

**OPTIMALISASI PENERAPAN LAYANAN QRIS
DALAM PENGHIMPUNAN DANA BANK
MUAMALAT KCP SEMARANG**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Mencapai derajat Sarjana S1 Manajemen**

Program Studi Manajemen



Disusun oleh :

Pingki Puspita Sari

Nim : 30401900253

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEMARANG
2023**

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

OPTIMALISASI PENERAPAN LAYANAN QRIS DALAM PENGHIMPUNAN DANA BANK MUAMALAT KCP SEMARANG

Disusun Oleh :

Pingki Puspita Sari

NIM : 30401900253

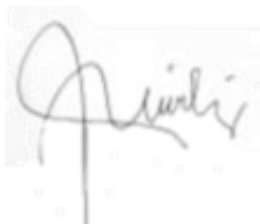
Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya dapat diajukan ke hadapan sidang panitia ujian Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Semarang, 29 Desember 2022

جامعته سلطان أبجوج الإسلامية
UNISQUILA

Dosen Pembimbing Lapangan

Dosen Supervisor



Dr. Siti Sumiati, S.E., M.Si.

NIDN : 0619036801



Lenny Anggriani S.Psi

NIP : 20131009

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PERSETUJUAN OPTIMALISASI PENERAPAN LAYANAN QRIS DALAM PENGHIMPUNAN DANA BANK MUAMALAT KCP SEMARANG

Disusun Oleh :

Pingki Puspita Sari

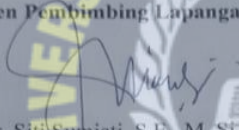
NIM: 30401900253

Telah dipertahankan di depan penguji

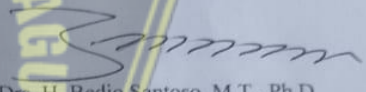
Pada Tanggal 12 Januari 2022

Susunan Dewan Penguji

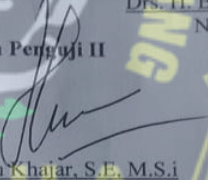
Dosen Pembimbing Lapangan


Dr. Siti Sumiati, S.E., M.Si
NIDN. 0619036801

Dosen Penguji I

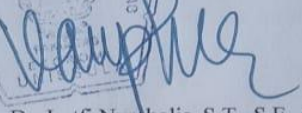

Drs. H. Bedjo Santoso, M.T., Ph.D
NIDN. 0629026002

Dosen Penguji II


Prof. Dr. Ibnu Khajar, S.E. M.S.i
NIDN. 0628066301

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Manajemen pada tanggal 9 Februari 2023

Ketua Program Studi Manajemen


Dr. Lutfi Nurholis, S.T., S.E., M.M
NIDN. 0623036901

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Pingki Puspita Sari

Nim : 30401900253

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi

Universitas : Universitas Islam Sultan Agung

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa keaslian Skripsi yang berjudul “Optimalisasi Penerapan Layanan Qris dalam Penghimpunan Dana Bank Muamalat KCP Semarang” adalah benar-benar hasil karya sendiri, bukan merupakan hasil plagiasi maupun duplikasi dari karya orang lain. Pendapat orang lain yang terdapat didalam keaslian Skripsi ini dikutip berdasarkan kode etik ilmiah. Apabila dikemudian hari keaslian skripsi ini adalah hasil plagiasi dari karya tulis orang lain, maka penulis bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, 22 Februari 2023



Pingki Puspita Sari

ABSTRAK

Tujuan dari pembuatan laporan ini adalah untuk memenuhi solusi dari permasalahan yang ada dalam pengoptimalan implementasi QRIS dari Bank Muamalat Indonesia KCP Semarang dengan variabel bauran pemasaran 7P, Edukasi, *Financial Technology*, *E-Money*. Laporan ini di bentuk dan disusun berdasarkan data *interview*, dimana data tersebut yang menjadi sampel pada laporan ini adalah nasabah (pengurus masjid) dari Bank Muamalat KCP Semarang. Hasil dari *interview* menunjukkan permasalahan yaitu rendahnya pemahaman pengurus masjid terkait literasi keuangan digital sehingga menyebabkan Belum Optimalnya Implementasi QRIS Bank Muamalat KCP Semarang terhadap Masjid Al-Falah Bulustalan. Rekomendasi yang diberikan yaitu Perlu ditingkatkan Sosialisasi keuangan digital dikalangan masyarakat harus terus dilakukan, Bank Muamalat perlu mengadakan sosialisasi tentang QRIS untuk menambah pengetahuan nasabah terkait tata cara dan fitur apa saja yang ada pada QRIS.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran 7P, Edukasi, *Financial Technology*, *E-Money*.



ABSTRACT

The purpose of preparing this report is to provide a solution to the existing problems in optimizing the implementation of QRIS from Bank Muamalat Indonesia KCP Semarang with the marketing mix variables 7P, Education, Financial Technology, E-Money. This report was formed and compiled based on interview data, where the data sampled in this report are customers (mosque administrators) from Bank Muamalat KCP Semarang. The results of the interviews indicated the problem, namely the low understanding of mosque administrators regarding digital financial literacy, which resulted in the Not Optimal Implementation of QRIS Bank Muamalat KCP Semarang for the Al-Falah Bulustalan Mosque. The recommendations given are Need to improve Digital financial socialization among the community must continue, Bank Muamalat needs to conduct socialization about QRIS to increase customer knowledge regarding the procedures and features of what is in QRIS.

Keywords: 7P Marketing Mix, Education, Financial Technology, E-Money.



KATA PENGANTAR

Puja dan Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-nya sehingga sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul **“OPTIMALISASI PENERAPAN LAYANANAN QRIS DALAM PENGHIMPUNAN DANA BANK MUAMALAT KCP SEMARANG”** salah satu syarat dalam menyelesaikan program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Penulis menyadari bahwa Skripsi tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan SKRIPSI ini penulis menyampaikan terimakasih kepada :

1. Dr. Siti Sumiati, S.E., M.Si., selaku dosen pembimbing lapangan atas segala bimbingan, arahan, serta saran yang diberikan kepada penulis sehingga laporan ini dapat diselesaikan dengan baik.
2. Dr. Lutfi Nurcholis, ST, SE, MM, selaku Kepala Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
3. Prof. Dr. H. Heru Sulistyono, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
4. Seluruh staff pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung, yang telah memberikan ilmu pengetahuan terhadap penulis dalam menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung.

5. Ibu Lenny Anggriani S.Psi (*Business Development Manager*) selaku Supervisor di Bank Muamalat.
6. Kedua orang tua penulis, Sungardi dan Siti Murni, yang selalu memberikan kasih sayang, do'a, nasehat, serta atas kesabarannya yang luar biasa dalam setiap langkah hidup penulis, yang merupakan anugerah terbesar dalam hidup, penulis berharap dapat menjadi anak yang dapat di banggakan.
7. Adik penulis tercinta, Indah Permata Sari, terimakasih atas do'a, dan segala dukungannya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan laporan ini masih terdapat banyak kekurangan baik secara Teknik maupun dari materi, mengingat kemampuan yang di miliki. Untuk itu kritik dan saran sangat kami harapkan untuk membangun pembuatan laporan yang lebih baik pada masa yang akan datang. Semoga dengan ditulisnya laporan ini bisa menjadi sumber ilmu bagi setiap pembacanya.

Semarang, 29 Desember 2022



Pingki Puspita Sari

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
PERNYATAAN LAPORAN SKRIPSI.....	iiiv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang dan Tujuan	1
1.2 Tujuan Magang.....	4
1.3 Sistematika SKRIPSI	5
BAB II PROFIL ORGANISASI DAN AKTIVITAS MAGANG.....	8
2.1 Sejarah Bank Muamalat Indonesia	8
2.2 Visi dan Misi	12
2.3 Struktur Organisasi Bank Muamalat KCP Semarang	13
2.4 Produk dan Layanan Bank Muamalat Indonesia.....	23
2.5 Aktivitas Magang	40

BAB III IDENTIFIKASI MASALAH	42
3.1 Identifikasi Masalah	42
3.2 Prioritas Masalah	44
BAB IV KAJIAN PUSTAKA	49
4.1 Pemasaran.....	49
4.1.1 Strategi Pemasaran.....	49
4.1.2 Bauran Pemasaran	49
4.2 Edukasi	54
4.2.1 Definisi Edukasi.....	54
4.2.2 Tujuan Edukasi	54
4.2.3 Sasaran Edukasi	55
4.2.4 Metode Edukasi	55
4.2.5 Faktor yang mempengaruhi pemberian edukasi	57
4.3 <i>Financial Technology</i>	58
4.3.1 Pengertian <i>Financial Technology</i>	58
4.3.2 Jenis- Jenis <i>Financial Technology</i>	59
4.4 E-Money	60
4.4.1 Pengertian <i>E-Money</i>	60
4.4.2 Manfaat <i>E-Money</i>	61
4.4.3 Keunggulan <i>E-Money</i>	62
BAB V METODA PENGUMPULAN DAN ANALISIS DATA	63
5.1 Metoda Pengumpulan Data	63
5.1.1 Observasi	63
5.1.2 Wawancara.....	64
5.1.3 Dokumentasi	64

5.2 Metoda Analisis Data	65
5.3 Metode Penyelesaian Masalah	66
BAB VI ANALISIS DAN PEMBAHASAN	69
6.1 Analisis Permasalahan	69
6.1.1 Operasional QRIS	69
6.1.2 Aplikasi QRIS untuk siapa saja	70
6.1.3 Kurang Optimalnya QRIS di Masjid	71
6.2 Pembahasan	73
6.2.1 Operasionalisasi QRIS	73
6.2.2 <i>Quick Respond Indonesia Standard (QRIS)</i>	75
6.2.3 Optimalisasi QRIS di Masjid Al-Falah	78
BAB VII KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	102
7.1 Kesimpulan	102
7.2 Rekomendasi	104
BAB VIII REFLEKSI DIRI	106
8.1 Dampak positif dari perkuliahan yang bermanfaat selama kegiatan magang berlangsung	106
8.2 Manfaat magang terhadap pengembangan <i>soft-skill</i> dan kekurangan <i>soft-skill</i> mahasiswa	106
8.3 Manfaat magang terhadap pengembangan kemampuan kognitif dan kekurangan kemampuan kognitif mahasiswa	107
8.4 Kunci sukses bekerja berdasarkan pengalaman magang	107
8.5 Rencana pengembangan diri, karir, dan pendidikan mahasiswa	108
DAFTAR PUSTAKA	109



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Struktur Organisasi Bank Muamalat KCP Semarang	13
Gambar 5. 1 Metode Penyelesaian Masalah	56



DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Fitur Mualamat DIN	46
Tabel 5. 1 Pemaparan Hasil Analisis Data.....	67
Tabel 6.1 Masalah dan Solusi.....	72



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Identitas peserta magang	112
Lampiran 2: Daftar hadir peserta magang.....	114
Lampiran 3 : Log Book peserta magang	125
Lampiran 4: Proses pembimbingan laporan magang oleh DPL.....	136
Lampiran 5 : Proses Pembimbingan oleh Dosen Supervisor	138
Lampiran 6 : Data sampel wawancara nasabah	139
Lampiran 7 : Data sampel wawancara supervisor.....	141
Lampiran 8 : Dokumentasi Magang.....	144



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang dan Tujuan

Kolaborasi Perbankan dengan perusahaan *Financial Technology* (Fintech), penggunaan inteligensia buatan (artificial intelligence/AI), *E-Wallet* atau dompet elektronik dan regulasi yang semakin jelas akan menjadi tren teknologi finansial pada tahun 2018. salah satunya Penggunaan *E-Wallet* untuk Transaksi *Offline* Tren yang akan menonjol di tahun 2018 adalah akan semakin banyaknya penggunaan *E-wallet* untuk transaksi *Offline*. *E-wallet* yang biasanya diakses secara online juga akan hadir dalam versi *Offline* menggunakan scan code QR. Jumlah saldo pada *E-Wallet* akan berkurang setelah transaksi jual beli dinyatakan selesai. Kepraktisan transaksi *Offline* non tunai ini sudah dibuktikan di Tiongkok dengan penggunaan *Alipay* dan *WeChat* sebagai alat pembayaran menggantikan uang tunai (Maliki Baskoro, 2017).

Kehadiran Teknologi finansial bertujuan untuk membuat masyarakat lebih mudah mengakses Produk keuangan,mempermudah transaksi juga meningkatkan literasi keuangan. *E-Wallet* adalah alat pembayaran digital yang menggunakan media Server berdasarkan bentuk elektronik. Membayar dengan *E-Wallet* memungkinkan pengguna untuk melakukan Berbagai penawaran dan fitur Hampir sama dengan dompet fisik. *E-*

wallet diakui untuk pertama kalinya sebagai metode Simpan uang dalam bentuk Elektronik, tetapi mulai populer karena cocok untuk memberikan Cara yang ramah pengguna Hemat internet dan informasi penggunaan belanja *online* (Gathmir, 2016).

Era pembayaran tanpa uang tunai berkembang sangat pesat, itu membuat Bank Indonesia berinovasi memperbaiki Sistem pembayaran non tunai. Ada dua produk Inovasi di Bank Indonesia saat ini yang terus-menerus disosialisasikan di masyarakat, yaitu salah satunya adalah Quick Respond Code Indonesian Standart (QRIS). QRIS mendapat sambutan positif dari semua sisi, QRIS diharapkan untuk berkontribusi pembangunan ekonomi angka Indonesia. QRIS adalah standar Pembayaran digital kode QR Melalui produk uang elektronik berbasis server, dompet elektronik atau mobile banking. Tujuan Kehadiran QRIS ini memungkinkan pembayaran Digitalisasi lebih mudah bagi masyarakat, dan melalui regulator satu pintu karena memiliki standar.

PT Bank Muamalat Indonesia Tbk meluncurkan layanan QRIS kepada nasabah yang melakukan bisnis dengan menggunakan kode QR atau QR code. Nasabah yang merupakan merchant akan mendapatkan produk khusus bernama Muamalat *Merchant App* (MMA) untuk mengelola transaksi pembayarannya. Begitupun dengan Bank Muamalat KCP Semarang yang menerapkan QRIS, penerapan layanan ini juga akan memudahkan Bank Muamalat untuk memperluas kerjasama bisnis

dengan lembaga jasa keuangan (LJK) dan mitra non-LJK, Mitra non-LJK sendiri salah satunya yaitu lembaga masjid.

Masjid yang biasanya diketahui adalah tempat untuk bersujud. Namun, dalam arti luas masjid merupakan tempat ibadah bagi umat muslim, pendidikan Islam pertama kali lebih baik dilakukan di masjid sebagai lembaga pengembangan pendidikan keluarga dengan skala kecil. Lembaga pendidikan Islam merupakan sebuah wadah proses pendidikan Islam, pendidikan dapat dimulai dari lingkungan keluarga sampai dengan pendidikan yang berlandaskan syariah Islam, hal ini upaya program Bank Muamalat KCP Semarang memudahkan pengurus Masjid AL-Falah Bulustalan dalam menyebarkan kebaikan melalui sedekah dan infaq.

Akan tetapi masih belum efektif nya produk QRIS dikarenakan beberapa nasabah yang belum mengetahui dengan baik fungsi dan kegunaan QRIS serta bagaimana agar bisa dapat mengelola QRIS yang disediakan Bank Muamalat. Serta masih adanya kesenjangan atas informasi yang diberikan dari pihak Bank maupun akses informasi melalui teknologi digital terutama bagi nasabah yang tinggal di pedesaan dan sudah berusia lanjut, menjadi salah satu kendala yang dihadapi. Dengan permasalahan tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Belum Optimalnya Implementasi QRIS dari Bank Muamalat” sedangkan tujuan dari penelitian ini yaitu

untuk mengetahui berbagai permasalahan yang menghambat implementasi QRIS sehingga hasilnya kurang optimal.

1.2 Tujuan Magang

Adapun tujuan umum dilaksanakannya program Magang Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) sebagai berikut :

1. Meningkatkan wawasan dan kompetensi mahasiswa baik *soft skill* maupun *hard skill*.
2. Mampu meningkatkan pengalaman dan ketrampilan kerja melalui pembelajaran langsung di tempat kerja sebagai bekal memasuki dunia kerja dan karir.
3. Meningkatkan kedisiplinan, tanggung jawab, kepemimpinan, dan berpikir kritis, serta mampu bekerja sama dengan orang lain.

Manfaat yang didapatkan selama kegiatan magang yaitu dapat memaksimalkan potensi diri untuk mempraktikkan ilmu yang telah didapatkan selama perkuliahan dan mendapatkan kompetensi tambahan setelah mengikuti program magang. Manfaat lain yang dapat dirasakan yaitu mampu memaksimalkan potensi diri dengan menambahnya kepercayaan diri, kemampuan komunikasi, kemampuan kepemimpinan, memperluas relasi, serta bekal untuk terjun di dunia kerja nanti.

1.3 Sistematika SKRIPSI

Pada penulisan laporan ini sistematika yang digunakan dalam penulisan laporan SKRIPSI terdapat lima bab yaitu :

BAB 1 : PENDAHULUAN

Pada BAB ini penulis menguraikan tentang latar belakang secara garis besar yaitu permasalahan yang ada di perusahaan selama magang yang dijadikan topik dalam laporan magang, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika laporan.

BAB II : PROFIL ORGANISASI DAN AKTIVITAS MAGANG

Pada BAB ini penulis menjelaskan mengenai profil organisasi yang menjelaskan gambaran umum mengenai Bank Muamalat Indonesia KCP Semarang yang terdiri dari sejarah berdirinya Bank Muamalat Indonesia, visi dan misi, struktur organisasi, produk dan layanan yang disediakan di Bank Muamalat Indonesia dan aktivitas magang yang menguraikan aktivitas yang dilakukan selama ditempat magang.

BAB III : IDENTIFIKASI MASALAH

Pada BAB ini penulis menjelaskan mengenai identifikasi masalah yang ditemukan dan memilih masalah yang penting dari masalah yang teridentifikasi dan menjelaskan alasan mengapa masalah tersebut merupakan masalah yang perlu dibahas dan dipecahkan.

BAB IV : KAJIAN PUSTAKA

Pada BAB ini penulis menguraikan teori yang bisa digunakan untuk membahas masalah yang dipilih yang berisikan definisi-definisi, cara *ideal* yang bisa digunakan untuk mengatasi masalah, kelebihan, kekurangannya, serta manfaatnya, teori ini dijelaskan sesuai dengan urutan permasalahan yang dibahas. Teori ini juga dapat dibahas dimateri lain atau diluar poin 2 dan 3 yang berkaitan dengan upaya *ideal* dalam pemecahan masalah.

BAB V : METODA PENGUMPULAN DAN ANALISIS DATA

Pada BAB ini penulis mengumpulkan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi, yang di dapat dalam perusahaan untuk mendukung laporan magang yang sedang dibuat dan teknis analisis data yang digunakan yaitu studi komparatif.

BAB VI Analisis dan Pembahasan

Pada BAB ini penulis menguraikan kembali secara singkat kasus atau masalah penting yang menjadi topik pembahasan yaitu “Optimalisasi Penerapan Layanan Qris Dalam Penghimpunan Dana Bank Muamalat KCP Semarang” menggunakan teori atau metode yang relevan.

BAB VII Kesimpulan dan Rekomendasi

Pada BAB ini penulis menyimpulkan pendapat tentang masalah yang dianalisis dan memberikan rekomendasi terkait dengan hasil analisis yang akan bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

BAB VIII Refleksi Diri

Pada BAB ini penulis menjabarkan tentang hal-hal positif yang diterima selama perkuliahan yang *relevan* terhadap pekerjaan selama magang serta menjabarkan tentang manfaat magang terhadap pengembangan *soft-skills* dan kemampuan kognitif. Mengidentifikasi kunci sukses dalam bekerja berdasarkan pengalaman ditempat magang dan memberikan penjabaran mengenai rencana perbaikan atau pengembangan diri, karir, dan pendidikan selanjutnya.



BAB II

PROFIL ORGANISASI DAN AKTIVITAS MAGANG**2.1 Sejarah Bank Muamalat Indonesia**

Perseroan merupakan bank pertama di Indonesia yang menggunakan konsep perbankan secara Syariah. Perseroan didirikan berdasarkan Akta Pendirian No. 1 tanggal 1 November 1991 Masehi atau 24 Rabiul Akhir 1412 Hijriah, dibuat dihadapan Yudo Paripurno, SH, Notaris, di Jakarta. Akta pendirian tersebut telah memperoleh pengesahan Menteri Kehakiman Republik Indonesia dengan Surat Keputusan No. C2-2413.HT.01.01 tahun 1992 tanggal 21 Maret 1992 dan telah didaftarkan pada kantor Pengadilan Negeri Jakarta Pusat pada tanggal 30 Maret 1992 di bawah No. 970/1992 serta diumumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia No. 34 tanggal 28 April 1992 tambahan No. 1919A. Anggaran Dasar Bank telah beberapa kali mengalami perubahan sebagaimana terakhir perubahan Anggaran Dasar yang dirumuskan pada Akta No. 18 tanggal 28 Januari 2022 dibuat di hadapan Notaris Ashoya Ratam, S.H. M.Kn, dan pemberitahuan atas perubahan anggaran dasarnya telah diterima dan dicatat oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia sesuai suratnya tertanggal 31 Januari 2022 No. AHU-AH.01.03-0070769 serta diumumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia No. 10 tanggal 3 Februari 2022 Tambahan Berita Negara Republik Indonesia No. 004853.

BMI didirikan atas gagasan dari Majelis Ulama Indonesia (MUI), Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan pengusaha muslim yang kemudian mendapat dukungan dari Pemerintah Republik Indonesia. Perseroan telah memperoleh izin untuk beroperasi sebagai bank umum berdasarkan Surat Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia No. 430/KMK.013/1992 tentang Pemberian Izin Usaha Perseroan di Jakarta tanggal 24 April 1992, sebagaimana diubah dengan Surat Keputusan Menteri Keuangan No. 131/KMK.017/1995 tentang Perubahan Keputusan Menteri Keuangan No. 430/KMK.013/1992 tentang Pemberian Izin Usaha Perseroan tanggal 30 Maret 1995 yang dalam keputusannya memberikan izin kepada Perseroan untuk dapat melakukan usaha sebagai bank umum berdasarkan prinsip syariah.

Bank Muamalat merupakan perusahaan publik yang sahamnya tidak tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan secara resmi beroperasi sebagai Bank Devisa sejak tanggal 27 Oktober 1994 berdasarkan Surat Keputusan Direksi Bank Indonesia No. 27/76/KEP/DIR tentang Penunjukan PT Bank Muamalat Indonesia Menjadi Bank Devisa tanggal 27 Oktober 1994. Berdasarkan Surat Keputusan Menteri Keuangan No. S-79/MK.03/1995 tanggal 6 Februari 1995, Perseroan secara resmi ditunjuk sebagai Bank Devisa Persepsi Kas Negara.

Berdasarkan Surat Keputusan Menteri Keuangan No. S-9383/MK.5/2006 tanggal 28 Desember 2006, Perseroan memperoleh

status Bank Persepsi yang mengizinkan Perseroan untuk menerima setoran-setoran pajak. Kemudian pada tanggal 25 Juli 2013, Perseroan telah menjadi peserta program penjaminan Lembaga Penjamin Simpanan sebagaimana tercantum dalam Surat Lembaga Penjamin Simpanan No. S.617/DPMR/VII/2013 perihal Kepesertaan Lembaga Penjamin Simpanan. Perseroan lalu ditetapkan sebagai Bank Penerima Setoran Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji berdasarkan Surat Keputusan Badan Pengelola Keuangan Haji No. 4/BPKH.00/2018 tanggal 28 Februari 2018.

BMI terus berinovasi dengan mengeluarkan produk-produk keuangan syariah seperti Sukuk Subordinasi Mudharabah, Asuransi Syariah (Asuransi Takaful), Dana Pensiun Lembaga Keuangan Muamalat (DPLK Muamalat) dan multifinance syariah (Al-Ijarah Indonesia Finance) yang seluruhnya menjadi terobosan baru di Indonesia. Selain itu, produk Shar-e yang diluncurkan pada 2004 merupakan tabungan instan pertama di Indonesia.

Produk Shar-e Gold Debit Visa yang diluncurkan pada 2011 berhasil memperoleh penghargaan dari Museum Rekor Indonesia (MURI) sebagai Kartu Debit Syariah dengan teknologi chip pertama di Indonesia serta layanan e-channel seperti internet banking, mobile banking, ATM, dan cash management. Seluruh produk-produk itu menjadi pionir produk syariah di Indonesia dan menjadi tonggak sejarah penting di industri perbankan syariah.

Seiring kapasitas Bank yang semakin besar dan diakui, BMI kian melebarkan sayap dengan terus menambah jaringan kantor cabangnya tidak hanya di seluruh Indonesia, akan tetapi juga di luar negeri. Pada 2009, Bank mendapatkan izin untuk membuka kantor cabang di Kuala Lumpur, Malaysia dan menjadi bank pertama di Indonesia serta satu-satunya yang mewujudkan ekspansi bisnis di Malaysia. Hingga saat ini, Bank telah memiliki 239 kantor layanan termasuk 1 (satu) kantor cabang di Malaysia. Operasional Bank juga didukung oleh jaringan layanan yang luas berupa 568 unit ATM Muamalat, 120.000 jaringan ATM Bersama dan ATM Prima, 51 unit Mobil Kas Keliling.

BMI melakukan rebranding pada logo Bank untuk semakin meningkatkan awareness terhadap image sebagai Bank Syariah Islami, Modern dan Profesional. Bank pun terus merealisasikan berbagai pencapaian serta prestasi yang diakui, baik secara nasional maupun internasional. Kini, dalam memberikan layanan terbaiknya, BMI beroperasi bersama beberapa entitas asosiasi dan afiliasinya yaitu Al-Ijarah Indonesia *Finance* (ALIF) yang memberikan layanan pembiayaan syariah, (DPLK Muamalat) yang memberikan layanan dana pensiun melalui Dana Pensiun Lembaga Keuangan, Muamalat Institute yaitu lembaga yang mengembangkan, mensosialisasikan dan memberikan pendidikan mengenai sistem ekonomi syariah kepada masyarakat, dan

Baitulmaal Muamalat yang memberikan layanan untuk menyalurkan dana Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) (BankMuamalat, 2016).

2.2 Visi dan Misi

Visi

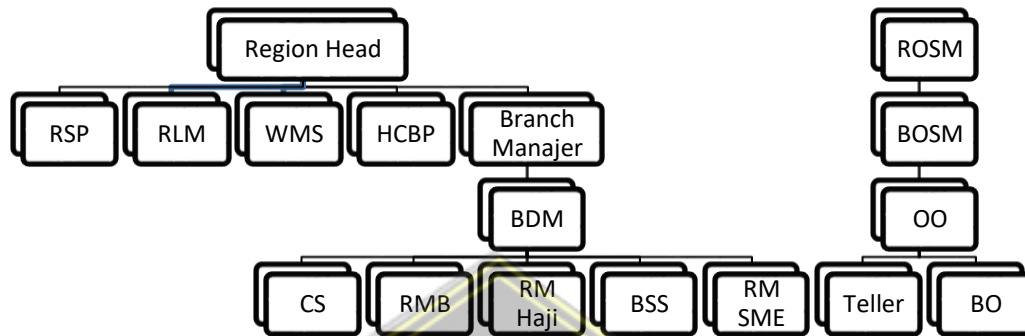
Menjadi Bank Syariah terbaik dan termasuk dalam 10 Bank terbesar di Indonesia dengan eksistensi penguasaan yang diakui di tingkat regional.

Misi

Membangun lembaga keuangan syariah yang unggul dan berkesinambungan dengan penekanan pada semangat kewirausahaan berdasarkan prinsip kehati-hatian, keunggulan sumber daya manusia yang Islami dan profesional serta orientasi investasi yang inovatif, untuk memaksimalkan nilai kepada seluruh pemangku kepentingan.



2.3 Struktur Organisasi Bank Muamalat KCP Semarang



Gambar 2. 1 Struktur Organisasi Bank Muamalat KCP Semarang *Sumber : Data Sekunder yang Diolah*

Tugas dan wewenang pada struktur organisasi PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Semarang adalah sebagai berikut:

- *Region Head* adalah profesi yang bertugas mengelola dan bertanggung jawab mengurus cabang perusahaan di sebuah daerah. Yang memiliki tanggung jawab sebagai berikut : Mengoptimalkan performa kantor, Meningkatkan kinerja dan kualitas SDM di kantor, Memantau operasional perusahaan, Berdiskusi dan melaporkan progres kepada manajemen.
- ROSM (*Region Operation Service Manager*) adalah mengelola beberapa toko, pabrik, pabrik, atau fasilitas lain untuk suatu organisasi. Tugas seorang manajer operasi regional bervariasi dan banyak. Manajer ini biasanya memikul tanggung jawab untuk

merencanakan dan menerapkan praktik sehari-hari untuk berbagai fasilitas milik suatu organisasi. Perencanaan mungkin termasuk memastikan penggunaan bahan dan sumber daya manusia yang efisien dan tepat di wilayah yang ditugaskan.

- RSP (*Region Sales Plan*) adalah sebuah rencana yang menjelaskan tujuan bisnis, strategi penjualan, target pasar, serta potensi risiko bisnis yang terjadi ke depannya. Tugas nya meliputi : Mengidentifikasi strategi penjualan, Mengurangi risiko bisnis, Mengukur hasil tim.
- WMS (*Wealth Service Management*) adalah manajemen yang mengatur keuangan atau kekayaan keluarga. Apa pun yang Anda inginkan, mulai dari persiapan dana pendidikan anak, dana untuk pembelian rumah, atau dana selepas pensiun dapat diwujudkan.
- HCBP (*Human Capital Business Plan*) adalah strategi pengelolaan sumber daya manusia dan keterampilannya yang diperlukan untuk memungkinkan suatu perusahaan mencapai tujuannya. Hal ini didasari oleh perencanaan tenaga kerja dan didukung oleh sistem manajemen kinerjanya.
- ROSM (*Region Operation Service Manager*) adalah mengelola beberapa toko, pabrik, pabrik, atau fasilitas lain untuk suatu organisasi. Tugas seorang manajer operasi regional bervariasi dan banyak. Manajer ini biasanya memikul tanggung jawab untuk merencanakan dan menerapkan praktik sehari-hari untuk berbagai

fasilitas milik suatu organisasi. Perencanaan mungkin termasuk memastikan penggunaan bahan dan sumber daya manusia yang efisien dan tepat di wilayah yang ditugaskan.

- RSP (*Region Sales Plan*) adalah sebuah rencana yang menjelaskan tujuan bisnis, strategi penjualan, target pasar, serta potensi risiko bisnis yang terjadi ke depannya. Tugas nya meliputi : Mengidentifikasi strategi penjualan, Mengurangi risiko bisnis, Mengukur hasil tim.
- WMS (*Wealth Service Management*) adalah manajemen yang mengatur keuangan atau kekayaan keluarga. Apa pun yang Anda inginkan, mulai dari persiapan dana pendidikan anak, dana untuk pembelian rumah, atau dana selepas pensiun dapat diwujudkan.
- HCBP (*Human Capital Business Plan*) adalah strategi pengelolaan sumber daya manusia dan keterampilannya yang diperlukan untuk memungkinkan suatu perusahaan mencapai tujuannya. Hal ini didasari oleh perencanaan tenaga kerja dan didukung oleh sistem manajemen kinerjanya.
- *Branch Manager* adalah seseorang yang menjadi pimpinan kantor cabang. Mereka harus menjadi contoh bagi bawahan yang berada di kantor cabang tersebut di dalam perusahaan.
 1. Bertanggung jawab atas jalannya cabang sesuai dengan program kerja dan pedoman kerja operasi bank.

2. Bertindak untuk dan atas nama direksi di kantor cabang dengan berdasarkan surat kuasa yang diterima dari direksi.
 3. Melaksanakan kegiatan teknis cabang yang didasarkan atas pedoman kerja operasional.
 4. Memimpin dan mengawasi pekerjaan bawahan dan menentukan pembagian tugas sedemikian rupa dalam rangka pencapaian sasaran perusahaan.
 5. Menyelenggarakan dan memimpin rapat-rapat ditingkat kantor cabang dan mengadakan pertemuan atau diskusi periodik untuk mengembangkan usaha atau peningkatan efisiensi kerja.
 6. Membuat perencanaan secara efektif dan efisien yang dituangkan dalam program kerja untuk disampaikan ke kantor Pusat.
 7. Mengamankan kerahasiaan bank dan investasi yang terdapat pada kantor cabang.
 8. Berwenang untuk memutuskan atau memberikan persetujuan pada setiap sektor permasalahan yang muncul.
 9. Menerima dan menetapkan karyawan sebagaimana yang ditentukan dalam struktur organisasi serta bertanggung jawab kepadadireksi.
- BOSM (*Branch Operasional Service Manajer*) adalah posisi yang bertugas sebagai pengelola operasional cabang, penyusun dan pelaksana strategi pemasaran, *sales* dan *service* yang bertujuan

untuk meningkatkan volume bisnis, kualitas layanan secara fisik maupun non-fisik, efisiensi biaya, dan profitabilitas. Tanggung jawab utama *Branch Operation Manager* adalah sebagai berikut:

1. Menjaga kualitas pelayanan kantor cabang kepada nasabah telah sesuai dengan standar pelayanan yang telah ditetapkan.
2. Membangun hubungan baik dengan nasabah dalam rangka mendukung pencapaian target dari kantor cabang.
3. Memastikan operasional kantor cabang berjalan sesuai rencana dan memenuhi standar SLA yang telah ditentukan.
4. Berperan dalam mendukung pencapaian target kewajiban dan *fee-based income unit* bisnis di area.
5. Melakukan control serta supervisi untuk fungsi-fungsi kerja yang ada di bawah tanggung jawabnya yang mencakup transaksi cabang, *general affairs, cash & clearing operations* dan *e-channel operations*.
6. Memastikan bahwa transaksi kantor cabang yang dilakukan telah sesuai dengan ketentuan dan *Standard Operational Procedure* (SOP) serta mengoptimalkan fungsi internal control di kantor cabang.
7. Memastikan pengembangan pegawai, peningkatan produktivitas pegawai, *customer and product knowledge* kepada pegawai.
8. Melakukan review dan menetapkan ukuran terhadap kinerja serta target untuk seluruh bawahan langsung.

- BDM (*Branch Development Manajer*) adalah seseorang yang menjadi pimpinan kantor cabang. Berikut ini adalah tugas dari branch manager : mengawasi serta melakukan koordinasi dari kegiatan operasional, memimpin kegiatan pemasaran dalam kantor cabang, memonitor segala kegiatan operasional perusahaan (lingkup cabang), memantau prosedur operasional manajemen resiko, melakukan pengembangan kegiatan operasional.
- OO (*Operation Officer*) adalah karyawan di cabang / unit yang bertanggungjawab terhadap kegiatan operasional, layanan kepada nasabah dan produktivitas staff operasional di cabang. Tugas dan Tanggungjawab Operational meliputi:
 1. Bertanggung jawab terhadap kegiatan operasional di unit / cabang dan melakukan fungsi kontrol dan supervisi terhadap pekerjaan teller dan satpam
 2. Membantu kepala cabang / Unit Manager dalam pelaksanaan rencana kerja tahunan, rencana operational dan pelayanan dengan mengikuti aturan compliance dan control serta menjalankan dan mengikuti rencana kerja tersebut
 3. Bertanggung jawab penuh terhadap kegiatan operasional di cabang serta dapat membantu memberikan solusi terhadap permasalahan operational serta memonitor penyelesaiannya

4. Melakukan *maintenance* dan pemeriksaan harian untuk laporan CIF, Pembukaan rekening, pelaporan BI, *Line Of Business*, verifikasi nasabah, Neraca, Rugi Laba, Rek Perantara.
 5. Bertanggung jawab atas likuiditas kas di cabang, *Test Key*, *filling* dokumen dan perawatan gedung.
 6. Membuat registrasi dan bertanggung jawab terhadap keberadaan inventaris kantor dan alat tulis kantor (ATK), serta warkat berharga yang ada di unit.
- CS (*Customer Service*) adalah adalah sebuah layanan yang ditawarkan dari perusahaan untuk para *customer*, baik sebelum atau sesudah membeli produk atau jasa. Tugasnya meliputi : Merekrut pelanggan potensial dengan cara merekomendasikan barang atau jasa dan menjelaskan bagaimana produk perusahaan dapat menguntungkan mereka. *Job disk* nya meliputi :
 1. Menjawab pertanyaan apa pun yang mungkin dimiliki pelanggan tentang produk dan layanan perusahaan.
 2. Membantu pelanggan membuat akun baru dan mencatat informasi akun dalam bentuk tertulis atau digital.
 3. Mendengarkan keluhan pelanggan agar dapat mengidentifikasi penyebab masalah.
 4. Memberikan tanggapan yang tepat untuk masalah pelanggan dan berusaha menyelesaikannya dengan cepat dan tepat.

5. Menyampaikan kasus ke manajemen apabila diperlukan untuk penyelesaian. Mengelola dan memperbarui informasi akun keuangan secara rutin menggunakan *software* tertentu.
 6. Mengantisipasi kebutuhan pelanggan, menindaklanjuti keluhan pelanggan sebelumnya untuk menawarkan pemesanan ulang, layanan tambahan, atau solusi lainnya.
- RMB (*Relationship Manager Business*) adalah pekerjaan profesional di bidang bisnis. Tugas utamanya yaitu membangun hubungan baik dengan klien.
 - RM HAJI (*Relationship Manager Haji*) adalah Bagian dari tim penjualan yang bertugas untuk membangun dan memelihara hubungan bersama klien dan pelanggan perusahaan. tugas beberapa *relationship manager* adalah berfokus pada layanan pelanggan dan mengembangkan rencana penjualan berdasarkan kebutuhan mereka.
 - BSS (*Branch Sales Support*) adalah seseorang yang memiliki tanggung jawab untuk mengurus seluruh hal mendasar dari tim penjualan.
 - RM SME (*Relationship Manager Small Medium Enterprise*) adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri. Yang dimaksud berdiri sendiri adalah usaha kecil menengah (UKM) atau SME ini harus dijalankan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang

perusahaan yang dari model usaha lain. tugasnya adalah sebagai berikut :

1. Melakukan identifikasi customer guna tercapainya target pembiayaan yang telah ditetapkan dan melakukan proses inisial, solisitasi, pengumpulan data analisis atas pengajuan permohonan pembiayaan untuk menjamin kelancaran proses pengajuan proposal pembiayaan kepada komite pembiayaan.
 2. Melakukan analisis atas perpanjangan pembiayaan SME yang telah jatuh tempo untuk menjaga kualitas pembiayaan nasabah sehingga tetap tergolong kedalam kolektibilitas lancar.
 3. Memasarkan produk-produk dan jasa pelayanan Bank Muamalat sesuai dengan kebutuhan nasabah guna meningkatkan pelayanan dan hubungan baik dengan nasabah.
- TELLER adalah petugas bank yang pekerjaan sehari-harinya berhadapan dengan nasabah dan masyarakat umum. Bank harus menyeleksi petugas yang akan ditunjuk sebagai teller karena cara kerja, sikap dan tindak tanduk serta cara pelayanannya kepada nasabah dan masyarakat secara tidak langsung Teller merupakan cerminan keadaan dan reputasi sebuah bank. Tugas Teller sebagai berikut :

1. Melayani penarikan, transfer dan penyetoran uang dari pelanggan.
2. Melakukan pemeriksaan kas dan menghitung transaksi harian menggunakan komputer, kalkulator, atau mesin penghitung.

3. Menerima cek dan uang tunai untuk deposit, memverifikasi jumlah, dan periksa keakuratan slip setoran.
 4. Periksa cek untuk dukungan dan untuk memverifikasi informasi lain seperti tanggal, nama Bank, identifikasi orang yang menerima pembayaran dan legalitas dokumen.
 5. Memasukkan transaksi nasabah ke dalam komputer untuk mencatat transaksi dan mengeluarkan tanda terima yang dihasilkan komputer.
 6. Membantu dan melayani pelanggan terkait transaksi keuangan
 7. Mengidentifikasi kesalahan transaksi ketika debit dan kredit tidak seimbang.
 8. Memproses transaksi seperti deposito, kontribusi rencana tabungan pensiun, transaksi teller otomatis, dan deposit email.
 9. Menerima hipotek, pinjaman, atau pembayaran tagihan utilitas publik, verifikasi tanggal pembayaran dan hutang.
 10. Menyelesaikan masalah atau perbedaan mengenai rekening nasabah.
- BO (*Back Office*) adalah orang atau sekelompok orang yang bertugas mengurus pekerjaan di bagian belakang Perusahaan di mana mereka tidak secara langsung berinteraksi atau melayani konsumen, contohnya seperti: menjalankan proses operasional, akuntansi, finansial, administrasi, teknologi, audit, pengelolaan data, pajak, dan legal. beberapa tugas dan tanggung jawab Staf *Back Office* dalam perusahaan:

1. Bertanggung jawab dalam mengelola laporan keuangan
2. Memonitoring atau melakukan pengecekan terhadap invoice serta pemasaran
3. Membuat laporan penjualan serta pemasaran
4. Bertanggung jawab atas pengurusan berkas pembelian
5. Bertanggung jawab pada laporan pengecekan barang *slow moving* atau *fast moving*
6. Memonitoring stok barang yang akan habis dan kadaluarsa
7. Melaksanakan tugas dalam urusan piutang
8. Memonitoring produk yang kurang laku untuk diganti
9. Bertanggung jawab pada kegiatan proses pemesanan barang terhadap supplier.

2.4 Produk dan Layanan Bank Muamalat Indonesia

A. Produk

Bank Muamalat membagi produk perbankan syariah ke dalam dua kategori besar yakni produk penghimpunan dana dan produk pembiayaan. Produk penghimpunan dana terdiri dari beragam produk yang disesuaikan dengan tujuan dan preferensi nasabah. Sementara itu, produk pembiayaan merupakan sarana untuk menyalurkan dana yang dihimpun oleh Bank dalam bentuk pembiayaan, baik untuk usaha produktif maupun untuk keperluan konsumtif.

Bank Muamalat juga melakukan penempatan dana berkerja sama dengan mitra strategis dengan melakukan pembiayaan channelling maupun executing melalui Lembaga Keuangan Mikro Kecil yaitu, BMT (Baitul Maal Wa-Tamwil), Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) dan perusahaan pembiayaan. Dalam rangka menjaga posisi likuiditas jangka pendek, Perseroan juga melakukan penempatan dana pada bank lain serta pembelian surat-surat berharga berdasarkan prinsip syariah. Selain itu, Perseroan meningkatkan intensitas pembiayaan yang ditujukan pada pasar yang selama ini mempunyai kinerja pembiayaan yang baik dengan mengalokasikan porsi yang lebih besar kepada UMKM dalam realisasi portofolio pembiayaan. Adapun uraian dari produk penghimpunan dana dan produk pembiayaan diuraikan sebagai berikut:

a. Pendanaan

1. Tabungan iB Hijrah

Tabungan dalam mata uang rupiah yang dapat digunakan untuk beragam jenis transaksi, memberikan akses yang mudah, serta manfaat yang luas. Tabungan iB Hijrah kini hadir dengan empat pilihan kartu ATM/Debit yaitu: Kartu *Shar-E Reguler* (GPN), Kartu *Shar-E Classic* (VISA), Kartu *Shar-E IHRAM* (VISA) dan Kartu *Shar-E Prioritas* (VISA)

2. Tabungan iB Hijrah Valas

Tabungan dalam denominasi valuta asing US Dollar (USD) dan Singapore Dollar (SGD) bertujuan untuk melayani kebutuhan transaksi dan investasi yang lebih beragam.

3. Tabungan iB Hijrah Haji

Tabungan haji dan umrah dalam mata uang rupiah dan valuta asing dolar AS yang dikhususkan bagi nasabah masyarakat muslim Indonesia yang berencana menunaikan ibadah Haji dan Umrah. Dapat dilengkapi dengan standing instruction untuk setoran rutin maupun setoran insidental yang fleksibel sesuai kebutuhan nasabah untuk mewujudkan keinginan beribadah ke Tanah Suci.

4. Tabungan iB Hijrah Rencana

Tabungan iB Hijrah Rencana merupakan tabungan berjangka dalam mata uang rupiah, memiliki setoran rutin bulanan dan tidak bisa ditarik sebelum jangka waktu berakhir kecuali penutupan rekening serta pencairan dana hanya bisa dilakukan ke rekening sumber dana. Tabungan iB Muamalat Rencana dapat membantu mewujudkan berbagai rencana nasabah di masa yang akan datang.

5. TabunganKu iB

Tabungan syariah dalam mata uang rupiah yang sangat terjangkau bagi nasabah dari semua kalangan masyarakat.

6. Tabungan Simpanan Pelajar (SimPel) iB

Tabungan yang dikelola dengan akad Mudharabah dan dikhususkan untuk segmen pelajar. Tabungan SimPel iB dapat dibuka untuk siswa PAUD, TK, SD, SMP, SMA, Madrasah (RA, MI, Mts, MA) atau sederajat tanpa batasan umur minimal, di mana batasan maksimal masih berstatus SMA/SMK dan belum memiliki KTP melalui kerja sama antara Bank Muamalat Indonesia dan sekolah.

7. Tabungan iB Hijrah Prima

Tabungan iB Hijrah Prima merupakan tabungan yang didesain bagi nasabah yang ingin mendapatkan bagi hasil maksimal dan kebebasan bertransaksi. Nasabah dapat memiliki empat pilihan kartu debit, yaitu Kartu *Shar-E Reguler* (GPN), Kartu *Shar-E Classic* (VISA), Kartu *Shar-E IHRAM* (VISA), dan Kartu *Shar-E Prioritas* (VISA).

8. Tabungan iB Hijrah Bisnis

Tabungan iB Hijrah Bisnis adalah produk tabungan yang digunakan untuk mengakomodir kebutuhan bisnis nasabah non individu dengan memberikan kemudahan dan kenyamanan bertransaksi yang didukung oleh fasilitas Cash Management System MADINA.

9. Deposito iB Hijrah

Deposito syariah dengan akad mudharabah dalam mata uang rupiah dan dolar AS yang fleksibel dan memberikan hasil investasi yang optimal bagi nasabah.

10. Deposito Online ib Hijrah

Deposito syariah dengan akad mudharabah yang dapat dibuka secara praktis kapan pun dan di mana pun melalui Muamalat DIN dengan bagi hasil yang optimal dalam mata uang rupiah. Diperuntukkan hanya untuk nasabah perorangan yang sebelumnya telah memiliki rekening tabungan/giro di Muamalat dan telah mengunduh dan terdaftar di produk Muamalat DIN.

11. Deposito Devisa Hasil Ekspor Sumber Daya Alam (DHE SDA) iB Hijrah

Deposito DHE SDA yang dikelola secara syariah dengan akad mudharabah dalam mata uang rupiah dan dolar AS yang dapat memberikan hasil investasi secara optimal dan barokah bagi Anda serta pajak bagi hasil yang lebih rendah. Produk ini dibuat untuk mendukung kebijakan Pemerintah yang tertuang dalam Peraturan Pemerintah (PP) No. 1/2019 tentang penerimaan Devisa Hasil Ekspor dari Barang Ekspor Sumber Daya Alam (DHE SDA), Bank Muamalat melayani pembukaan Rekening Khusus DHE SDA. Rekening Khusus (Reksus) Deposito Devisa Hasil Ekspor Sumber Daya Alam (DHE SDA) adalah Rekening Deposito yang digunakan khusus untuk

penerimaan Devisa Hasil Ekspor Sumber Daya Alam (DHE SDA). Reksus DHE SDA ini diperuntukan khusus untuk nasabah non perorangan.

12. Giro ib Hijrah

Giro syariah dengan akad wadiah dalam mata uang rupiah dan dolar AS yang memudahkan semua jenis kebutuhan transaksi bisnis maupun transaksi keuangan personal nasabah. Giro ini diperuntukan bagi nasabah perorangan dan institusi yang memiliki legalitas badan.

13. Giro iB Hijrah Ultima

Giro syariah dengan akad mudharabah dalam mata uang rupiah dan dolar AS yang memudahkan semua jenis kebutuhan transaksi bisnis maupun transaksi keuangan personal nasabah disertai bagi hasil yang kompetitif dan berbagai benefit transaksi lainnya. Giro ini diperuntukan bagi nasabah perorangan dan institusi yang memiliki legalitas badan.

14. Giro iB Hijrah/iB Hijrah Ultima-Devisa Hasil Ekspor Sumber Daya Alam (DHE SDA)

Rekening Khusus (Reksus) Giro Devisa Hasil Ekspor Sumber Daya Alam (DHE SDA) adalah Rekening Giro yang digunakan khusus untuk penerimaan Devisa Hasil Ekspor Sumber daya Alam (DHE SDA) bagi nasabah non perorangan. Giro ini dikelola secara

syariah dengan dua pilihan akad, yaitu akad wadiah dan mudharabah dalam mata uang rupiah dan dolar AS. Untuk akad mudharabah, giro disertai dengan bagi hasil kompetitif serta pajak bagi hasil yang lebih rendah. Produk ini dibuat untuk mendukung kebijakan pemerintah yang tertuang dalam Peraturan Pemerintah (PP) No. 1/2019 tentang penerimaan Devisa Hasil Ekspor dari Barang Ekspor Sumber Daya Alam (DHE SDA).

15. Dana Pensiun Lembaga Keuangan (DPLK) Muamalat

Merupakan satu-satunya DPLK syariah di Indonesia, menjadikan kami DPLK yang paling tepat bagi mereka yang ingin merencanakan dana pensiun yang amanah, berkah dan sesuai prinsip syariah. Dengan pelayanan prima dan pengembangan investasi yang kompetitif, menjadikan DPLK Syariah Muamalat sebagai pilihan terbaik untuk mempersiapkan kesejahteraan saat memasuki usia pensiun. Didukung jaringan Bank Muamalat yang luas di seluruh provinsi di Indonesia serta tim yang profesional, DPLK Syariah Muamalat siap membantu menginvestasikan dana secara aman dan optimal, memberikan layanan mudah dan transparan. Pastikan kesiapan dana pensiun Anda dan keluarga di DPLK Syariah Muamalat yang aman, nyaman dan menguntungkan.

b. Pembiayaan

1. KPR iB Muamalat

Pembiayaan kepada perorangan dengan peruntukan pembelian rumah tinggal *ready stock* baik *primary* maupun *secondary*. Pembiayaan ini juga dapat digunakan untuk pengalihan (*take over*) KPR dari bank syariah maupun bank konvensional, renovasi, dan pembiayaan konsumtif beragun properti. Untuk Nasabah *eksisting* KPR di Bank Muamalat dapat mengajukan *top up* untuk memenuhi kebutuhan konsumtif.

2. iB Muamalat Multiguna

Pembiayaan kepada perorangan untuk pembelian barang halal bersifat konsumtif (seperti kendaraan bermotor roda dua atau roda empat (mobil), perencanaan ibadah, bahanbahan bangunan, barang elektronik, *furniture*/perabot rumah tangga) serta sewa jasa yang dibolehkan secara syariah seperti umrah, wisata dan lainnya.

3. iB Muamalat Koperasi Karyawan

Pembiayaan yang diberikan kepada koperasi karyawan untuk disalurkan kepada para anggotanya (karyawan BUMN/PNS/swasta) dengan tujuan pembelian barang halal. Diperuntukan bagi para anggota koperasi karyawan dan diajukan secara berkelompok.

4. Pembiayaan Kendaraan Bermotor (Via *Multifinance*)

Pembiayaan yang diberikan kepada *end user* dengan tujuan pembelian kendaraan bermotor (mobil dan motor) melalui perusahaan *multifinance* yang bekerja sama dengan Bank Muamalat Indonesia.

5. iB Modal Kerja Reguler

Pembiayaan yang digunakan untuk pembiayaan atas aset lancar (persediaan).

6. iB Modal Kerja Proyek

Pembiayaan yang digunakan untuk pelaksanaan proyek berdasarkan kontrak yang ada.

7. iB Modal Kerja Konstruksi *Developer*

Pembiayaan yang digunakan untuk pembangunan proyek properti.

8. iB Modal Kerja Lembaga Keuangan Syariah

Pembiayaan yang digunakan untuk pembangunan proyek properti.

9. iB Investasi *Non Properti* Bisnis

Pembiayaan untuk pembelian barang investasi penunjang usaha.

10. iB Properti Bisnis

Pembiayaan investasi untuk pembangunan properti bisnis yang menunjang keberlangsungan usaha.

11. iB Muamalat Usaha Mikro

Pembiayaan dalam bentuk modal kerja dan investasi yang diberikan kepada pengusaha mikro baik untuk perorangan maupun badan usaha non-hukum.

12. iB Rekening Koran Muamalat

Pembiayaan yang disediakan kepada nasabah untuk memenuhi kebutuhan akan pembelian Properti Bisnis sebagai investasi ataupun untuk peremajaan/renovasi dan pembangunan properti bisnis baru di atas lahan milik nasabah.

B. Layanan

Layanan Guna memberikan pelayanan yang maksimal, BMI memiliki tiga layanan untuk diberikan kepada para nasabahnya yakni layanan perbankan internasional, layanan trade finance dan layanan 24 jam. Berikut adalah uraiannya.

1. Perbankan Internasional (*Remitansi*)

a. *Incoming Muamalat Remittance* iB Merupakan kiriman uang masuk dalam denominasi valuta asing yang ditujukan kepada penerima, baik untuk diterima tunai ataupun dimasukkan ke dalam kredit rekening penerima yang merupakan nasabah Bank.

b. *Outgoing Muamalat Remittance* iB ialah kiriman uang keluar dalam denominasi valuta asing yang ditujukan kepada penerima, baik untuk diterima tunai ataupun dimasukkan dalam kredit rekening

penerima pada bank lain, baik di dalam maupun di luar negeri, sesuai dengan instruksi pengirim melalui Bank.

2. Trade Finance

a. Ekspor Produk dan layanan transaksi ekspor yang tersedia bagi nasabah/eksportir Bank meliputi:

1. *Advising L/C* Layanan yang diberikan Bank untuk meneruskan/menyampaikan L/C kepada *beneficiary* yang tercantum dalam L/C, baik secara langsung maupun melalui *second Advising Bank*.

2. *Outward Bills* Layanan yang diberikan Bank untuk menangani dokumen L/C Ekspor berupa: pengujian dokumen L/C Ekspor, pengiriman dokumen kepada *Issuing Bank* atau pihak yang ditunjuk, penerimaan pembayaran hasil ekspor dan kegiatan lainnya yang masih berkaitan dengan penanganan dokumen L/C Ekspor.

3. *Negotiation Dana talangan* yang diberikan oleh Bank kepada *beneficiary* atas presentasi dokumen L/C Ekspor (*post shipment financing*). Negosiasi dapat dilakukan baik menggunakan fasilitas ataupun tanpa fasilitas nasabah.

4. *L/C Transfer* Layanan yang diberikan oleh Bank untuk menerbitkan L/C transfer berdasarkan L/C yang diterima oleh Bank dari *Issuing Bank*.

b. Impor Produk dan layanan transaksi impor yang tersedia bagi nasabah/ Importir Bank meliputi:

1. *Letter of Credit* (L/C) Bank Muamalat Indonesia memiliki layanan penerbitan L/C yaitu penerbitan pernyataan oleh Bank atas permintaan nasabah untuk keuntungan pihak lain (*beneficiary*), yang oleh karenanya Bank mengikatkan diri untuk membayar kepada *beneficiary* apabila *beneficiary* dapat memenuhi permintaan/persyaratan yang dinyatakan dalam L/C tersebut. Terdapat beberapa macam L/C berdasarkan jangka waktu pembayarannya yakni:

- *Sight L/C* L/C yang mewajibkan *Issuing Bank* untuk melaksanakan pembayaran kepada *beneficiary*, segera setelah dokumendokumen yang disediakan *beneficiary* telah memenuhi syarat-syarat sebagaimana dinyatakan dalam L/C.
- *Usance L/C* L/C di mana pada saat dokumen-dokumen yang disediakan *beneficiary* telah memenuhi syarat-syarat sebagaimana dinyatakan dalam L/C, *Issuing Bank* berkewajiban untuk memberikan akseptasi *draft* yang menyatakan bahwa *Issuing Bank* akan membayar kepada *beneficiary* dalam jangka waktu tertentu di masa yang akan datang.
- *Usance Payable at Sight* (UPAS) L/C L/C yang mewajibkan *Issuing Bank* untuk melaksanakan pembayaran kepada *beneficiary* segera setelah dokumendokumen yang disediakan *beneficiary* telah memenuhi syarat-syarat sebagaimana dinyatakan dalam L/C. Di sisi

lain, *applicant* akan melakukan pembayaran kepada *Issuing Bank* dalam jangka waktu tertentu di masa yang akan datang.

- *Usance Payable at Usance* (UPAU) L/C *Usance* L/C di mana *Issuing Bank* akan melakukan pembayaran kepada *beneficiary* atas *draft* (tagihan) yang sudah diterima sesuai akseptasi Bank kepada *beneficiary*. Di sisi lain, *applicant* akan melakukan pembayaran kepada *Issuing Bank* dalam jangka waktu tertentu yang akan datang yang sudah disepakati.

2. Surat Kredit Berdokumen dalam Negeri (SKBDN) Pada dasarnya produk dan layanan yang disediakan untuk *eksportir* dan *importir* dapat juga digunakan untuk mendukung perdagangan dalam negeri. Yang membedakannya adalah acuan *best practice* yang digunakan, di mana transaksi ekspor/impor menggunakan standar internasional yang diatur dalam UCP DC (*Uniform Custom Practice on Documentary Collection*), sementara untuk transaksi dalam negeri mengikuti Peraturan Bank Indonesia. Oleh karena itu SKBDN lazim juga disebut sebagai L/C Lokal.

3. Bank Garansi Bank Garansi adalah penerbitan pernyataan oleh Bank atas permintaan nasabah (pihak terjamin) untuk menjamin kewajiban nasabah karena ketidakmampuan nasabah untuk menjalankan kewajibannya dengan baik (wanprestasi) kepada pihak yang menerima jaminan berdasarkan suatu perjanjian yang telah dibuat antara nasabah

dengan pihak yang menerima jaminan. Bank Garansi yang dapat diterbitkan oleh Bank Muamalat Indonesia antara lain:

- *Bid Bond* (Jaminan Penawaran)
- *Performance Bond* (Jaminan Pelaksanaan)
- *Advance Payment Bond* (Jaminan Uang Muka)
- *Retention Bond* (Jaminan Pemeliharaan)
- *Payment Bond* (Jaminan Pembayaran)
- *Custom Bond*
- *Shipping Guarantee*
- *Counter Guarantee*

4. Klaim Bank Garansi Merupakan layanan yang diberikan oleh Bank atas permintaan beneficiary untuk melakukan penagihan kepada *Issuing Bank* ketika *applicant* tidak dapat menjalankan kewajibannya dengan baik (wanprestasi) kepada pihak *beneficiary*.

5. *Standby L/C* merupakan suatu bentuk penjaminan dari Bank Penerbit *Standby L/C* kepada *beneficiary* terhadap kemungkinan terjadinya *wanprestasi/ default* atas diri *applicant* (pihak yang dijamin/ pemohon *Standby L/C*).

6. Deposito Plus Program pemasaran deposito yang dikombinasikan dengan SKBDN. Melalui program ini, nasabah yang menempatkan deposito di Bank memiliki kemungkinan untuk memiliki kendaraan secara langsung.

7. LC Murabahah LC Murabahah adalah fasilitas pembiayaan modal kerja yang diberikan kepada debitur importir untuk pembayaran atau pelunasan L/C atau SKBDN baik *sight* (atas unjuk) maupun usance (berjangka) yang diterbitkan melalui Bank Muamalat Indonesia.

8. *Buyer Financing* Merupakan pembiayaan jangka pendek yang diberikan oleh Bank dalam rangka menjaga kemampuan nasabah dalam pembelian bahan baku/barang dagangan secara tepat waktu kepada *supplier*/penjual sehingga kredibilitas nasabah di mata *supplier*/penjual terjaga.

9. *AR Financing* Produk pembiayaan jangka pendek dengan pemberian dana talangan untuk memenuhi kebutuhan modal kerja berdasarkan piutang usaha perusahaan dari transaksi perdagangan atau penjualan barang dan jasa.

10. *Value Chain Financing* Pembiayaan kepada masabah melalui skema pembiayaan vendor maupun distributor.

3. Layanan 24 Jam

a. ATM Muamalat ATM Muamalat dilengkapi dengan berbagai fitur untuk memudahkan nasabah dalam melakukan info saldo, cetak 5 (lima) transaksi terakhir, pembayaran tagihan, pembelian pulsa isi ulang, pembelian tiket, pembayaran premi asuransi, transfer antar bank, pembayaran uang sekolah dan pembayaran ZIS.

b. Muamalat Mobile/Digital Islamic Network (DIN) Muamalat DIN merupakan produk mobile banking yang meliputi fitur transaksional

transfer (pemindah bukuan, antar bank, SKN dan RTGS), pembayaran (Telkom, Telko, PLN, TV Kabel, Tiket, Donasi dan *Virtual Account*) pembelian (pulsa isi ulang, Token Listrik dan uang elektronik), pembayaran menggunakan QRIS, pembukaan deposito, pembukaan rekening tambahan (ETB) serta rekening baru (NTB) dan non transaksional berupa cek saldo, mutasi rekening, info produk, live chat via whatsapp, bahasa, kibrat, jadwal sholat dan informasi promo. Mobile Banking Muamalat (DIN) menawarkan juga kemudahan dalam bertransaksi secara *real time*, aman dan praktis menggunakan perangkat smart phone nasabah yang terdaftar di bank dan terkoneksi jaringan internet. Muamalat DIN dapat digunakan pada sistem operasi Android dan IOS. Untuk dapat menggunakan layanan Muamalat DIN, nasabah hanya perlu mengunduh produk Muamalat DIN dari app store (Apple) dan play store (Android) dengan kata kunci “Muamalat DIN” dan cukup melakukan pendaftaran melalui produk.

c. Internet Banking Muamalat Layanan ini bertujuan untuk memudahkan nasabah ritel (individu) dalam melakukan transaksi finansial berupa transfer (pemindahbukuan, antar bank, SKN dan RTGS), pembayaran (Telkom, Telko, PLN, TV Kabel, ZIS dan Virtual Account), pembelian (pulsa isi ulang, PLN, sukuk online) dan non transaksional berupa cek saldo, mutasi rekening, bahasa, dan informasi promo serta Internet Banking Muamalat juga memiliki fitur transaksi debit online, nasabah dapat berbelanja di mitra atau

merchant-merchant yang sudah bekerja sama dengan Bank Muamalat dengan lebih mudah, praktis dan aman. Untuk dapat menggunakan layanan Internet Banking Muamalat, nasabah cukup mengunjungi ATM Muamalat terdekat dan melakukan registrasi Internet Banking Muamalat serta melakukan aktivasi transaksi finansial melalui cabang Muamalat terdekat.

d. SalaMuamalat Layanan Contact Center 24 jam yang memberikan kemudahan kepada nasabah, setiap saat dan dimanapun nasabah berada, baik untuk layanan informasi, permintaan, maupun pengaduan produk perbankan. Untuk dapat terhubung dengan SalaMuamalat nasabah dapat mengakses melalui :

- Telepon dengan nomor 1500016, sementara nasabah yang berada diluar negeri melalui nomor +6221 8066 8000
- E-mail dengan alamat e-mail info@bankmuamalat.co.id, dan salamuamalat@bankmuamalat.co.id
- Chat melalui WebChat pada website Bank Muamalat dan WhatsApp dengan nomor 081280651800

e. Muamalat Digital Integrated Access (MADINA) Layanan Internet Banking untuk nasabah non Individual yang berbasis website dan memiliki pilihan menu yang beragam, proses transaksi yang realtime, pengaturan wewenang, limit transaksi yang mudah sesuai dengan kebutuhan nasabah. Dengan MADINA, nasabah dapat memonitor

maupun melakukan transaksi perbankan atas rekening nasabah di Bank tanpa terbatas waktu dan tempat.

2.5 Aktivitas Magang

Kegiatan magang dilakukan di Bank Muamalat Indonesia Cabang Semarang, selama 6 Bulan adalah sebagai berikut :

1. Pemberdayaan Masjid (QRIS)

Bank muamalat memberikan fasilitas QRIS terhadap para nasabahnya salah satunya lembaga masjid yaitu berupa barcode pembayaran yang akan mempermudah transaksi jual beli maupun transaksi zakat, infak, shadaqah, dan aktivitas keuangan lainnya untuk masjid. Selama kegiatan magang dari jam 08.00-11.30 WIB, melakukan pendampingan terhadap masjid Bulustalan Semarang terkait pengoperasian QRIS.

2. Mencari calon nasabah yang ingin mempunyai rekening

Kegiatan selanjutnya mencari nasabah yang ingin mempunyai rekening, dengan cara mempromosikan dan membagikan brosur, dengan cara menawarkan produk terhadap keluarga, teman dekat, dan masyarakat sekitar masjid.

3. Penginputan Data Nasabah

Selanjutnya Menginput data nasabah meliputi nama lengkap, alamat, nomor telepon/HP yang bisa dihubungi setelah itu di

masukkan ke dalam Microsoft Excel untuk di gabungkan terhadap nasabah-nasabah yang lain.

4. Memberikan informasi melalui WA Blast

Selanjutnya kegiatan memberikan informasi terbaru terhadap semua nasabah Bank Muamalat dengan menggunakan fitur WA Blast yang akan memudahkan karyawan karena langsung bisa memberikan informasi kesemua nasabah tanpa harus memberikan informasi satu persatu.



BAB III

IDENTIFIKASI MASALAH

3.1 Identifikasi Masalah

Selama kegiatan magang berlangsung ditemukan beberapa permasalahan yang terjadi pada Bank Muamalat KCP Semarang. Permasalahan tersebut akan dijelaskan berdasarkan beberapa aspek yang masuk kedalam manajemen, berikut aspek-aspek manajemen :

- Bidang Operasional

Permasalahan terkait Aspek Operasional

Outlet sama ATM sedikit tidak menyuluh.

Minimnya outlet dan ATM bank muamalat indonesia di jalan raya merupakan kendala yang dialami nasabah dikarenakan jika ingin melakukan pembiayaan angsuran, menabung, tarik tunai, setor tunai, dll akan mengalami kesulitan dalam menemukan outlet atau ATM bank muamalat, maka dari itu untuk melakukan semua kegiatan tersebut nasabah muamalat harus langsung kecabang muamalat.

- Bidang SDM

Permasalahan terkait Aspek Sumber Daya Manusia :

Kurangnya kinerja pegawai.

Pandemi covid-19 berdampak terhadap kurangnya kinerja karyawan bahkan beberapa karyawan yang dinyatakan positif dan berdampak sama yang lain

sehingga harus melakukan Isolasi Mandiri serta adanya penerapan *Work From Home* (WFH) dan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) yang diterapkan pemerintah, sehingga dengan adanya kendala tersebut baik tugas atau wewenang yang diberikan pihak atasan untuk diselesaikan tidak bisa efektif dan efisien sesuai target yang telah ditetapkan Bank Muamalat.

- Bidang Pemasaran

Permasalahan pemasaran yang terdapat pada tempat magang dapat membuat keterlambatan dalam melaksanakan pekerjaan. Berikut permasalahan pemasaran pada tempat magang :

Belum Optimalnya Penerapan QRIS dari Bank Muamalat.

Dikarenakan masih adanya kesenjangan atas akses informasi melalui teknologi digital serta kurangnya pemahaman mengenai literasi keuangan digital terutama bagi nasabah yang tinggal di pedesaan dan sudah berusia lanjut, Sehingga hal tersebut memungkinkan kendala yang dialami dalam mengoperasikan QRIS.

- Bidang Keuangan

Penundaan angsuran pembiayaan oleh nasabah.

Di era pandemi baik perusahaan, karyawan, maupun UMKM semua terdampak. Bahkan banyak perusahaan yang mem PHK karyawannya dikarenakan operasinya yang tidak bisa berjalan lancar seperti biasanya sehingga menyebabkan keuntungan yang diraih mengalami masalah atau penurunan, maka

dengan kondisi tersebut banyak nasabah yang melakukan penundaan pembiayaan angsuran terhadap Bank Muamalat sehingga mengalami penurunan profit.

3.2 Prioritas Masalah

Dari beberapa masalah yang ada terdapat permasalahan penting yang harus dihadapi maka akan diprioritaskan pada aspek pemasaran Bank Muamalat KCP Semarang yang menerapkan QRIS, penerapan ini juga akan memudahkan Bank Muamalat untuk memperluas kerjasama bisnis dengan lembaga jasa keuangan (LJK) dan mitra non-LJK, Mitra non-LJK sendiri salah satunya yaitu lembaga masjid.

Masjid yang biasanya diketahui adalah tempat untuk bersujud. Namun, dalam arti luas masjid merupakan tempat ibadah bagi umat muslim, pendidikan Islam pertama kali lebih baik dilakukan di masjid sebagai lembaga pengembangan pendidikan keluarga dengan skala kecil. Lembaga pendidikan Islam merupakan sebuah wadah proses pendidikan Islam, pendidikan dapat dimulai dari lingkungan keluarga sampai dengan pendidikan yang berlandaskan syariah Islam, hal ini upaya program Bank Muamalat KCP Semarang memudahkan pengurus Masjid AL-Falah Bulustalan dalam menyebarkan kebaikan melalui sedekah dan infaq.

Akan tetapi masih belum efektif nya produk QRIS dikarenakan beberapa nasabah yang belum mengetahui dengan baik fungsi dan kegunaan QRIS serta bagaimana agar bisa dapat mengelola QRIS

yang disediakan Bank Muamalat. Serta masih adanya kesenjangan atas informasi yang diberikan dari pihak Bank maupun akses informasi melalui teknologi digital terutama bagi nasabah yang tinggal di pedesaan dan sudah berusia lanjut, menjadi salah satu kendala yang dihadapi. Dengan permasalahan tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Belum Optimalnya Implementasi QRIS dari Bank Muamalat” sedangkan tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui berbagai permasalahan yang menghambat implementasi QRIS sehingga hasilnya kurang optimal.

Pengembangan dan pemberdayaan ekonomi syariah kini dipandang sangat potensial apalagi dengan barcode QRIS. QRIS adalah penyatuan berbagai macam QR dari berbagai Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) menggunakan QR Code. Adapun QR Code sendiri adalah sebuah kode matriks dua dimensi, terdiri atas penanda tiga pola persegi pada sudut kiri bawah, sudut kiri atas dan sudut kanan atas, memiliki modul hitam berupa persegi, titik atau piksel, dan memiliki kemampuan menyimpan data alfanumerik, karakter dan simbol. QRIS dikembangkan oleh industri sistem pembayaran bersama dengan Bank Indonesia agar proses transaksi dengan QR Code dapat lebih mudah, cepat, dan terjaga keamanannya.

QR Code dapat diakses di produk Muamalat Din, Muamalat Din adalah produk layanan mobile banking bank muamalat yang dapat

diakses kapan saja dan dimana saja oleh seluruh penggunanya baik nasabah ataupun non nasabah.

Tabel 3. 1 Fitur Mualamat DIN

Fitur	Keterangan
Transfer	Antar bank muamalat, antar bank lain, SKN, dan RTGS.
Pembayaran dan Top up	PLN (Pasca bayar, Token, dan Non tagihan).
	Telkom (Telkom pay dan Internet Telkom).
	Ponsel pascabayar.
	Pulsa ponsel.
	Paket data.
	Uang elektronik.
	Tv berlangganan.
	Tiket.
	Zakat.
	Virtual account.
	DPLK syariah.
Pembukaan Rekening Online	Tabungan.
	Deposito.

Sumber : Data Sekunder yang Diolah

Muamalat DIN (Digital Islamic Network) ini adalah salah satu jenis mobile banking yang memiliki fitur beragam yang diantaranya :

1. *Fitur financial* yang memungkinkan nasabah bertransaksi finansial tanpa harus datang ke bank.

2. *Fitur Non finansial* yang dilengkapi informasi produk dan layanan untuk mempermudah pengguna mengetahui segala produk. Lokasi ATM dan kantor cabang serta konten islami (kalkulator zakat, arah kiblat, jadwal sholat).

3. *Fitur* yang menggiurkan lainnya yaitu adanya tampilan baru yang lebih bagus, dilengkapi *biometric login* (*login* dengan sidik jari), *single portofolio view* (memudahkan nasabah melihat ringkasan portofolionya di Bank Muamalat) dan smart transfer (pilihan menyimpan nomor rekening yang menjadi tujuan transfer dan lebih hemat waktu).

Pada *new mobile banking* mengeluarkan *fitur bar* yaitu dapat bertransaksi QRIS, dimana saat ini nasabah bisa bertransaksi di merchant yang berlogo QRIS. Transaksi menjadi lebih praktis dan mudah dengan adanya fitur favorit untuk menyimpan transaksi finansial. Memberikan kemudahan dalam melakukan transfer.

Masjid Bulustalan Al-Falah memiliki potensi kewirausahaan syariah, dalam rangka membangun ekosistem rantai nilai halal (*halal value chain*) yang terintegritas) oleh karena itu cukup dengan memanfaatkan QRIS sehingga bila ada yang mau memberi sumbangan, donasi, dan lainnya akan langsung ke rekening masjid tanpa ada kotak amal lagi, dan lebih aman. Disamping itu manfaat yang

didapatkan oleh Bank Muamalat apabila kode QR diakses oleh publik dapat memberikan *value* berupa meningkatkan penghimpunan dana.

Namun pada kenyataannya dalam penerapan QR Code masih ada kendala dan memerlukan waktu yang lama terutama di kota-kota kecil. Dikarenakan mengingat tingkat literasi keuangan digital di Indonesia yang masih sangat rendah dan juga banyaknya masyarakat yang belum tau cara penggunaan transaksi QR Code karena belum sampainya informasi ke semua desa-desa, ditambah masih banyaknya nasabah yang sudah lanjut usia tidak dapat menggunakan transaksi QR Code ini dikarenakan ketidak tahuannya di teknologi sekarang. Sehingga dibutuhkan sosialisasi dan Edukasi keseluruhan nasabah.

Untuk itu perlunya Bank Muamalat memberikan Edukasi terhadap para nasabahnya. Edukasi adalah segala keadaan, hal, peristiwa, kejadian, atau tentang suatu proses perubahan sikap dan tata laku seseorang atau kelompok orang dalam usaha mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran dan pelatihan. Pelaksanaan kegiatan Edukasi kepada nasabah dilaksanakan secara *door to door* dengan dibekali *leaflet* yang memuat informasi mengenai QRIS dimulai dari definisi umum, manfaat QRIS bagi merchant, prosedur pendaftaran QRIS bagi merchant, syarat dan ketentuan, serta karakteristik QRIS itu sendiri.

BAB IV

KAJIAN PUSTAKA

4.1 Pemasaran

4.1.1 Strategi Pemasaran

Kotler dan Keller (Yulianingsih, 2018) mengungkapkan bahwa pemasaran adalah proses dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran nilai produk dan jasa.

4.1.2 Bauran Pemasaran

Kotler dan Keller (Dwinanda, 2020) memaparkan variabel-variabel dari bauran pemasaran yang diterapkan saat ini adalah 7P (*product, price, place, promotion, people, process, physical evidence*).

1) Produk (*Product*)

Menurut Wijayanti (2018), *product* merupakan hasil kebijakan umum produk yang akan dijual, meliputi kualitas produk, *desain* kemasan, jenis kemasan, keunggulan, nama *brand*, formulasi, rasa, ukuran, *labeling*, nomor registrasi produk, petunjuk penggunaan, manfaat dan fungsi produk, dan lain sebagainya.

Produk yang di tawarkan Bank Muamalat KCP Semarang kepada Masjid Al-Falah Bulustalan adalah *Quick Respond Code Indonesian*

Standart (QRIS) yang diperuntukan untuk memudahkan pengurus masjid dalam menyebarkan kebaikan melalui sedekah dan infaq. Penggunaan QRIS di Masjid sama halnya menggantikan kotak infaq, dengan *scanning barcode* QRIS yang telah ditempatkan pada kotak infaq maupun sekitar masjid.

2) Harga (*Price*)

Tjiptono (Maramis, 2018) harga bisa diartikan sebagai jumlah uang (satuan moneter) dana atau aspek lain (non moneter) yang mengandung *utilitas* atau kegunaan yang diperlukan untuk mendapatkan sebuah produk. Menurut Kotler dan Armstrong (Amalia, 2016) harga adalah jumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan produk. Harga yang ditetapkan Bank Muamalat yaitu *merchant discount rate* sebesar 0,7% dari nilai transaksi pembayaran yang menggunakan QRIS.

3) Tempat atau Distribusi (*Place*)

Menurut Heizer & Render (Mardiasih, 2019) lokasi adalah pendorong biaya dan pendapatan, maka lokasi seringkali memiliki kekuasaan yang membuat strategis bisnis perusahaan. Lokasi yang strategis bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan bisnis perusahaan.

Dalam pemasarannya Bank Muamalat KCP Semarang fokus menargetkan pasar QRIS kepada sektor UMKM, maupun Masjid dan sebagainya, dengan lokasi yang strategis bertujuan untuk

memaksimalkan keuntungan bisnis perusahaan. Lokasi Bank Muamalat KCP Semarang ini letaknya di Jl. Mgr Sugiyono No. 102, Bulustalan, Kec. Semarang Sel., Kota Semarang Jawa Tengah 50246.

4) Promosi (*Promotion*).

Menurut Buchory dan Saladin (Aris, 2017) promosi adalah salah satu unsur dalam bauran pemasaran perusahaan yang didayagunakan untuk memberitahukan, membujuk, dan mengingatkan tentang produk perusahaan.

Untuk promosi yang diterapkan Bank Muamalat yaitu menggunakan pendekatan langsung dan pendekatan tidak langsung. Pendekatan langsung merupakan pemasaran sebuah produk yang ditujukan kepada nasabah secara langsung. Tenaga marketing akan melakukan kegiatan ke lapangan untuk menemui calon nasabah yang dituju. Sedangkan Pendekatan tidak langsung, merupakan salah satu strategi yang dilakukan Bank Muamalat KCP Semarang, pemasaran yang tidak berkomunikasi maupun bertatap muka secara langsung terhadap nasabah maupun calon nasabah. Kegiatan pemasaran ini dilakukan dengan mempromosikan sebuah produk melalui media cetak, media elektroni, dan media sosial.

5) Target Pemasaran (*People*)

People menurut Hurriyati dalam (Suratman, 2018) adalah semua pelaku yang memainkan peranan dalam penyajian jasa sehingga dapat

mempengaruhi persepsi pembeli. *People* (Orang) yang berinteraksi langsung dengan konsumen dalam memberika jasa, merupakan bagian penting untuk membangun loyalitas. Pengetahuan dan kemampuan *people* (Orang) yang bekerja sesuai dengan tujuan perusahaan merupakan modal yang sangat penting untuk mencapai keberhasilan (Hanggraito, 2020).

Target pemasaran Bank Muamalat yang pertama yaitu dari pihak nasabah maupun calon nasabahnya sendiri yang mempunyai usaha ataupun UMKM dan akan ditawari dalam pembuatan QRIS, yang akan dijelaskan solusi dan manfaatnya sehingga akan memudahkan dalam bisnis yang dijalani.

6) *Physical Evidence*

Menurut Kotler dan Keller (Wijaya, 2018) bukti fisik adalah bukti yang di miliki oleh penyedia jasa yang ditujukan kepada konsumen sebagai usulan nilai tambah konsumen. Bukti fisik merupakan wujud nyata yang ditawarkan kepada pelanggan ataupun calon pelanggan. Unsur yang termasuk didalam bukti fisik diantara lain lingkungan fisik, dalam hal ini bangunan fisik, peralatan, perlengkapan, logo, warna dan barang-barang lainnya yang disatukan dengan *service* yang diberikan.

Bank Muamalat KCP Semarang memiliki kantor yang bagus, menarik, nyaman, dan aman sehingga nasabah atau orang yang

berkunjung merasa seperti rumah sendiri, dengan dukungan dekorasi, layout ruangan, aroma ruangan, dan kenyamanan ruangan. Selain itu Bank Muamalat juga menawarkan produk yang ada dengan bukti fisik yang nyata dan langsung bisa diterima oleh nasabah yaitu tabungan, ATM, serta dalam penggunaan QRIS pihak nasabah akan diberikan QRIS code yang di cetak Bank Muamalat dan akan diberikan kepada nasabahnya agar pemilik yang memiliki bisnis usaha menempelkan bar code tersebut di kasir untuk memudahkan pembayaran.

7) Proses (*Process*)

Proses mengacu pada praktik terbaik dalam memberikan produk dan layanan kepada pelanggan dengan tujuan membuat mereka senang dan puas. Konsep ketekunan dan proses sangat penting dalam bauran pemasaran karena pelanggan mungkin memiliki kesan pertama berdasarkan proses pengiriman dan ketekunan yang digambarkan oleh pemasar (Souar, 2015). Proses ialah menjelaskan metode dan urutan dalam layanan dan menciptakan nilai yang dijanjikan kepada pelanggan dengan melayani permintaan setiap pelanggan (Anjani, 2018).

Proses yang dilakukan Bank Muamalat sendiri yaitu tetap melakukan strategi agar produk-produk yang dimiliki Bank Muamalat dapat dikenal oleh masyarakat, dengan melakukan sosialisasi kepada

nasabahnya maupun masyarakat sekitar tentang kemudahan menggunakan QRIS.

4.2 Edukasi

4.2.1 Definisi Edukasi

Menurut kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) edukasi adalah proses perubahan sikap dan tata laku seseorang atau kelompok orang dalam usaha mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran dan pelatihan. Menurut Fitriani (2011), edukasi atau pendidikan merupakan pemberian pengetahuan dan kemampuan seseorang melalui pembelajaran, sehingga seseorang atau kelompok orang yang mendapat pendidikan dapat melakukan sesuai yang diharapkan pendidik, dari yang tidak tahu menjadi tahu dan dari yang tidak mampu mengatasi kesehatan sendiri menjadi mandiri. Bank Muamalat melakukan edukasi sosialisasi tentang manfaat dan kemudahan dalam menggunakan QRIS kepada pengurus masjid dengan melakukan presentasi dihadapan semua pengurus masjid.

4.2.2 Tujuan Edukasi

Menurut Chayatin, Rozikin, dan Supradi (2007) terdapat tiga tujuan utama dalam pemberian edukasi kesehatan agar seseorang itu mampu untuk:

- 1) Menetapkan masalah dan kebutuhan yang mereka inginkan.
- 2) Memahami apa yang mereka bisa lakukan terhadap masalah dan menggunakan sumber daya yang ada.
- 3) Mengambil keputusan yang paling tepat untuk meningkatkan kesehatan.

4.2.3 Sasaran Edukasi

Edukasi menurut Mubarak (2007) ada tiga sasaran yaitu:

- 1) Edukasi individu yaitu edukasi yang diberikan dengan sasaran individu.
- 2) Edukasi pada kelompok yaitu edukasi yang diberikan itu dengan sasaran kelompok.
- 3) Edukasi masyarakat yaitu edukasi yang diberikan dengan sasaran masyarakat.

4.2.4 Metode Edukasi

Menurut Notoatmodjo (2012), berdasarkan pendekatan sasaran yang ingin dicapai, penggolongan metode edukasi yaitu:

- 1) Metode berdasarkan pendekatan perorangan

Metode ini bersifat individual dan biasanya digunakan untuk membina perilaku baru, atau membina seseorang yang mulai tertarik pada suatu perubahan perilaku atau inovasi. Dasar digunakannya

pendekatan individual ini karena setiap orang mempunyai masalah atau alasan yang berbeda-beda sehubungan dengan penerimaan atau perilaku baru tersebut. Ada 2 bentuk pendekatannya yaitu :

a) Bimbingan dan penyuluhan

b) Wawancara

2) Metode berdasarkan pendekatan kelompok

Penyuluhan berhubungan dengan sasaran secara kelompok. Dalam penyampaian edukasi dengan metode ini kita perlu mempertimbangkan besarnya kelompok sasaran serta tingkat pendidikan formal dari sasaran. Berdasarkan metode dan banyaknya peserta, edukasi kelompok dibagi menjadi dua kelompok yaitu kelompok besar dan kelompok kecil (Notoatmodjo, 2007). Kelompok besar yaitu satu kelompok yang jumlah pesertanya lebih dari 15 orang. Metode yang baik dalam kelompok ini adalah ceramah dan seminar.

Kelompok kecil merupakan suatu metode dalam edukasi kesehatan dengan jumlah peserta kurang dari 15 orang. Di dalam kelompok kecil terdapat beberapa metode yang bisa dilakukan yaitu diskusi kelompok, bermain peran dan permainan simulasi.

3) Metode berdasarkan pendekatan massa

Metode pendekatan massa ini cocok untuk mengkomunikasikan pesan-pesan kesehatan yang ditujukan kepada masyarakat. Sehingga

sasaran dari metode ini bersifat umum, dalam arti tidak membedakan golongan umur, jenis kelamin, pekerjaan, status social ekonomi, tingkat pendidikan, dan sebagainya, sehingga pesan-pesan kesehatan yang ingin disampaikan harus dirancang sedemikian rupa sehingga dapat ditangkap oleh massa.

4.2.5 Faktor yang mempengaruhi pemberian edukasi

Beberapa faktor yang perlu diperhatikan agar pemberian edukasi dapat mencapai sasaran (Saragih, 2010) yaitu :

- 1) Tingkat pendidikan Pendidikan dapat mempengaruhi cara pandang seseorang terhadap informasi baru yang diterimanya.
- 2) Tingkat sosial ekonomi Semakin tinggi tingkat sosial seseorang, semakin mudah pula dalam menerima informasi baru.
- 3) Adat istiadat Masyarakat kita sangat menghargai dan menganggap adat istiadat sebagai sesuatu yang tidak boleh diabaikan.
- 4) Kepercayaan masyarakat Masyarakat lebih memperhatikan informasi yang disampaikan oleh orang-orang yang sudah kenal, karena sudah ada kepercayaan masyarakat dengan penyampaian informasi.

5) Ketersediaan waktu dimasyarakat Waktu penyampaian informasi harus memperhatikan tingkat aktifitas masyarakat untuk menjamin tingkat kehadiran masyarakat dalam penyuluhan.

4.3 Financial Technology

4.3.1 Pengertian *Financial Technology*

Financial technology atau “*Fintech*” adalah penggunaan teknologi untuk memberikan solusi keuangan. Pengertian lain mengenai *fintech* adalah sebuah istilah yang digunakan untuk menunjukkan perusahaan yang menawarkan teknologi modern pada sektor keuangan (ASTUTI, 2022).

Bank Indonesia mendefinisikan *Financial teckhnologi* merupakan hasil gabungan antara jasa keuangan dengan teknologi yang akhirnya mengubah model bisnis dari konvensional menjadi moderat, yang awalnya dalam membayar harus bertatap muka dan membawa sejumlah uang kas, kini dapat melakukan transaksi dengan melakukan pembayaran yang dapat dilakukan dalam hitungan detik saja. Sedangkan menurut ederan Bank Indonesia No. 18/22/DKSP tentang Penyelenggaraan Layanan Keuangan digital adalah penggunaan teknologi berbasis mobile ataupun berbasis web dalam kegiatan layanan sistem pembayaran dan keuangan yang dilakukan dengan kerja sama dengan pihak ketiga dalam rangka keuangan inklusif.

Fintech bukan merupakan layanan dari perbankan melainkan model bisnis baru dalam sektor keuangan. *Fintech* merupakan gelombang baru perusahaan yang memberikan model baru dalam cara individu dalam bertransaksi, seperti membayar, mengirim uang, meminjam, meminjamkan dan menginvestasikan uang mereka. *Fintech* merupakan penggabungan teknologi dan finansial dimana teknologi dapat berupa otomatisasi dengan mesin atau penggunaan media internet untuk mempermudah layanan, dan saat ini media internet menjadi pilihan utama bagi pelaku industri sektor keuangan.

4.3.2 Jenis- Jenis *Financial Technology*

1) *Crowdfunding* dan *Peer to Peer lending* (P2P lending)

Crowdfunding adalah suatu bentuk penggalangan dana untuk berbagai jenis usaha baik ide produk, bisnis, atau kegiatan yang dananya dari sumbangan masyarakat luas dan sering memiliki suatu imbalan berupa barang atau jasa.

2) Market Aggregator

Aggregator atau *e-aggregator* adalah layanan mengumpulkan dan menganalisa informasi keuangan dengan transparan dari berbagai sumber.

3) Risk and Investment Management

Dalam industri *Fintech risk and investment management* dikenal dengan istilah *Robo-Advisor* yaitu layanan yang memberikan saran atau mengelola kekayaan pribadi dan menggantikan pengelolaan kekayaan tradisional.

4.4 E-Money

4.4.1 Pengertian *E-Money*

E-Money (Electronic Money) atau Uang elektronik (uang digital) adalah pengganti uang yang digunakan dalam transaksi internet dengan cara elektronik yang melibatkan penggunaan jaringan komputer seperti internet dan sistem penyimpanan digital atau alat pembayaran dalam bentuk elektronik dimana nilai uangnya disimpan di dalam media elektronik dapat berupa chip. *E-Money* ini memiliki nilai yang tersimpan dimana jumlah uang dalam suatu media elektronik yang dimiliki akan berkurang jika digunakan untuk transaksi dan akan bertambah saat di setor kembali oleh pengguna *E-Money*. Bentuk dari *E-Money* adalah kartu. *E-Money* dapat digunakan untuk beragam jenis pembayaran seperti pembayaran transportasi umum, jalan tol, dan toko yang bekerja sama dengan penerbit *E-Money*. Penerbit *E-Money* yaitu pihak perbankan atau lembaga lain selain bank atas perijinan dari Bank Indonesia.

Electronic money (E-Money) menurut Peraturan Bank Indonesia No. 11/12/PBI/2009 tentang Uang Elektronik adalah alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur sebagai berikut:

1. Diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit. Nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti server atau chip.
2. Digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut.
3. Nilai uang elektronik yang disetor oleh pemegang dan dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan. Semua uang yang tersimpan di *E-Money* tidak dijamin oleh LPS (Lembaga Penjamin Simpanan) sehingga kartu ini dapat dipindah tangankan dan di isi ulang di beberapa tempat seperti di bank, ATM, mesin EDC ataupun minimarket dan seluruh merchant yang menerima transaksi *E-Money*.

4.4.2 Manfaat *E-Money*

1. Memberikan pengguna *E-Money* kemudahan dan kecepatan dalam melakukan transaksi karena tidak memerlukan uang tunai.
2. Tidak perlu menerima uang kembalian berupa permen saat penjual tidak memiliki kembalian uang kecil (recehan).

3. Tanpa batasan penggunaan dalam sehari sampai jumlah saldo di dalam *E-Money* habis.

4. *E-Money* mudah dibawa kemana saja dan tidak memakan tempat.

5. Fitur yang ada pada *E-Money* bisa pembayaran tol, melakukan pembelian di Toko retail (Indomaret dan Alfamart), pembayaran di wisata hiburan, restoran, maupun toko yang terdapat logo *E-Money*, pembayaran di SPBU Pertamina yang berlogo *E-Money* dan segala pembayaran bisa dilakukan jika terdapat logo *E-Money*.

4.4.3 Keunggulan *E-Money*

1. Penggunaan *E-Money* lebih efektif untuk mengurangi peredaran uang palsu di masyarakat.

2. Mencegah tindak pidana yang disebabkan oleh tindakan membawa uang tunai.

3. Efisiensi karena tidak perlu repot menghitung uang kembalian, apalagi jika nominal angkanya unik.

4. Dapat mengetahui dengan pasti berapa jumlah uang yang digunakan.

5. Menghemat waktu antrian, misalnya antrian di jalan tol.

BAB V

METODA PENGUMPULAN DAN ANALISIS DATA

5.1 Metoda Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data berupa suatu pernyataan tentang sifat, keadaan, kegiatan tertentu dan sejenisnya. Pengumpulan data dilakukan untuk mendapatkan suatu informasi yang dibutuhkan dalam mencapai tujuan penelitian. Dalam penyusunan tugas akhir ini penulis mengambil objek penelitian pada Bank Muamalat Indonesia KCP Semarang yang berlokasi di Jl. Mgr Sugiyopranoto No.102, Bulustalan, Kec. Semarang Sel., Kota Semarang, Jawa Tengah 50246. Adapun metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

5.1.1 Observasi

Salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengetahui atau menyelidiki tingkah laku non verbal yakni dengan menggunakan teknik observasi. Menurut Sugiyono (2018:229) observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Observasi juga tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek-objek alam yang lain. Melalui kegiatan observasi peneliti dapat belajar tentang perilaku dan makna dari perilaku tersebut.

5.1.2 Wawancara

Menurut Sugiyono (2016) wawancara merupakan metode pengambilan data dengan bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab antara penyelidik dengan subyek atau responden dalam suatu topik tertentu. Wawancara sebagai metode penelitian yang digunakan untuk mencari data kepada narasumber. Wawancara sebagai metode penelitian digunakan untuk mencari data kepada narasumber mengenai implementasi Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) pada Nasabah Bank Muamalat KCP Semarang.

Adapun penelitian ini menggunakan bentuk wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang bebas, peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan. Wawancara tidak terstruktur atau terbuka, sering digunakan dalam penelitian pendahuluan atau bahkan untuk penelitian yang lebih mendalam tentang responden.

5.1.3 Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu cara mengumpulkan data melalui peninggalan tertulis seperti arsip, termasuk juga buku tentang teori, pendapat, atau hukum yang berhubungan dengan penelitian. Dokumentasi yang digunakan peneliti disini berupa foto, gambar, serta

data-data yang terkait dengan judul penelitian tentang implementasi produk *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) pada Nasabah Bank Muamalat KCP Semarang.

5.2 Metoda Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan adalah studi komparatif. Studi komparatif adalah kajian berdasarkan dengan perbandingan. Menurut sugiyono, penelitian dengan analisis komparatif adalah penelitian yang bersifat membandingkan (Wardhani, 2013). Studi komparatif membandingkan pelaksanaan magang di lapangan yakni Bank Muamalat Indonesia KCP Semarang dengan teori yang dikaji. Adapun kajian teori yang digunakan adalah teori manajemen pemasaran, bauran pemasaran yang akan dibandingkan dengan kondisi ideal di Bank Muamalat KCP Semarang terkait penyelesaian masalah yang dipilih penulis.



5.3 Metode Penyelesaian Masalah

Data-data yang diperoleh akan di analisa dan di bahas dengan metode sebagai berikut :

Gambar 5. 1 Metode Penyelesaian Masalah



Dengan metode penyelesaian masalah di atas, peneliti akan memaparkan hasil data yang diperoleh dengan lengkap dan terperinci dari hasil observasi dan wawancara semi terstruktur yang telah dilakukan oleh peneliti pada objek penelitian yaitu Belum Optimalnya Implementasi QRIS dari Bank Muamalat untuk Masjid Al-Falah Bulustalan.

Selanjutnya, data-data yang peneliti peroleh dari observasi dan wawancara semi terstruktur tersebut akan di analisis menggunakan teknik analisis data dengan menggunakan teori 7P.

Tabel 5. 1 Pemaparan Hasil Analisis Data

Diketahui	Keterangan
Wawancara	1. Supervisor
	2. Nasabah
Masalah	<p>Tingkat literasi keuangan digital masyarakat terpencil yang masih rendah. Dikarenakan QRIS masih menjadi sesuatu hal yang baru di kalangan masyarakat dan kurangnya sosialisasi menyebabkan nasabah kurang memahami sistem kerja dari pembayaran melalui QRIS.</p>
Solusi	<p>Supervisor : Perlu ditingkatkan sosialisasi tentang QRIS dikalangan masyarakat. Sosialisasi keuangan digital dikalangan masyarakat harus terus dilakukan, Bank Muamalat perlu mengadakan sosialisasi tentang QRIS untuk menambah pengetahuan nasabah</p>

	<p>terkait tata cara dan fitur apa saja yang ada pada QRIS. Dikarenakan semua transaksi keuangan menggunakan QRIS untuk menjadi lebih mudah. Sosialisasi ini dilakukan dalam bentuk spanduk, brosur, maupun edukasi langsung kepada nasabah.</p>
	<p>Nasabah : Dengan mengadakan presentasi atau sosialisai kumpulan pengurus masjid menjadi salah satu cara yang dilakukan pihak Bank Muamalat. Dikarenakan pengurus masjid biasanya adalah orang yang dituakan di daerah masjid, maka ketika akan ada pertemuan untuk presentasi bisa diwakilkan kepada pengurus muda yang memahami mengenai transaksi digital.</p>
Teori	Menggunakan teori bauran pemasaran7P.

BAB VI

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

6.1 Analisis Permasalahan

Dalam analisis permasalahan masalah ini penulis menjelaskan gambaran masalah yang dipilih dan menjabarkan pemecahan masalah sebagai berikut :

6.1.1 Operasional QRIS

PT Bank Muamalat Indonesia Tbk. menyematkan fitur Quick Response (QR) Code atau kode respon cepat pada aplikasi *mobile banking* Muamalat DIN. Fitur ini diluncurkan secara virtual pada hari Kamis, 28 Januari 2021. Transformasi digital merupakan salah satu pilar strategi bisnis Bank Muamalat pada tahun 2021. Oleh karena itu, peluncuran fitur QR Code Muamalat DIN merupakan bentuk adaptasi perseroan terhadap era digital sekaligus juga dukungan terhadap kebijakan regulator untuk mengoptimalkan transaksi nontunai.

Bank Muamalat memperkenalkan fitur QR Code di Muamalat DIN dalam rangka mendukung program Bank Indonesia (BI) dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) senantiasa mendorong industri perbankan untuk memaksimalkan penggunaan transaksi nontunai. Selain itu, peluncuran fitur QR Code ini dilakukan di tengah masa pandemi Covid-19 merupakan momentum yang tepat mengingat adanya anjuran

pemerintah dalam meminimalisir kontak fisik secara langsung sebagaimana diatur dalam protokol kesehatan. pemanfaatan QR code justru dapat meminimalisir potensi penyebaran virus karena bersifat nirsentuh. Sehingga dalam transaksi seperti berbelanja akan jauh lebih aman.

QR Code Muamalat DIN terhubung dengan Quick Response Code Indonesian Standard atau disingkat QRIS yang merupakan standarisasi pembayaran menggunakan metode QR Code dari Bank Indonesia. Bank Muamalat bekerja sama dengan PT Artajasa Pembayaran Elektronik (ATM Bersama) selaku lembaga *switching*.

6.1.2 Aplikasi QRIS untuk siapa saja

PT Bank Muamalat KCP Semarang meluncurkan layanan QRIS kepada nasabah yang melakukan bisnis dengan menggunakan kode QR dalam sektor transaksi non-tunai, dengan mengunggulkan kemudahan dalam penggunaannya, produk QRIS sendiri dapat dipakai oleh nasabah untuk melakukan transaksi keuangan.

Sejak diluncurkannya sistem *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) atau Kode Respon Cepat Standar Indonesia, transaksi non-tunai yang ada di Indonesia semakin dimudahkan dengan hadirnya QRIS, konsumen tidak memerlukan uang cash atau uang fisik sebagai alat transaksi, konsumen hanya memerlukan smartphone nya untuk

melakukan transaksi dengan cara scan barcode yang tersedia di berbagai merchant yang ada.

Fitur QR Code Muamalat DIN saat ini sudah dapat digunakan untuk transaksi di merchant-merchant yang menggunakan logo QRIS seperti toko ritel (UMKM), SPBU hingga kotak amal (Masjid).

6.1.3 Kurang Optimalnya QRIS di Masjid

Lembaga pendidikan Islam merupakan sebuah wadah proses pendidikan Islam, pendidikan dapat dimulai dari lingkungan keluarga sampai dengan pendidikan yang berlandaskan syariaah Islam, seperti masjid. Dengan segala kebijakan yang memadai dan mendorong adanya inovasi sistem pembayaran, Bank Muamalat KCP Semarang dalam mengimplementasikan program QRIS lebih memfokuskan ke masjid untuk memudahkan pengurus masjid dalam menyebarkan kebaikan melalui sedekah dan infaq. Penggunaan QRIS di masjid sama halnya menggantikan kotak infaq yang tidak perlu memasukan uang tunai ke dalam kotak infaq, dengan *scanning barcode* pada QR Code yang telah ditempatkan pada kotak infaq maupun sekitar masjid.

penerapan sistem pembayaran *cashless* atau non tunai ini juga mengalami kendala. Umumnya kendala yang dialami oleh masyarakat atau nasabah yang menggunakan QRIS yaitu Tingkat literasi keuangan digital masyarakat masih rendah. Padahal secara konseptual, literasi keuangan digital ini menjadi sebuah kemampuan yang harus dimiliki

oleh masyarakat baik yang mempunyai usaha (*merchant*) maupun nasabah yang menggunakan QRIS.

Hal ini seharusnya sesuai dengan tujuan diterbitkannya QRIS dimana QRIS merupakan inovasi digital yang dapat memudahkan masyarakat dalam bertransaksi. Kendati demikian, masih ada persepsi masyarakat yang menganggap QRIS bukanlah produk yang dapat memudahkan masyarakat, melainkan sebaliknya sehingga masih banyak nasabah yang asing dengan sistem *digital payment* ini. Dari analisis permasalahan yang dialami nasabah Bank Muamalat KCP Semarang yaitu :

Tingkat literasi keuangan digital masyarakat Semarang di daerah terpencil dan kota-kota kecil yang masih rendah, hal ini dikarenakan QRIS masih menjadi sesuatu hal yang baru di kalangan masyarakat dan kurangnya sosialisasi oleh pihak penyelenggara QRIS itu sendiri. Sehingga, menyebabkan nasabah menjadi kurang memahami sistem kerja dari pembayaran melalui QRIS. Akan tetapi masih belum efektifnya produk QRIS dikarenakan beberapa nasabah yang belum mengetahui dengan baik fungsi dan kegunaan QRIS serta bagaimana agar bisa dapat mengelola QRIS yang disediakan Bank Muamalat. Serta masih adanya kesenjangan atas informasi yang diberikan dari pihak Bank maupun akses informasi melalui teknologi digital terutama bagi nasabah yang tinggal di pedesaan dan sudah berusia lanjut, menjadi salah satu kendala yang dihadapi.

6.2 Pembahasan

Dalam pembahasan ini penulis menjabarkan pemecahan masalah sesuai dengan model rencana penyelesaian sebagai berikut :

6.2.1 Operasionalisasi QRIS

A. Fitur QRIS Beberapa fitur yang diunggulkan di dalam produk Bank Muamalat KCP Semarang, antara lain:

1. Donasi Digital Hampir sama dengan kotak amal di mana kita memasukan uang *cash* ke dalamnya, donasi digital hanya memerlukan aplikasi pihak ketiga seperti dompet digital dan Mobile Banking dengan cara scan barcode yang tersedia di tempat tempat yang membutuhkan donasi misalnya: panti asuhan, masjid yang dalam tahap pembangunan, pondok pesantren dan lain sebagainya.

2. Zakat, Sedekah, dan iuran qurban di Masjid Produk QRIS juga dapat menerima zakat, sedekah maupun iuran qurban secara digital sama halnya dengan sistem donasi digital, transaksi tersebut dapat langsung diterima oleh takmir masjid yang memegang rekening masjid.

B. Penggunaan QRIS Sebagian besar produk *Quick Response Code Indonesian Standard* atau QRIS cara penggunaannya sama, yaitu dengan mengandalkan kamera smartphone yang dihadapkan pada barcode atau QR code yang tersedia di berbagai *merchant*, secara langsung transaksi yang dilakukan langsung debit ke rekening pemilik

usaha, dan saldo konsumen atau pengguna berkurang, sama halnya dengan transaksi tunai.

Transaksi tersebut dapat digunakan melalui aplikasi Mobile Banking bank apapun selama *M-Banking* tersebut telah bekerja sama dengan sistem QRIS. Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya produk QRIS tidak hanya menerima transaksi dari Mobile Banking Bank Muamalat melainkan dapat menerima transaksi dari Mobile Banking Bank manapun, QRIS juga dapat menerima transaksi dari aplikasi seperti shopee dengan fitur *shopeepay* nya, ovo, dan gojek dengan fitur *gopay* nya dompet digital seperti linkaja maupun DANA.

Kelebihan dalam bertransaksi menggunakan sistem *scan code* adalah transaksi terjadi secara real-time atau langsung dan dapat terhindar dari salah nominal transaksi maupun penipuan. Transaksi digital juga terdapat fitur refund atau pengembalian dana, dalam hal ini semisal terjadi kelebihan nominal transaksi.

Kelebihan dalam bertransaksi menggunakan sistem *scan code* adalah transaksi terjadi secara real-time atau langsung dan dapat terhindar dari salah nominal transaksi maupun penipuan. Transaksi digital juga terdapat fitur *refund* atau pengembalian dana, dalam hal ini semisal terjadi kelebihan nominal transaksi. penggunaan transaksi digital dengan cara mengajak masyarakat untuk menggunakan uang non-tunai dalam bertransaksi, QRIS sendiri mempermudah aktivitas

keuangan tanpa adanya kontak fisik di era pandemi ini antara penerima maupun pemberi, hanya bermodal smartphone masyarakat sudah bisa melakukan aktivitas keuangan seperti biasa tanpa menggunakan uang cash atau uang fisik.

6.2.2 Quick Respond Indonesia Standard (QRIS)

Menurut peraturan Bank Indonesia No. 23/8/2021 tentang *Quick Response Code Indonesian Standard* atau biasa disingkat QRIS (dibaca KRIS) adalah penyatuan berbagai macam QR dari berbagai Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) menggunakan QR Code. QRIS dikembangkan oleh industri sistem pembayaran bersama dengan Bank Indonesia agar proses transaksi dengan QR Code dapat lebih mudah, cepat, dan terjaga keamanannya. Semua Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran yang akan menggunakan QR Code Pembayaran wajib menerapkan QRIS.

Bank Indonesia meluncurkan *standard Quick Response (QR) Code* untuk pembayaran melalui aplikasi uang elektronik server based, dompet elektronik, atau mobile banking yang disebut *QR Code Indonesian Standard*, bertepatan dengan Hari Ulang Tahun (HUT) ke-74 Kemerdekaan RI, pada 17 Agustus 2019 di Jakarta. Peluncuran QRIS merupakan salah satu implementasi Visi Sistem Pembayaran Indonesia (SPI) 2025, yang telah dicanangkan pada Mei 2019 lalu. ketentuan

QRIS dapat dilihat pada No. 21/16/PADG/2019 tentang Implementasi *Standar Nasional Quick Response Code* untuk Pembayaran.

Adapun visi bank Indonesia sistem pembayaran non-tunai dengan menggunakan jasa produk QRIS sebagai berikut :

- a. SPI (Sistem Pembayaran Indonesia) 2025 mendukung integrasi ekonomi keuangan digital nasional sehingga menjamin fungsi bank sentral dalam proses peredaran uang, kebijakan moneter, dan stabilitas sistem keuangan, serta mendukung inklusi keuangan.
- b. SPI (Sistem Pembayaran Indonesia) 2025 mendukung digitalisasi perbankan sebagai lembaga utama dalam ekonomi keuangan digital melalui *open-banking* maupun pemanfaatan teknologi digital dan data dalam bisnis keuangan.
- c. SPI (Sistem Pembayaran Indonesia) 2025 menjamin interlink antara *Fin-tech* dengan perbankan untuk menghindari risiko *shadow-banking* melalui pengaturan teknologi digital (spt API), kerjasama bisnis, maupun kepemilikan perusahaan.
- d. SPI (Sistem Pembayaran Indonesia) 2025 menjamin keseimbangan antara inovasi dengan *consumers protection*, integritas dan stabilitas serta persaingan usaha yang sehat melalui penerapan KYC (*Know Your Costumer*) & AML (*Anti Money Laundering*) – (*And Counter Financing of Laundering*), kewajiban keterbukaan untuk data, informasi,

bisnis publik dan penerapan *reg-tech* & *sup-tech* dalam kewajiban pelaporan, regulasi dan pengawasan.

e. SPI 2025 menjamin kepentingan nasional dalam ekonomi keuangan digital antar negara melalui kewajiban pemrosesan semua transaksi domestik di dalam negeri dan kerjasama penyelenggara asing dengan domestik, dengan memperhatikan prinsip resiprokalitas.

Quick Response (QR) Code Menurut (soon,2008), kode QR adalah suatu jenis kode matriks atau kode batang dua dimensi yang dikembangkan oleh Denso Wave, sebuah divisi Denso Corporation yang merupakan sebuah perusahaan Jepang dan dipublikasikan pada tahun 1994 dengan fungsionalitas utama yaitu dapat dengan mudah dibaca oleh pemindai QR merupakan singkatan dari quick response atau respons cepat, yang sesuai dengan tujuannya adalah untuk menyampaikan informasi dengan cepat dan mendapatkan respons yang cepat pula. Berbeda dengan kode batang, yang hanya menyimpan informasi secara horizontal, kode QR mampu menyimpan informasi secara horizontal dan vertikal, oleh karena itu secara otomatis kode QR dapat menampung informasi yang lebih banyak daripada kode batang.

Teknik Labeling QR Code adalah teknik penamaan barang menggunakan label QR Code. (JSIKA, 2016) menjelaskan bahwa “Kode QR adalah pengembangan kode bar yang biasanya terdiri atas

garis-garis dengan ketebalan yang berbeda”. QR Code memiliki beberapa kelebihan dibandingkan barcode traditional, (Ariska, 2016) kelebihan tersebut antara lain:

- a. Mampu menyimpan data tersandi dalam kapasitas besar QR Code mampu menyandikan berbagai macam tipe data seperti numeris, karakter, Kanji, Hiragana, simbol, biner, bahkan mampu menyandikan 7089 karakter hanya dalam satu symbol.
- b. QR Code mampu menyandikan data hanya dengan membutuhkan sepersepuluh ruangan yang dibutuhkan oleh barcode biasa.
- c. Mampu membaca pada arah manapun (360 derajat) QR Code mampu dibaca dalam berbagai arah secara cepat.

6.2.3 Optimalisasi QRIS di Masjid Al-Falah

Strategi Pemasaran pada intinya adalah kegiatan yang dilakukan suatu perusahaan atau badan usaha untuk mengenalkan suatu produk atau jasa untuk menarik minat masyarakat calon pelanggan untuk menggunakan produk atau barang dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut, Kegiatan tersebut juga dimaksudkan agar perusahaan tersebut dapat ikut andil dalam persaingan pasar, Penerapan strategi pemasaran juga dimaksudkan untuk meningkatkan jumlah penjualan dan mengoptimalkan keuntungan.

Para ahli juga mengemukakan pendapat mereka tentang pengertian strategi pemasaran, misalnya Paul dan Gultinan dalam buku Strategi dan Program Manajemen Pemasaran, “strategi pemasaran adalah sebuah pola pikir yang digunakan untuk suatu bisnis. Cara yang digunakan adalah dengan menggabungkan unsur pemasaran seperti segmentasi pasar, bauran marketing, posisi, dan sasaran pemasaran”. Bisa disimpulkan maksudnya adalah suatu perusahaan sebelum melakukan pemasaran tersebut telah memikirkan suatu cara agar dapat memaksimalkan proses pemasarannya agar tujuan yang dicapai jelas dan hasil yang dicapai maksimal.

Menurut Tjiptono (2000) dalam bukunya Strategi Pemasaran berpendapat, “strategi pemasaran adalah suatu alat yang dirancang dan direncanakan secara mendasar, Proses perancangan ini dilakukan sebagai upaya perusahaan untuk melakukan pengembangan keunggulan dalam bersaing melalui suatu program khusus dalam rangka melayani pasar secara berkesinambungan.”

Dalam pemasaran jasa perbankan memerlukan strategi bauran pemasaran yaitu Scriffman dan Kanuk (2008:7) mengatakan bahwa “bauran pemasaran merupakan pelayanan penyediaan dari perusahaan untuk konsumen dengan pilihan-pilihan metode dan alat untuk menghasilkan kepuasan konsumen”. Strategi bauran pemasaran merupakan salah satu strategi pemasaran yang dilakukan banyak perusahaan saat memasarkan produk yang dijualnya, dalam dunia

bisnis bauran pemasaran merupakan strategi pemasaran yang sengaja digabung menjadi satu agar taeget pemasaran perusahaan dapat terpenuhi dan keuntungan dapat dioptimalkan dengan baik, dengan menggabungkan aspek *Promotion* (Promosi), *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat), *People* (Target Pemasaran), *Physical Evidence* (Bukti Fisik), dan *Process* (Proses).

Tabel 6.1 Masalah dan Solusi

No.	Dimensi	Masalah	Solusi yang di usulkan	
			Supervisor	Nasabah (pengurus masjid)
1.	<i>Promotion</i>	<p>Tingkat literasi keuangan digital yang masih rendah. Dikarenakan QRIS masih menjadi sesuatu hal yang baru di kalangan masyarakat.</p>	<p>Untuk meningkatkan QRIS, Bank Muamalat melakukan Promosi menggunakan 2 pendekatan,</p> <p>1. pendekatan langsung yaitu pendekatan yang ditujukan kepada nasabah secara langsung, dan</p> <p>2. pendekatan tidak langsung yaitu</p>	<p>Memberikan presentasi kepada seluruh pengurus masjid, terutama bagi remaja masjid agar dapat mengoptimalkan QRIS dengan baik melalui 2 metode,</p> <p>1. Metode per orang (face to face) yaitu kepada</p>

		pendekatan yang dilakukan dengan mempromosikan melalui media cetak, media elektronik, maupun media sosial.	ketua masjid, dan 2. Metode pendekatan kelompok yaitu kepada peserta atau hadirin yang berada di masjid.
2.	<i>Product</i>	QRIS atau singkatan dari QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard), Bank Muamalat mengkampanyekan penggunaan transaksi digital dengan cara mengajak masyarakat untuk menggunakan uang non-tunai dalam bertransaksi, QRIS sendiri mempermudah aktivitas keuangan tanpa adanya kontak fisik di era pandemi ini	Produk yang dimiliki Bank Muamalat sudah baik karena mengikuti era zaman digital tanpa harus membawa uang tunai dalam melakukan transaksi.

		<p>antara penerima maupun pemberi, hanya bermodal smartphone masyarakat sudah bisa melakukan aktivitas keuangan seperti biasa tanpa menggunakan uang cash atau uang fisik.</p>	
3.	<i>Price</i>	<p>Harga yang ditetapkan Bank Muamalat yaitu <i>merchant discount rate</i> sebesar 0,7% dari nilai transaksi pembayaran bagi UMKM yang menggunakan QRIS.</p> <p>Akan tetapi jika transaksi menggunakan <i>fitur</i> QRIS untuk pembayaran donasi sosial pihak penyelenggara (masjid atau lembaga sosial)</p>	<p>Untuk harga yang diberikan Bank Muamalat sudah murah dan kompetitif bagi nasabahnya karena sudah sesuai dengan aturan yang ditetapkan oleh Bank Indonesia.</p>

		<p>tidak dikenakan biaya <i>Merchant Discount Rate</i> (MDR) MDR 0 persen atau tidak dikenakan biaya dalam setiap transaksi atau gratis di setiap transaksi, tidak adanya biaya admin, ataupun yang lainnya.</p>	
4.	<i>Place</i>	<p>Bank Muamalat KCP Semarang sudah sangat strategis. Lokasinya berada di pusat kota, pusat perekonomian, dan pusat pembelanjaan. Bank Muamalat KCP Semarang berada di dekat wisata pantai marina yang saat ini sedang ramai menjadi</p>	<p>Untuk tempat Bank Muamalat sudah strategis akan tetapi untuk kedepannya masjid yang diajak kerjasama pilihlah masjid yang sudah besar (Jami') yang pengurus masjidnya sedikit tau tentang <i>technolgy</i> agar lebih mudah dan tanggap</p>

		<p>Kota tujuan para wisatawan dari berbagai daerah yang banyak dikunjungi oleh pendatang atau warga lokal. Sehingga nasabah tidak kesulitan dalam mencari dan mengakses lokasi kantor Bank Muamalat KCP Semarang apabila ingin melakukan transaksi.</p>	<p>dalam mengoperasikan QRIS.</p>
5.	<i>People</i>	<p>Bank Muamalat KCP Semarang untuk indikator people sudah baik. Karena karyawannya yang bersikap baik, ramah, dan sopan. Penampilannya pun rapi dan bersih. Sesuai dengan jargon dari</p>	<p>Untuk people di masjid sendiri kebanyakan pengurus yang sudah tua dan minim akan pengetahuan tentang technology untuk itu perlu di alihkan kepada</p>

			<p>Bank Muamalat sendiri yaitu Islamic, Modern, dan Profesional. Islamic karena sesuai syariat. Modern ini Bank Muamalat mengikuti berita yang ada sehingga tidak ketinggalan berita. Jadi ketika ada nasabah, Bank Muamalat mengetahui berita yang sedang viral sekarang, kondisi perekonomian sekarang seperti apa, investasi apa aja yang sedang berkembang di jaman ini. Dan untuk profesional Bank Muamalat melayani nasabah dengan profesional. Melaksanakan tugasnya</p>	<p>remaja masjid yang melek akan technology agar dapat mengoptimalkan QRIS dengan baik.</p>
--	--	--	---	---

			<p>sebagai karyawan sesuai dengan prosedur dan SOP. Karyawan sekarang juga diwajibkan bisa bisnis juga walaupun posisinya ada di <i>front office</i> maupun <i>financing</i>.</p>	
6.	<i>Physical evidence</i>		<p>Bukti fisik ini bisa dalam bentuk brosur yang memuat produk baru atau produk unggulan yang ditawarkan oleh bank, penampilan karyawan yang rapi dan sopan, seragam setiap karyawan yang mencerminkan kompetensi mereka, dekorasi internal dan eksternal bangunan</p>	<p><i>physical evidence</i> Bank Muamalat KCP Semarang sudah memadahi karena sudah sesuai dengan standart yang telah ditetapkan oleh kantor pusat.</p>

			<p>yang atraktif, ruang tunggu yang nyaman, dan lain-lain.” <i>Physical condition</i> setiap <i>contact point</i> harus bagus, menarik, nyaman, dan aman sehingga nasabah atau orang yang berkunjung merasa seperti di rumah sendiri, <i>feel like at home</i>, dengan adanya tambahan pencahayaan, tata ruang yang nyaman dan aroma ruangan yang membuat pengunjung menjadi nyaman. Konsep <i>physical evidence</i> berkaitan erat dengan bagaimana perusahaan mengatur tata letak ruang dan bangunan</p>	
--	--	--	--	--

		sehingga dapat menciptakan keindahan dan kenyamanan, agar dapat memperlancar proses produksi dan proses operasional.	
7.	<i>Process</i>	Bank Muamalat fokus menargetkan pasar QRIS kepada sektor UMKM, Masjid maupun pondok dan sebagainya, Bank Muamalat menargetkan masjid dan yayasan karena melihat peluang adanya pemberi donasi yang semakin banyak, Bank Muamalat memberikan kemudahan donasi tersebut dengan metode QRIS karena menganggap donasi	Pengurus masjid yang sudah tua akan saling belajar bersama remaja masjid untuk melekatkan adanya <i>technology digital</i> agar dapat mengoptimalkan dengan baik QRIS dari Bank Muamalat.

			digital merupakan langkah efisien dan cepat dalam hal menerima maupun memberi, dalam hal ini donasi.	
--	--	--	--	--

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan aspek *Promotion* (Promosi), *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat), *People* (Target Pemasaran), *Physical Evidence* (Bukti Fisik), dan *Process* (Proses) sebagai berikut :

1) Promosi (*Promotion*).

Menurut Buchory dan Saladin (Aris, 2017) promosi adalah salah satu unsur dalam bauran pemasaran perusahaan yang di dayagunakan untuk memberitahukan, membujuk, dan mengingatkan tentang produk perusahaan. Promosi adalah aktivitas mengkomunikasikan sebuah produk dengan tujuan membujuk target pasar untuk membeli produk tersebut (Amalia, 2016).

Promosi merupakan faktor terpenting dalam mewujudkan tujuan suatu penjualan di suatu perusahaan dan agar konsumen bersedia menjadi pelanggan setia, perusahaan terlebih dahulu meneliti produk

yang akan diproduksi. Untuk promosi yang harus diterapkan Bank Muamalat KCP Semarang yaitu sebagai berikut :

1. Pendekatan langsung

Pendekatan ini merupakan pemasaran sebuah produk yang ditujukan kepada nasabah secara langsung. Tenaga marketing akan melakukan kegiatan ke lapangan untuk menemui calon nasabah yang dituju.

Personal selling dilakukan karyawan Bank, namun hal ini adalah tugas seorang *marketing* untuk melakukan pemasaran produk sekaligus memberikan solusi produk yang dibutuhkan oleh calon nasabah yang sudah ditargetkan. Dalam melaksanakan kegiatan tersebut dalam memasarkan QRIS Bank Muamalat kepada calon nasabah, *account officer* maupun unit *funding officer* akan mendapatkan keuntungan untuk perusahaan diantaranya:

a. Petugas marketing dapat berkomunikasi secara langsung kepada nasabah, sehingga bank dapat memberikan penjelasan produk secara lengkap.

b. Bank Muamalat mendapatkan informasi dari nasabah secara langsung mengenai hambatan yang dialami, sehingga kelemahan produk dapat diatasi.

c. Petugas marketing dapat langsung mempengaruhi nasabah dengan argumen yang logis agar nasabah tertarik untuk memakai

produk yang ditawarkan menggunakan kalimat positif dan tidak memaksa.

d. Hubungan Bank Muamalat terhadap nasabah terjalin dengan baik dan akan meningkatkan citra perusahaan karena memberikan layanan kepada nasabah secara langsung, nasabah akan merasa diperhatikan.

e. Membuat situasi dan kondisi nasabah untuk memperhatikan secara jelas apa yang disampaikan oleh marketing.

Unit marketing harus memperbarui daftar calon nasabah sebagai sasaran dan harus terus bertambah setiap hari, hal tersebut sangat membantu memudahkan langkah marketing untuk mencapai target yang telah ditetapkan. Pendekatan secara langsung merupakan strategi marketing yang tepat karena tenaga pemasar akan menemui nasabah secara langsung untuk menjelaskan terkait keunggulan sebuah produk.

2. Pendekatan tidak langsung

Pendekatan ini merupakan salah satu strategi yang dalam pemasaran yang tidak berkomunikasi maupun bertatap muka secara langsung terhadap nasabah maupun calon nasabah. Kegiatan pemasaran ini dilakukan dengan mempromosikan sebuah produk melalui media cetak, media elektronik, dan media sosial.

Pemasaran ini dilakukan ketika terdapat produk baru yang akan dipasarkan oleh pihak bank, hal ini dilakukan oleh Bank Muamalat untuk memberikan informasi kepada nasabah maupun calon nasabah

tanpa harus datang ke bank untuk mencari informasi, strategi pemasaran tidak langsung ini dikemas semenarik mungkin agar dapat dipahami nasabah maupun calon nasabah yang telah disalurkan melalui beberapa media sosial.

Pemasaran ini dilakukan untuk memberikan informasi kepada nasabah maupun calon nasabah tanpa harus datang ke Bank untuk mencari informasi, strategi pemasaran tidak langsung ini dikemas semenarik mungkin agar dapat dipahami nasabah maupun calon nasabah yang telah disalurkan melalui beberapa media sosial.

Bank Muamalat KCP Semarang dalam melakukan promosi terhadap produk QRIS dengan cara memasarkan secara langsung dan tidak langsung. Pemasaran langsung dengan cara presentasi dan *door to door* dengan nasabah, sedangkan pemasaran secara tidak langsung dipasarkan melalui media elektronik, cetak, dan media sosial.

Selain itu perlunya Bank Muamalat melakukan presentasi terhadap nasabah yang merupakan pengguna QRIS bagi seluruh pengurus masjid, terutama remaja masjid untuk disampaikan kegunaan serta kemudahan yang didapat dalam produk QRIS, sehingga remaja masjid tersebut yang akan merealisasikan serta mengoptimalkan cara kerja QRIS di Masjid Al-Falah Bulustalan.

Metode edukasi yang digunakan adalah dengan cara, yaitu metode perorangan (*face to face*) dan metode pendekatan kelompok.

Contohnya edukasi secara *face to face* kepada ketua pengurus masjid untuk mengedukasi dan bekerja sama mengenai dana masjid yang dialihkan ke Bank Muamalat. Untuk metode pendekatan kelompok, edukasi dilakukan dihadapan sekelompok peserta atau hadirin.

2) Produk (*Product*)

Menurut Wijaya (2018) , *product* merupakan hasil kebijakan umum produk yang akan dijual, meliputi kualitas produk, desain kemasan, jenis kemasan, keunggulan, nama *brand* , formulasi, rasa, ukuran, *labeling*, nomor registrasi produk, petunjuk penggunaan, manfaat dan fungsi produk, dan lain sebagainya.

Bank Muamalat KCP Semarang menjual produk bernama QRIS atau singkatan dari Quick Respond Code Indonesian Standart, penggunaan transaksi digital dengan cara mengajak masyarakat untuk menggunakan uang non-tunai dalam bertransaksi, QRIS sendiri mempermudah aktivitas keuangan tanpa adanya kontak fisik di era pandemi ini antara penerima maupun pemberi, hanya bermodal smartphone masyarakat sudah bisa melakukan aktivitas keuangan seperti biasa tanpa menggunakan uang cash atau uang fisik.

Produk yang ditawarkan Bank Muamalat kepada masjid AL-Falah yaitu QRIS yang diperuntukan untuk memudahkan pengurus masjid dalam menyebarkan kebaikan melalui sedekah dan infaq. Penggunaan QRIS di Masjid sama halnya menggantikan kotak infaq, dengan

scanning barcode QRIS yang telah ditempatkan pada kotak infaq maupun sekitar masjid.

Penggunaan QRIS di masjid ini untuk memudahkan pengurus dalam mengelola dana, seperti pada masjid yang harus menyimpan dana yang besar dan tanpa menghitung uang yang ada di kotak infaq, dana yang diinfaqkan secara *real time* masuk ke dalam rekening masjid, dapat mengurangi penggunaan uang palsu, pengurus tidak perlu datang ke bank untuk menyetorkan sejumlah uang tunai.

3) Harga (*Price*)

Menurut Kotler dan Amstrong (Amalia, 2016) harga adalah jumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan produk. Selama proses magang berlangsung penulis bertindak sebagai seorang marketing, selama proses menawarkan dan sebelum menawarkan produk QRIS penulis mendapatkan informasi bahwa transaksi menggunakan fitur tersebut tidak dikenakan biaya dalam setiap transaksi atau gratis di setiap transaksi, tidak adanya biaya admin, ataupun yang lainnya.

Dengan begitu bagi pengurus masjid maupun masyarakat yang akan bersedekah tidak perlu lagi menghawatirkan terkait biaya admin dalam melakukan transaksi menggunakan QRIS masjid, selain itu tidak perlu lagi khawatir terkait akan adanya riba dalam melakukan

transaksi dikarenakan Bank Muamalat merupakan Bank yang menerapkan prinsip islam dalam menjalankan operasionalnya.

Ketersediaan produk dan layanan jasa keuangan yang dibutuhkan oleh seluruh golongan masyarakat agar setiap golongan tersebut mampu memanfaatkan produk dan layanan jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhan masing-masing. Dalam hal ini lembaga jasa keuangan perlu menyediakan produk dan layanan jasa keuangan untuk seluruh lapisan masyarakat. Selain itu, ketersediaan produk dan layanan jasa keuangan perlu disesuaikan dengan karakter dan kebutuhan masyarakat yang dapat dijangkau baik dari segi harga maupun aksesnya.

4) Tempat (*Place*)

Menurut Heizer & Render (Mardiasih, 2019) lokasi adalah pendorong biaya dan pendapatan, maka lokasi seringkali memiliki kekuasaan yang membuat strategis bisnis perusahaan. Ditambahkan pula oleh Irianto dan Prihati (Permatasari, 2019) bahwa keamanan tempat atau lokasi juga harus mempertimbangkan faktor - faktor seperti akses (kemudahan mencapai lokasi), visibilitas (lembaga tersebut dapat terlihat dengan jelas keberadaan miliknya), lalu lintas, tempat parkir, ekspansi (ketersediaan lahan untuk kemungkinan perluasan usaha), dan persaingan (dengan memperhitungkan lokasi pesaing).

Lokasi yang strategis bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan bisnis perusahaan. Lokasi Bank Muamalat KCP Semarang ini letaknya di Jl. Mgr Sugiyono No. 102, Bulustalan, Kec. Semarang Sel., Kota Semarang Jawa Tengah 50246. Lokasi tersebut adalah lokasi yang strategis dengan area yang cukup luas. Terdapat akses untuk keluar masuk kendaraan sehingga ketika nasabah melakukan transaksi tidak akan khawatir akan tempat parkir.

Dalam pemasarannya Bank Muamalat KCP Semarang fokus menargetkan pasar QRIS kepada sektor UMKM, maupun Masjid. Bank Muamalat menargetkan masjid karena melihat peluang adanya pemberi donasi yang semakin banyak, Bank Muamalat memberikan kemudahan donasi tersebut dengan metode QRIS karena menganggap donasi digital merupakan langkah efisien dan cepat dalam hal menerima maupun memberi, dalam hal ini donasi.

Dengan begitu solusi yang perlu diterapkan yaitu pentingnya Bank Muamalat KCP Semarang dalam mensurvei tempat yang akan diajak kerjasama dalam penggunaan QRIS masjid, misalnya dengan memilih lembaga masjid yang sudah besar (Jami'), serta lingkungan masyarakat yang dekat kota karena mengingat sebagian aktivitas tidak bisa terlepas dari perbankan dan teknologi, baik itu kegiatan transaksi, ekonomi, pendidikan. Sehingga pandangan masyarakat sekitar sudah mengetahui tentang penggunaan QRIS Masjid tersebut, serta akan

lebih banyak masyarakat yang bersedekah maupun berinfaq menggunakan produk QRIS dari Bank Muamalat KCP Semarang.

5) *People*

People menurut Hurriyati dalam Naninda (Suratman, 2018) adalah semua pelaku yang memainkan peranan dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli. *People* (Orang) yang berinteraksi langsung dengan konsumen dalam memberikan jasa, merupakan bagian penting untuk membangun loyalitas. Pengetahuan dan kemampuan *people* (Orang) yang bekerja sesuai dengan tujuan perusahaan merupakan modal yang sangat penting untuk mencapai keberhasilan (Hanggraito, 2020).

Bank Muamalat KCP Semarang untuk indikator *people* sudah baik. Karena karyawannya yang bersikap baik, ramah, dan sopan. Penampilannya pun rapi dan bersih. Sesuai dengan jargon dari Bank Muamalat sendiri yaitu Islamic, Modern, dan Profesional. Islamic karena sesuai syariat. Modern ini Bank Muamalat mengikuti berita yang ada sehingga tidak ketinggalan berita. Jadi ketika ada nasabah, Bank Muamalat mengetahui berita yang sedang viral sekarang, kondisi perekonomian sekarang seperti apa, investasi apa aja yang sedang berkembang di jaman ini. Dan untuk profesional Bank Muamalat melayani nasabah dengan profesional. Melaksanakan tugasnya sebagai karyawan sesuai dengan prosedur dan SOP. Karyawan sekarang juga

diwajibkan bisa bisnis juga walaupun posisinya ada di *front office* maupun *financing*.

6) *Physical Evidence*

Menurut Kotler dan Keller Wijaya (2018) bukti fisik adalah bukti yang dimiliki oleh penyedia jasa yang ditujukan kepada konsumen sebagai usulan nilai tambah konsumen. Bukti fisik merupakan wujud nyata yang ditawarkan kepada pelanggan ataupun calon pelanggan. Unsur yang termasuk didalam bukti fisik diantara lain lingkungan fisik, dalam hal ini bangunan fisik, peralatan, perlengkapan, logo, warna dan barang - barang lainnya yang disatukan dengan *service* yang diberikan.

Bukti fisik (*physical evidence*) adalah struktur fisik dari sebuah perusahaan yang merupakan komponen utama dalam membentuk kesan sebuah perusahaan. Bukti fisik memiliki peranan penting untuk menarik minat konsumen agar datang kesuatu perusahaan dan melakukan pembelian (Firmansyah, 2013).

Bank Muamalat KCP Semarang memiliki kantor yang bagus, menarik, nyaman, dan aman sehingga nasabah atau orang yang berkunjung merasa seperti rumah sendiri, dengan dukungan dekorasi, layout ruangan, aroma ruangan, dan kenyamanan ruangan. Strategi bukti fisik ini tentang produk yang ditawarkan berupa jasa yang berwujud dan tidak berwujud, dimana jasa yang berwujud

mengarahkan kepada produk-produk yang ada dan bukti tidak wujudnya mengarah kepada pelayanan jasa yang ada.

Menawarkan produk yang ada dengan bukti fisik yang nyata dan langsung bisa diterima oleh nasabah yaitu tabungan, ATM, serta dalam penggunaan QRIS pihak nasabah akan diberikan QRIS code yang di cetak Bank Muamalat dan akan diberikan kepada nasabahnya agar pemilik yang memiliki bisnis usaha menempelkan bar code tersebut di kasir untuk memudahkan pembayaran. Kemudian bukti layanan yang tidak wujud yaitu berupa layanan jasa yang terdiri dari sikap dan pelayanan kepada nasabah dan rasa saling percaya antar kedua belah pihak yang mendapatkan layanan produk-produk.

Perlunya Bank Muamalat KCP Semarang memberikan bukti fisik atau *physical evidence* yang mencakup semua hal yang berwujud berkenaan dengan suatu jasa seperti brosur, kartu bisnis, format laporan dan peralatan. Serta lingkungan fisik meliputi *smart* (kecerdasan), *rundown* (susunan acara), *interface* (antar muka), *comport* (kenyamanan), dan *facilitier* (fasilitas). Selain itu perlunya mobil keliling yang harus disediakan untuk melakukan pengontrolan terhadap kendala nasabah yang ada di luar selain di dalam kantor, sehingga akan memantau dan membantu dalam menyelesaikan kendala yang ada.

7) Proses (*Process*)

Menurut Zeithaml dan Bitner Permatasari (2019), proses merupakan “seluruh prosedur nyata, mekanisme, dan aliran aktivitas yang digunakan untuk menyampaikan jasa dari produsen kepada konsumen”.

Proses yang perlu dilakukan Bank Muamalat sendiri yaitu tetap melakukan strategi agar produk-produk yang dimiliki Bank Muamalat dapat dikenal oleh masyarakat, dengan melakukan sosialisasi kepada nasabahnya maupun masyarakat sekitar tentang kemudahan menggunakan QRIS, selain itu juga menyebarkan brosur kepada masyarakat serta ikut mendirikan tenda dalam *event* yang diselenggarakan masyarakat, untuk mengenalkan produk apa saja yang dimiliki Bank Muamalat.

Selain itu perlunya melakukan sosialisasi secara bertahap terhadap nasabah ataupun masyarakat sekitar terhadap kegunaan dan manfaat penggunaan QRIS sehingga dengan begitu, sedikit demi sedikit masyarakat akan mengetahui dengan baik kegunaan QRIS yang diterapkan di masjid. Edukasi dilakukan dengan mendatangi lembaga masjid di Masjid Al-Falah Bulustalan yang dilakukan minimal satu kali dalam sebulan. Proses kegiatan edukasi ini diawali dengan menentukan tempat, mempersiapkan bahan presentasi, diantaranya materi presentasi, perlengkapannya seperti alat tulis, dan brosur. Kemudian meminta izin kepada kepala lembaga yang bersangkutan, jika sudah mendapat izin maka selanjutnya melakukan presentasi dan menyebarkan

brosur kepada para hadirin. Selanjutnya sesi tanya jawab apabila ada yang belum paham.



BAB VII

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

7.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dan pemaparan diatas, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan, yaitu sebagai berikut:

1. Dengan adanya perkembangan zaman yang semakin pesat Bank Muamalat KCP Semarang telah ikut serta dalam memajukan aktivitas transaksi keuangan dengan adanya produk QRIS, produk tersebut sangat membantu masyarakat di era digital dengan cara memudahkan transaksi tanpa adanya uang cash, dalam hal ini masyarakat tidak perlu lagi menyusahkan diri menyiapkan uang cash setiap adanya aktivitas yang memerlukan uang fisik, mereka cukup menyiapkan smartphone dengan cara scan qr code di tempat tempat yang sudah menyediakan sistem pembayaran QRIS. QRIS sendiri sangat mudah digunakan, pengguna hanya perlu memiliki dompet digital atau Mobile Banking yang tentunya memiliki saldo yang cukup untuk melakukan transaksi dan sudah terdaftar dengan metode pembayaran QRIS. Fitur yang tersedia dalam aplikasi QRIS sendiri sangat menarik bagi kaum milenial dengan adanya donasi, iuran qurban, sedekah, maupun zakat digital kaum muda sangat terbantu dengan adanya fitur tersebut

dikarenakan anak muda zaman sekarang mayoritas menyimpan uang mereka dalam bentuk digital maupun saldo.

2. Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Bank Muamalat KCP Semarang merupakan sebuah produk digital yang menjadi salah satu produk unggulan dikarenakan adanya perubahan zaman yang mewajibkan untuk mengoptimalkan digitalisasi. QRIS yang dimiliki oleh Bank Muamalat dianggap sebagai produk yang membantu meningkatkan sektor usaha dan sistem lembaga pendidikan Islam dengan fleksibilitas dan transparannya sebuah produk tersebut pada era digitalisasi ini.
3. Dalam mengimplementasikan produk QR Code Bank Muamalat KCP Semarang tentu membutuhkan strategi pemasaran yang baik agar dapat bersaing dengan perusahaan lainnya. Implementasi ini diharapkan seluruh masyarakat Daerah Semarang dan sekitar menggunakan QRIS Bank Muamalat ini digunakan sebaik mungkin, karena dengan adanya perkembangan zaman yang serba digital. Strategi pemasaran yang diterapkan oleh Bank Muamalat KCP Semarang memiliki dua jenis pendekatan, yaitu pendekatan secara langsung dan secara tidak langsung. Pendekatan langsung merupakan strategi pemasaran yang lebih efektif, karena pendekatan ini lebih efektif dengan nasabah ketika menawarkan sebuah produk tersebut. Sedangkan pada pendekatan secara tidak langsung antar Bank dengan nasabah, merupakan pendekatan yang

kurang efektif dengan adanya strategi pemasaran pada sebuah media informasi seperti halnya media elektronik, media cetak dan media sosial. Pendekatan tersebut secara tidak langsung tidak memberikan informasi yang sangat jelas dan bergantung pada penerima informasi menanggapi pendekatan melalui media informasi yang diterima tersebut.

4. Adanya implementasi QRIS Bank Muamalat KCP Semarang, sektor lembaga pendidikan Islam dapat memajukan masyarakat di zaman modernisasi ini dalam sebuah transaksi digital, akan tetapi dalam proses pengimplementasian memiliki kendala yaitu pengurus masjid yang kurang memahami literasi keuangan digital masih rendah.

7.2 Rekomendasi

1. Perlu ditingkatkan sosialisasi tentang QRIS dikalangan masyarakat. Sosialisasi keuangan digital dikalangan masyarakat harus terus dilakukan, Bank Muamalat perlu mengadakan sosialisasi tentang QRIS untuk menambah pengetahuan nasabah terkait tata cara dan fitur apa saja yang ada pada QRIS. Dikarenakan semua transaksi keuangan menggunakan QRIS untuk menjadi lebih mudah. Sosialisasi ini dilakukan dalam bentuk spanduk, brosur, maupun edukasi langsung kepada nasabah.
2. Bank Muamalat KCP Semarang harus memaksimalkan ketahanan perusahaan dalam menghadapi segala perubahan yang mungkin terjadi. Terlebih dalam

hal teknologi informasi, agar memudahkan nasabah untuk mengakses semua fasilitas yang ditawarkan oleh Bank Muamalat KCP Semarang.

3. Dengan berjalannya waktu mungkin Bank Muamalat KCP Semarang dapat memberikan fitur cashback kepada pengguna QRIS khususnya pengguna Mobile Banking agar nasabah semakin tertarik dengan adanya sistem pembayaran QRIS.
4. Sesuai dengan apa yang telah saya dapatkan semasa berkuliah di kampus Universitas Islam Sultan Agung Semarang bahwasanya setiap kita mau maupun akan melakukan aktivitas baik didalam ruangan maupun di lapangan atau berinteraksi dengan nasabah, alangkah baiknya terlebih dahulu dan diutamakan membaca doa terlebih dahulu, agar apa yang nantinya akan dikerjakan semoga mendapat ridho dari Allah SWT.



BAB VIII

REFLEKSI DIRI

8.1 Dampak positif dari perkuliahan yang bermanfaat selama kegiatan magang berlangsung

Selama berlangsungnya kegiatan di tempat magang tepatnya di Bank Muamalat KCP Semarang, banyak sekali ilmu yang didapat selama kegiatan magang berlangsung, dan pastinya ilmu yang didapat di tempat magang menjadikan pengalaman yang sangat penting bagi mahasiswa Ketika memasuki dunia pekerjaan. Banyak sekali yang penulis dapat Ketika ditempatkan di berbagai posisi seperti pemasaran, dan juga penginputan data. Berbekal dengan ilmu yang sudah didapat sebelumnya selama masa perkuliahan dan juga pengalaman organisasi yang pernah diikuti Ketika di fakultas maupun universitas, penulis mampu bekerja secara individu maupun tim dan mampu berkomunikasi dengan baik, baik dengan supervisor, karyawan, maupun Ketika dalam memasarkan produk.

8.2 Manfaat magang terhadap pengembangan *soft-skill* dan kekurangan *soft-skill* mahasiswa

Selama kegiatan magang berlangsung, penulis bisa mengembangkan *skill* yang sebelumnya didapat di fakultas dan bisa mengembangkan dengan baik, seperti cara membedakan Ketika berkomunikasi dengan tim, sesama supervisor, karyawan, maupun dengan nasabah dalam memasarkan produk. Penulis juga mampu berfikir kritis dan memahami permasalahan apa yang sedang dialami di

tempat kerja, sehingga dengan bekal ilmu yang sudah di dapat Ketika di fakultas, penulis mampu memberikan saran agar masalah yang dialami di tempat magang mendapatkan solusi. Selain itu untuk kekurangan dari skill penulis sendiri yaitu belum mampunya mengelola waktu dengan sebaik mungkin dikarenakan masih bertrabakan antara mempromosikan produk yang akan ditawarkan dengan nasabah dan tugas menginput data yang telah diberikan supervisor kepada penulis selama magang.

8.3 Manfaat magang terhadap pengembangan kemampuan kognitif dan kekurangan kemampuan kognitif mahasiswa

Proses kegiatan magang sangat berdampak positif bagi mahasiswa, seperti mengembangkan kemampuan kognitif. Seperti mengingat standar operasional dalam kerja dan memproduksi. Proses kegiatan magang juga mengajarkan kemampuan penulis untuk berfikir luas, yang artinya penulis diajarkan tidak hanya memandang satu hal dari satu sudut pandang sehingga dapat menghasilkan pemikiran yang luas. Selain itu kekurangan kemampuan kognitif nya yaitu tidak bisa fokus dalam mengerjakan beberapa tugas sekaligus karena adanya gangguan sekitar.

8.4 Kunci sukses bekerja berdasarkan pengalaman magang

Kegiatan magang sangatlah penting bagi penulis, selain menjadikan pengalaman, penulis banyak mendapatkan manfaat dengan adanya kegiatan magang tersebut, seperti mengambil keputusan dan butuh bertanggung jawab yang besar atas tindakan yang akan dilakukan, ketelitian dalam bekerja dan

keuletan yang harus ditanam dalam diri penulis sehingga pekerjaan dapat terselesaikan.

8.5 Rencana pengembangan diri, karir, dan pendidikan mahasiswa

Kegiatan magang telah membentuk pola pikir kritis penulis terkait persiapan yang akan diambil setelah lulus dari jenjang sarjana dan mementingkan masa depan. Penulis mampu menentukan rencana yang akan diambil dan mengembangkan pengetahuan tentang agama.



DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, A. (2016). Perencana Strategi Pemasaran Dengan Pendekatan Bauran Pemasaran dan SWOT Pada Perusahaan Popsy .
- Aris, D. J. (2017). Pengaruh Pro mosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap keputusan pembelian produk saka bistro dan bar. Jurnal E - Proceeding of Management Vol.4, No.1 April 2017.
- ASTUTI, D. P. (2022). *Promosi Kesehatan dan Perilaku Kesehatan. 8.5.2017, 2003-2005.*
- Asubonteng, P., McCleary, K. J., dan Swan, J. E. (1996). SERVQUAL Revisited: a Critical Review of Service Quality. *The Journal of Services Marketing*, Vol. 10(6).
- BankMuamalat. (2016). *BankMuamalat*. <https://www.bankmuamalat.co.id/>
- Batinggi, A. (2015). *Manajemen Pelayanan Umum*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Boediono. (2013). *Pelayanan Prima Perpajakan*. Jakarta: Rineka Cipta
- Creswell, John. W. (2010). *Research design: pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed*. Yogyakarta: PT Pustaka Pelajar.
- Collier, D. A. (1987). The Customer Service and Quality Challenge. *Service Industries Journal*, Vol. 7(1).
- Daryanto, & Setyobudi, I. (2014). *Konsumen dan Pelayanan*. Yogyakarta: Gava Media
- Fandi Tjiptono, ph.d. 2000. *Strategi Pemasaran edisi 2*. Yogyakarta: Andi Offset
- Fathurrahman, A., Fadilla, J., 2019. Peranan Perbankan Syariah Terhadap Pengembangan Modal Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). *ALTijary* 5, 49–58. <https://doi.org/10.21093/at.v5i1.1783>
- Gathmir, M. (2016). TINJAUAN REGULASI TENTANG PEMBAYARAN MELALUI E-WALLET. *TINJAUAN REGULASI TENTANG PEMBAYARAN MELALUI E-WALLET*, 6(2), 1–9.
- Ikatan Bankir Indonesia. (2015). *Strategi Bisnis Syariah*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Irawan, D., 2016. Islam Dan Peace Building. *Religi Jurnal Studi Agama-Agama* 10, 158. <https://doi.org/10.14421/rejusta.2014.1002-02>
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran (Edisi Mile)*. Jakarta: Salemba Empat.

- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2012). *Marketing Management 14E*. New Jersey: Pearson Education.
- Lupiyoadi, R., dan Hamdani, A. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa (Edisi Kedua)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Maliki Baskoro, F. (2017). *E-Wallet dan AI, Ini Tren Fintech 2018*.
- Mardiasih, T. S. (2019). *Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Dipasar*.
- Mensari, R.D., Dzakra, A., 2017. *Islam dan Lembaga Keuangan Syariah* 3, 18.
- Moenir, H.A.S. (2014). *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Moleong, Lexy. (2010). *Metode penelitian kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., dan Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *The Journal of Marketing*, Vol. 49(4).
- Pasolong, H. (2017). *Teori Administrasi Publik*. Bandung: Alfabeta
- Permatasari, A. O. (2019). *Pengaruh Marketing Mix (7P0 Terhadap Pengambilan Keputusan Orang Tua Memilih Sekolah Berbasis Tahfidz Al - Qur' an (Studi Pada SMP Al - Qur'an An - Nawawiyo Mojokerto)*.
- Poerwadarminta, W. J. S. (2010). *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Rindayanti, S., Sugiatik, & Wardani, T. S. (2017). *Konsep Pelayanan Sepenuh Hati*. Akademi Kesehatan Rustida Program Studi DIII Keperawatan.
- Santouridis, I., dan Trivellas, P. (2010). Investigating the Impact of Service Quality and Customer Satisfaction on Customer Loyalty in Mobile Telephony in Greece. *The TQM Journal*, Vol. 22(3).
- Saputri, Oktoviana Banda. (2020). *Preferensi Konsumen Dalam Menggunakan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) Sebagai Alat Pembayaran Digital*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. 17(2):238.
- Schiffman, L & Kanuk, L. L. 2008. *Perilaku Konsumen Edisi 7*. Jakarta: Indeks.
- Sen, Bhattacharya. 2001. Does Doing Good Always Lead to Doing Better? Consumer Reactions to Corporate Social Responsibility. *Journal of Marketing Research* Vol. XXXVIII (May,2010. 225-243).

- Sihaloho, J.E., Ramadani, A., Rahmayanti, S., 2020. Implementasi Sistem Pembayaran Quick Response Indonesia Standard Bagi Perkembangan UMKM di Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis* 17, 287. <https://doi.org/10.38043/jmb.v17i2.2384>
- Sinambela, L. P. (2011). *Reformasi Pelayanan Publik; Teori, Kebijakan dan Implementasi*, Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Badung: Alfabeta.
- Suratman, W. S. (2018). *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Berkunjung*.
- Syauqoti, R., Ghozali, M., 2018. Analisis Sistem Lembaga Keuangan Syariah Dan Lembaga Keuangan Konvensional. *Iqtishoduna* 15–30. <https://doi.org/10.18860/iq.v0i0.4820>
- Tim Penyusun. (2010). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran*. Malang: Bayu Media Publishing.
- Tjiptono, F., dan Chandra, G. (2008). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi.
- Wardhani, Nadia Arissanti , Yusmansyah, S. M. (2013). Self-Concept Between Acceleration and Non Acceleration. *ALIBKIN (Jurnal Bimbingan Konseling)*, 2(1), 1–11. <http://jurnal.fkip.unila.ac.id/index.php/ALIB/article/view/781/1240>
- Widayati, Y.T., 2017. Produk Teknologi QR (Quick Response) Code Implementasi Yang Universal 3, 17.
- Wijaya, A. E. (2018). Pengaruh Service Marketing Mix Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Pada PT. Bank Mayapada Internasional TBK Cabang A.Yani Pekanbaru.