dapat diartikan sebagai wadah untuk memasarkan produk jadi masyarakat yang ingin mendapatkan informasi tentang produk QUAT juga dapat mengunjungi akun Instagram resmi Bank BPD DIY KCP Syariah UII yaitu @bpdsyariah\_iii.

(4) *Promotion* (promosi)

Perusahaan perlu melakukan promosi untuk menarik perhatian masyarakat luas dan mempertahankan nasabah yang sudah bertransaksi agar tidak pindah ke bank lain. Promosi dilakukan Bank BPD DIY KCP Syariah UII untuk mendapat banyak nasabah. Kegiatan promosi QUAT yang dilakukan oleh Bank BPD DIY KCP Syariah UII adalah sebagai berikut:

- a. *Cross Selling* oleh *Frontliner* yaitu CS dan *Teller* serta *Account Officer* untuk menawarkan QUAT secara langsung kepada nasabah yang datang di bank.
- b. Promosi produk QUAT di media sosial seperti di Instagram *feed* dan Instagram *story* akun resmi Bank BPD DIY KCP Syariah UII (@bpdsyariah\_iii). Promosi di media sosial dilakukan semenarik mungkin dengan desain *feed* yang menarik dan sesuai dengan ciri khas Bank BPD DIY sehingga masyarakat akan tertarik dengan produk yang ditawarkan. Promosi QUAT juga dilakukan dengan

- menggunakan brosur yang tersedia di kantor bank yang dapat diambil atau diberikan kepada nasabah yang datang.
- c. Promosi dengan langsung mendatangi tempat nasabah (*door to door*) yaitu *marketing* membuat list calon nasabah potensial sebanyak-banyaknya dan selanjutnya membuat janji untuk datang ke tempat nasabah atau lewat telepon. *Marketing* Bank BPD KCP Syariah UII akan memperkenalkan dan menjelaskan produk QUAT sampai nasabah tersebut memahami produknya dan kemudian tertarik sehingga bisa lanjut ke proses pembukaan rekening dan pendaftaran QUAT. Untuk nasabah yang belum tertarik maka *marketing* akan melakukan pendekatan sehingga nasabah merasa nyaman dan tidak merasa terganggu karena selalu didatangi. Selanjutnya *marketing* akan terus melakukan *follow up* kepada nasabah sampai akhirnya nasabah tertarik dengan QUAT.
- d. Kerjasama antara Bank BPD DIY KCP Syariah UII dengan lembaga atau instansi seperti kampus UII, Lazismu DIY, RS Sakina Idaman, dan masih banyak lagi. Kerjasama yang sudah terjalin ini akan memudahkan *marketing* untuk menawarkan produk baru seperti QUAT kepada mitra bank sehingga proses promosi produk akan lebih mudah dan dapat diterima.
- e. Referensi dari nasabah yang sudah menggunakan produk tabungan maupun QUAT. Saran dari nasabah dapat didata sehingga menambah list nasabah yang akan didatangi. Nasabah yang akrab

dengan *marketing* dan sudah menggunakan QUAT juga dapat dimintai tolong agar dapat memberitahukan teman atau kerabatnya untuk menggunakan QUAT.

### 3.2.3 Kendala dalam Pemasaran QUAT

Bank BPD DIY KCP Syariah UII dalam melakukan kegiatan pemasaran produk QUAT tentunya juga mengalami beberapa kendala yang harus dihadapi seperti berikut:

#### (1) Penolakan langsung

Saat melakukan kegiatan penawaran produk kepada pelaku usaha maupun masjid, calon nasabah langsung menyatakan penolakan karena tidak tertarik dengan produk ataupun karena alasan lain.

#### (2) Sudah memiliki rekening di bank lain

Nasabah atau calon nasabah yang sedang diprospek sudah memiliki rekening atau beberapa rekening di bank lain, sehingga menolak ketika ditawarkan produk QUAT dari Bank BPD DIY KCP Syariah UII dengan alasan tidak ingin menambah rekening lagi.

#### (3) Sudah menggunakan aplikasi pembayaran lain

Nasabah atau calon nasabah baik pelaku usaha maupun masjid sudah menggunakan aplikasi pembayaran dari bank lain atau aplikasi pembayaran digital lainnya. Sehingga nasabah melakukan penolakan saat dilakukan penawaran.

#### (4) Minimnya pengetahuan tentang teknologi

Nasabah atau calon nasabah ternyata ada yang belum memahami teknologi pembayaran digital sehingga menolak saat dilakukan penawaran karena masih takut dan tidak paham dengan alur pembayaran digital meskipun sudah dijelaskan keunggulan produknya. Selain itu, ada calon nasabah yang ingin tetap menggunakan sistem pembayaran konvensional atau uang tunai.

Untuk menghadapi kendala seperti yang telah disebutkan, Bank BPD DIY KCP Syariah UII tentu memiliki cara untuk mengatasi kendala-kendala yang dihadapinya yaitu sebagai berikut:

(1) Penolakan langsung

Cara untuk menghadapi penolakan langsung biasanya dengan memberikan brosur produk kepada calon nasabah dan meninggalkan *Contact Person Marketing* kepada nasabah agar bila dikemudian hari nasabah berubah pikiran dapat menghubungi *marketing*. Selain cara itu, *marketing* akan menjelaskan semua kelebihan produk dan mendatangi lagi nasabah di lain hari (*follow up*).

(2) Sudah memiliki rekening di bank lain

Cara untuk menghadapi kendala nasabah memiliki rekening di bank lain biasanya *marketing* akan menjelaskan secara lebih rinci produk rekening di Bank BPD DIY KCP Syariah UII dan keunggulannya. Karena salah satu keunggulan membuka rekening tabungan di Bank BPD DIY KCP Syariah UII,

nasabah dapat langsung mendaftarkan QUAT untuk *merchant*-nya secara gratis.

(3) Sudah menggunakan aplikasi pembayaran lain

Cara untuk menghadapi kendala ini yaitu *marketing* akan menjelaskan secara rinci mengenai produk, kelebihan dan fiturnya kemudian memberikan pemahaman untuk bersedia membuka QUAT dengan alasan bahwa semakin banyak nasabah menyediakan macam-macam aplikasi pembayaran maka akan membuat konsumen nyaman dan *merchant* dianggap terpercaya dan modern.

(4) Minimnya pengetahuan tentang teknologi

Untuk menghadapi kendala minimnya pengetahuan tentang teknologi pada nasabah yaitu dengan memberikan sosialisasi kepada nasabah mengenai pentingnya mengikuti perkembangan teknologi seperti pembayaran *digital*.

## **BAB IV**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **4.1 Kesimpulan**

Dari pembahasan diatas, dapat ditarik beberapa kesimpulan, yaitu:

1. Bank BPD DIY meluncurkan QUAT yang merupakan aplikasi berstandar QRIS agar proses dengan QR *code* menjadi lebih mudah, cepat, dan terjamin keamanannya. QUAT ini ditujukan untuk memfasilitasi pelaku usaha dan pengurus masjid dalam menjalankan pembayaran digital atau untuk sarana infak digital dengan *QR code* dalam jaringan QRIS sehingga lebih mudah, cepat, dan aman pada saat kondisi pandemi. Persyaratan pembukaan QUAT juga terbilang mudah yaitu dengan memiliki rekening tabungan di Bank BPD DIY maupun Bank BPD DIY Syariah maka pelaku usaha atau pengurus masjid dapat mendaftarkan QUAT untuk *merchant*-nya.
2. Untuk memasarkan produk QUAT, Bank BPD DIY KCP Syariah UII menyusun strategi pemasarannya dengan bauran pemasaran (*product, price, place, promotion*). Terutama untuk kegiatan *promotion* yaitu *cross selling*, promosi melalui media sosial, mendatangi langsung nasabah, menjalin kerjasama dengan lembaga atau instansi, dan menggunakan referensi calon nasabah dari nasabah yang sudah menggunakan QUAT. Dengan strategi pemasaran yang lebih

terencana dan terarah maka kegiatan pemasaran akan berjalan secara efisien sehingga akan berdampak dengan meningkatnya nasabah yang akan menggunakan QUAT.

3. Bank BPD DIY KCP Syariah UII dalam memasarkan QUAT mengalami beberapa kendala seperti penolakan langsung oleh nasabah, nasabah sudah menggunakan rekening atau aplikasi pembayaran dari bank lain, dan nasabah minim pengetahuan teknologi pembayaran digital. Namun Bank BPD KCP Syariah UII memiliki cara untuk menghadapi kendala-kendala tersebut yaitu dengan terus melakukan *follow up* nasabah, menjelaskan secara rinci QUAT dan keunggulannya, serta melakukan sosialisasi mengenai perkembangan pembayaran *digital* pada nasabah yang masih minim tentang perkembangan teknologi.

#### 4.2 Saran

Saran yang dapat diberikan kepada Bank BPD DIY KCP Syariah UII mengenai pembahasan di atas sebagai berikut:

1. Untuk membuat produk baru QUAT lebih familiar di masyarakat maka Bank BPD DIY KCP Syariah UII diharapkan selalu membuat perencanaan kegiatan pemasaran yang lebih inovatif dari sebelumnya seperti aktif berkomunikasi dengan nasabah melalui sosial media, rutin membuat konten mengenai produk bank di sosial media, memberikan *gift* untuk nasabah yang bisa mengajak beberapa pelaku usaha atau pengelola masjid mendaftarkan QUAT untuk *merchant-*

nya atau dapat juga memberikan *cashback* sejumlah uang bagi nasabah yang ingin membuka rekening tabungan dan QUAT. Bentuk promosi yang menarik akan membuat masyarakat tertarik dengan produk QUAT yang selanjutnya Bank BPD DIY KCP Syariah UII mampu bersaing dengan aplikasi pembayaran lain yang sudah ada.

2. Untuk menghadapi kendala yang muncul saat memasarkan produk QUAT salah satunya dengan meningkatkan lagi keunggulan yang akan diperoleh nasabah ketika menggunakan QUAT seperti meningkatkan jumlah minimal transaksi dengan QUAT dan segera merilis aplikasi BPD QUAT untuk pengguna iOS (*App Store*), karena sampai saat ini pengunduhan aplikasi BPD QUAT masih terbatas di Android (*Play Store*) saja.

## DAFTAR PUSTAKA

- Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Manajemen* (13th ed.). Erlangga.
- Bank Indonesia. (2020). *QR Code Indonesian Standard (QRIS)*. Bank Indonesia. [https://www.bi.go.id/QRIS/default.aspx#:~:text=Quick Response Code Indonesian Standard \(QRIS\) adalah standarisasi pembayaran menggunakan,%2C cepat%2C dan terjaga keamanannya.](https://www.bi.go.id/QRIS/default.aspx#:~:text=Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) adalah standarisasi pembayaran menggunakan,%2C cepat%2C dan terjaga keamanannya.)
- Bank Pembangunan Daerah - Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. (2020). *Bank BPD DIY Lancarkan QUAT, Upaya Mendorong dan Memperkuat Potensi Transaksi Digital di Yogyakarta*. Bpddiy.Co.Id. [bpddiy.co.id/index.php?page=berita](http://bpddiy.co.id/index.php?page=berita)
- Bank Pembangunan Daerah - Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. (2021). *Sejarah Singkat Bank BPD DIY*. Bpddiy.Co.Id. <https://www.bpddiy.co.id/index.php?page=profile&sub=sejarah>
- Harini, C. (2020). *Strategi Pemasaran Kewirausahaan UMKM*. Media Sains Indonesia.
- Jaringan Prima. (2020). *Satu QRIS Untuk Seluruh Pembayaran*. Jaringan Prima. <https://www.jaringanprima.co.id/id/satu-qris-untuk-seluruh-pembayaran-qr-code-indonesia>
- Kasmir. (2016). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (2014th ed.). PT Raja Grafindo Persada.
- KAWAL COVID19. (2021). *Informasi Terkini COVID-19 di Indonesia*. KawalCovid19.Id. <https://kawalcovid19.id>
- Musfar, T. F. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran: Bauran Pemasaran Sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Media Sains Indonesia.
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Universitas Brawijaya Pers.
- Solihin, I. (2012). *Pengantar Manajemen*. Erlangga.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1: Surat Keterangan Magang



### SURAT KETERANGAN

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Menunjuk surat dari PT. Bank Pembangunan Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta kepada Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia Nomor : 2958/OM 0004 Tanggal 07 Desember 2020 Perihal : Permohonan Magang Mahasiswa, dengan ini menerangkan sebagai berikut :

Nama : Maretha Dwi Handayani  
NIM : 18213064  
Jurusan : D3 Perbankan dan Keuangan

merupakan Mahasiswa UII yang sedang melakukan magang di PT. Bank BPD DIY Cabang Pembantu Syariah UII. Adapun aktivitas yang diperkenankan adalah melakukan pemasaran produk Dana dan produk Digitalisasi Perbankan seperti Tabungan, BPD DIY Mobile, dan BPD DIY QUAT.

Surat keterangan ini berlaku dari tanggal 15 Desember 2020 - 31 Januari 2021.

Informasi selengkapnya dapat menghubungi Kantor Bank BPD DIY Cabang Pembantu Syariah UII (0274) 4546 888 / Sdr. Dimas 0822 2623 9948 / Sdr. Ichwan 0812 2988 8114

Demikian surat keterangan ini dibuat agar digunakan sebagaimana mestinya.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Yogyakarta, 14 Desember 2020

PT. Bank BPD DIY  
Cabang Syariah



Bambang Parmana Hadi  
Pemimpin Cabang

Lampiran 2: Formulir Pendaftaran *Merchant*

BANK BPD DIY		FORMULIR PENDAFTARAN MERCHANT	
<b>Jenis Merchant dan Kelengkapan Dokumen</b>			
Pengajuan Merchant	<input type="checkbox"/> Merchant QUAT	<input type="checkbox"/> Merchant SAGET	<input type="checkbox"/> Lainnya
Cabang/Capem Pengaju			
<input type="checkbox"/> <b>Badan Usaha</b>	<input type="checkbox"/> <b>Perorangan</b>		
<input type="checkbox"/> Fotokopi e-KTP/Identitas Lainnya yang masih berlaku	<input type="checkbox"/> Fotokopi e-KTP/Identitas Lainnya yang masih berlaku		
<input type="checkbox"/> Fotokopi Buku Tabungan	<input type="checkbox"/> Fotokopi Buku Tabungan		
<input type="checkbox"/> Fotokopi SIUP/SKDU/TDP	<input type="checkbox"/> Foto tempat, lokasi dan merchant		
<input type="checkbox"/> Fotokopi Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)	<input type="checkbox"/> Formulir Memorandum Analisa Usaha *		
<input type="checkbox"/> Foto tempat, lokasi dan merchant	<input type="checkbox"/> Surat Keterangan Penunjukan Pengguna/Pengelola		
<input type="checkbox"/> Formulir Memorandum Analisa Usaha *			
<input type="checkbox"/> Surat Keterangan Penunjukan Pengguna/Pengelola			
<input type="checkbox"/> Surat Pendukung Lainnya			
<input type="checkbox"/> <b>Instansi **</b>			
<input type="checkbox"/> Akta Pendirian dan Perubahan Terakhir			
<input type="checkbox"/> Photocopy e-KTP/SIM/KITAS/KITAP/PASPOR yang masih berlaku			
<input type="checkbox"/> Surat Keterangan Penunjukan Pengguna/Pengelola			
<input type="checkbox"/> Surat Pendukung Lainnya			
* Dilengkapi setelah Petugas Bank melakukan kunjungan			
** Dokumen menyesuaikan dengan keperluan penggunaan sistem oleh Instansi			
<b>Informasi Merchant</b>			
MPAN (diisi oleh Bank)			
Nama Merchant			
Alamat Merchant			
Kota		Provinsi	
Kode Pos		No. Telp Merchant	
Jenis Usaha			
Lokasi Usaha	<input type="checkbox"/> Perkantoran	<input type="checkbox"/> Kawasan hunian	<input type="checkbox"/> Ruko pertokoan
	<input type="checkbox"/> Stand Alone	<input type="checkbox"/> Pusat perbelanjaan	<input type="checkbox"/> Fasilitas publik
	<input type="checkbox"/> Kantin sekolah/kampus	<input type="checkbox"/> Rumah Tinggal	<input type="checkbox"/> Tempat rekreasi
Status Kepemilikan	<input type="checkbox"/> Milik Sendiri	<input type="checkbox"/> Sewa	Jangka Waktu _____ Tahun
Merchant Category	<input type="checkbox"/> Reguler	<input type="checkbox"/> Pendidikan	<input type="checkbox"/> SPBU
Merchant Criteria	<input type="checkbox"/> UMI (Usaha Mikro)	<input type="checkbox"/> UKE (Usaha Kecil)	<input type="checkbox"/> UME (Usaha Menengah)
	<input type="checkbox"/> URE (Usaha Reguler)	<input type="checkbox"/> Lainnya	<input type="checkbox"/> G2P, P2G & Donasi
			<input type="checkbox"/> UBE (Usaha Besar)
Nama Pemilik			No. HP Pemilik
Rata-Rata Omzet/Bulan			Email Pemilik
<b>Person In Charge (PIC)</b>			
Nama Kontak			No. Handphone
Alamat			Jenis OS
			E-Mail
<b>Informasi Transaksi</b>			
Cabang/Capem			Atas Nama
No. Rekening			
Merchant bertanggung jawab sepenuhnya atas kebenaran Dokumen, keterangan dan/atau dokumen lainnya yang diserahkan oleh Merchant kepada Bank BPD DIY dan Merchant dengan ini membebaskan Bank BPD DIY dari segala klaim/gugatan dan tuntutan hukum dalam bentuk apapun dan dari pihak manapun termasuk dari Merchant sehubungan dengan pengisian Formulir Pendaftaran Merchant ini.			
Merchant	PIC Bank BPD DIY	Disetujui, Pejabat Bank BPD DIY	
(.....)	(.....)	(.....)	
Tgl.	Jabatan :	Jabatan :	
	Tgl.	Tgl.	
PT. BANK BPD DIY Jl. Tentara Pelajar No. 7 Jetis Yogyakarta 55231			
Telp. (0274) 561614, Contact Center 1500061			
www.bpdidiy.co.id			

Lampiran 3: Stiker kode QR BPD QUAT untuk masjid



الجمعة، الأمانة، الأمانة، الأمانة