

**UPAYA PENINGKATAN PENGGUNA LAYANAN  
JASA QRIS MELALUI SOSIALISASI EDUKASI  
(Didalam Bank Muamalat KCU Semarang)**

**Skripsi berbasis MB-KM  
Untuk memenuhi sebagai persyaratan  
Mencapai derajat Sarjana S1 Manajemen**

**Program Studi Manajemen**



**Disusun Oleh :**

*Elvin Farihusy Syakur*

**Nim: 30401900100**

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG SEMARANG  
FAKULTAS EKONOMI  
S1 MANAJEMEN  
2023**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**UPAYA PENINGKATAN PENGGUNA LAYANAN JASA QRIS MELALUI**

**SOSIALISASI EDUKASI**

**(Didalam Bank Muamalat KCU Semarang)**

**Disusun Oleh :**

*Elvin Farihusy Syakur*

**Nim : 30401900100**

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

Semarang, 31 Juli 2023

**UNISSULA**

جامعته سلطان أبجوع الإسلامية

Dosen Pembimbing Lapangan,



Dra. Hj. Wasitowati, MM

NIK. 220405052

Dosen Supervisor



Syarif Mumtza Fahmi S.Tr.M

NIK. 20210366

SKRIPSI  
UPAYA PENINGKATAN PENGGUNA LAYANAN JASA QRIS MELALUI  
SOSIALISASI EDUKASI (Didalam Bank Mu'amalat Keu Semarang)

Disusun Oleh :  
*Elvin Farihusy Syakur*  
Nim : 30401900100

Telah dipertahankan di depan penguji pada  
Tanggal 10 Agustus 2023

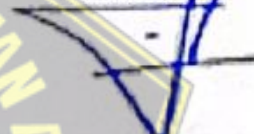
Susunan Dewan Penguji

Dosen pembimbing Lapangan,



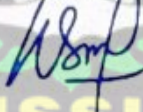
Dra. Hj. Wasitowati, MM  
NIK. 220405052

Dosen penguji I



Prof. Dr. Mutamimah, SE, M.Si  
NIK. 210491026

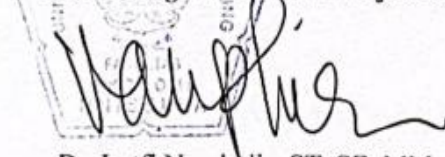
Dosen Penguji II



Dr. Sri Wahyuni Ratnasari, SE, M.Bus  
NIK. 210498040

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana  
Manajemen Tanggal 10 Agustus 2023

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Lutfi Nurcholis, ST, SE, MM  
NIDN. 0623036901

**PERNYATAAN LAPORAN MAGANG**

Nama : Elvin Farihusy Syakur  
NIM : 30401900100  
Prodi : S1 Manajemen  
Jurusan : Manajemen Pemasaran

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa usulan laporan magang berjudul “**UPAYA PENINGKATAN PENGGUNA LAYANAN JASA QRIS MELALUI SOSIALISASI EDUKASI (Didalam Bank Mu’amalat Kcu Semarang)**” adalah benar-benar hasil karya sendiri, bukan merupakan hasil plagiasi atau duplikasi dari hasil karya orang lain. Pendapat orang lain yang terdapat dalam laporan magang ini dikutip berdasarkan kode etik ilmiah. Apabila dikemudian hari terbukti laporan magang ini adalah hasil plagiasi dari karya tulis orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, 30 September 2022

Yang menyatakan,



Elvin Farihusy Syakur

NIM. 30401900100

## PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAHAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : ELVIN FARIHUSY SYAKUR

NIM : 30401900100

Program Studi : S1 Manajemen

Fakultas : Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung

Dengan ini menyerahkan karya ilmiah berupa Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi dengan judul:

**“ UPAYA PENINGKATAN PENGGUNA LAYANAN JASA QRIS MELALUI SOSIALISASI EDUKASI (Didalam Bank Mu’amalat Kcu Semarang) ”** Dan menyetujui menjadi hak milik Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan Hak Bebas Royalti Non-eksekutif untuk disimpan, dialihkan/mediakan, dikelola dalam pangkalan data, dan publikasinya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis selama tetap mencantumkan nama penulis sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta/plagiarisme dalam karya tulis ilmiah in, maka segala tuntutan hukum yang timbul akan saya akan tanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung.

Semarang, 30 September 2022

Yang menyatakan,



*Elvin Farihusy Syakur*  
Elvin Farihusy Syakur

NIM. 30401900100

\*Coret yang tidak perlu

## PRAKATA

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahiarabbil'alamin. Segala puji bagi Allah SWT atas segala rahmat hidayah dan karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan laporan magang mbkm yang berjudul “Upaya Peningkatan Pengguna Layanan Jasa Qris Melalui Sosialisasi Edukasi Didalam BANK MU’AMALAT KCU SEMARANG”. Pembuatan laporan magang mbkm ini disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai derajat Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Dalam penyelesaian pembuatan laporan magang mbkm ini penulis tidak lepas dari bimbingan, bantuan, pengarahan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih atas bantuan yang diberikan kepada :

- 1.) Ibu Dra. Hj. Wasitowati, MM selaku Dosen Pembimbing Lapangan penulis yang telah membimbing, mengarahkan, dan memberikan masukan kepada penulis untuk terselesaikannya penyusunan laporan magang ini.
- 2.) Bapak Syarif Mumtaza Fahmi selaku dosen supervisor penulis yang telah memberikan arahan, bimbingan, masukan, kepengetahuan, dan pengalaman

yang sangat berharga selama proses magang di Bank Mu'amat Indonesia Kantor Cabang Semarang

- 3.) Prof. Dr. Heru Sulisty, S.E., M.SI. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
- 4.) Dr. Lutfi Nurcholis, S.T., S.E., M.M. selaku Kepala Jurusan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
- 5.) Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan motivasi kepada penulis.
- 6.) Seluruh Staf Karyawan dan Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah memberikan arahan dalam penyusunan Laporan Kegiatan Magang ini.
- 7.) Seluruh Staf karyawan Bank Muamalat Indonesia KCU Semarang yang telah memberi semangat, memberi motivasi, memberi pelajaran berharga, memberi pengalaman, serta memberi arahan.
- 8.) Ibu Sudarsini selaku ibu kandung dan bapak Fathur Rohman selaku ayah kandung dan juga keluarga penulis atas curahan dan kasih sayang, untaian do'a dan motivasi yang tiada henti serta sangat besar yang tidak ternilai harganya bagi penulis. Semoga Allah SWT selalu melindungi Ibu dalam lindungan-Nya.

- 9.) Nila Nur, Juwarti, Izzal, Hasan, Gofur, Purwanto selaku teman penulis yang sudah mendoakan, memberi motivasi, memberi semangat dan bantuan yang selalu diberikan tanpa henti.
- 10.) Guru, pelatih, teman-teman UKM Tarung derajat yang tak henti hentinya memberikan semangat dan bantuan yang diberikan tanpa henti, semoga allah membalas budi mereka.
- 11.) Kelompok magang yang telah memberikan bantuan serta support selama kegiatan magang berlangsung dan penyusunan laporan kegiatan magang.

Banyak kekurangan dan masih jauh dari sempurna, baik dalam materi maupun tata cara penulisannya. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang dapat membangun guna penyempurnaan penelitian skripsi ini dimasa depan. Semoga penelitian skripsi ini memberikan banyak manfaat baik bagi penulis maupun kepada pembaca pada umumnya. Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Semarang, 30 September 2022

Yang menyatakan,



Elvin Farihusy Syakur

NIM. 30401900100



**UPAYA PENINGKATAN PENGGUNA LAYANAN JASA QRIS MELALUI  
SOSIALISASI EDUKASI**

**(Didalam Bank Muamalat KCU Semarang)**

*Elvin Farihusy Syakur*

**Nim : 30401900100**

Mahasiswa S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung  
Semarang Indonesia

**ABSTRAK**

**UPAYA PENINGKATAN PENGGUNA LAYANAN JASA QRIS MELALUI SOSIALISASI EDUKASI (Didalam Bank Mu'amalat Kcu Semarang).** Skripsi Magang MB-KM ini bertujuan untuk memberikan solusi dari permasalahan pemasaran yang ada di BMI. Untuk kepentingan tersebut, penulis berhasil melakukan pengamatan serta pengumpulan data selama 5 bulan di BMI KCU Semarang. Penulis menggunakan metode penelitian kualitatif yaitu berisi gambaran umum berupa data yang telah terkumpul dari lapangan secara objektif dengan cara mendiskripsikannya dalam bentuk bahasa. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu hasil wawancara, observasi serta dokumentasi langsung di lapangan. Teknik analisis data yang digunakan ialah studi komparatif. Dengan bantuan berbagai referensi penulis mendapatkan hasil berupa bermacam penawaran solusi untuk BMI dalam meningkatkan *User QRIS* agar dapat mendorong bertambahnya minat beli masyarakat terhadap BMI.

**Kata Kunci :** Bank Muamalat, User QRIS, Sosialisasi Edukasi, Minat Beli.

**UPAYA PENINGKATAN PENGGUNA LAYANAN JASA QRIS MELALUI  
SOSIALISASI EDUKASI**

**(Didalam Bank Muamalat KCU Semarang)**

*Elvin Farihusy Syakur*

**Nim : 30401900100**

Mahasiswa S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung  
Semarang Indonesia

**ABSTRACT**

EFFORTS TO INCREASE QRIS SERVICE USERS THROUGH EDUCATIONAL SOCIALIZATION (Inside Bank Mu'amalat Kcu Semarang). This MB-KM Internship Thesis aims to provide solutions to marketing problems in BMI. For this purpose, the author succeeded in observing and collecting data for 5 months at BMI KCU Semarang. The author uses a qualitative research method, which contains a general description in the form of data that has been collected from the field objectively by describing it in the form of language. The data collection techniques used are the results of interviews, observations and direct documentation in the field. The data analysis technique used is a comparative study. With the help of various references, the author obtained results in the form of various solution offers for BMI in increasing QRIS Users in order to encourage increased public buying interest in BMI.

Keywords: Bank Muamalat, QRIS User, Education Socialization, Buying Interest.

## DAFTAR ISI

Contents	
PRAKATA .....	v
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
<b>1.1. Latar Belakang dan Tujuan Magang</b> .....	1
<b>1.2. Tujuan Kegiatan</b> .....	4
<b>1.3. Sistematika laporan</b> .....	5
BAB II.....	9
PROFIL ORGANISASI DAN AKTIVITAS MAGANG.....	9
2.1 Profil Organisasi.....	9
2.1.1 Gambaran Umum Bank Muamalat.....	9
2.1.2 Logo Perusahaan.....	14
2.1.3 Visi, Misi Dan Nilai Perusahaan.....	15
2.1.4 Struktur Organisasi.....	16
2.1.5 Produk Dan Layanan Bank Muamalat.....	19
BAB III.....	33
IDENTIFIKASI MASALAH .....	33
BAB IV.....	41
KAJIAN PUSTAKA.....	41
4.1 Landasan Teori.....	41
4.1.2 Minat pengguna QRIS .....	41
4.1.3 Strategi Promosi.....	42
BAB V.....	45
METODE PENGUMPULAN DAN ANALISA DATA.....	45
5.1 Metoda Pengumpulan Data.....	45

5.1.1	Observasi.....	45
5.1.2	Wawancara.....	45
5.1.3	Dokumentasi .....	46
BAB VI.....		47
ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....		47
6.1.	Analisis .....	47
6.1.1.	Minat pengguna.....	47
6.1.2.	Layanan QRIS.....	49
BAB VII.....		51
KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....		51
7.1.	kesimpulan .....	51
7.2.	Rekomendasi.....	52
7.2.1.	Rekomendasi Terkait Analisis.....	52
BAB VIII.....		55
REFLEKSI DIRI .....		55
8.1.	Hal-Hal Positif Yang Diterima Selama Prkuliahan Yang Relevan Terhadap Pekerjaan Selama Magang.....	55
8.2.	Manfaat Magang Terhadap Pengembangan Soft Skill Dan Kekurangan Soft Skill Yang Dimiliki.....	56
8.3.	Manfaat Magang Terhadap Pengembangan Kemampuan Kognitif Dan Kekurangan Kemampuan Kognitif Yang Dimiliki.....	57
8.4.	Kunci Sukses Dalam Bekerja Berdasarkan Pengalaman Di Tempat Magang.....	58
8.5.	Rencana Pengembangan Diri, Karir, Dan Pendidikan Selanjutnya .....	59
DAFTAR PUSTAKA .....		61
Lampiran 1 .....		63

**DAFTAR TABEL**

*Tabel 1 Jam Kerja Peserta Magang Bank Muamalat Indonesia KCU Semarang..... 30*



**DAFTAR GAMBAR**

*Gambar 1 Struktur Organisasi Bank Muamalat Cabang KCU Semarang Tahun*

2022 17



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang dan Tujuan Magang**

Uang merupakan segala sesuatu yang dapat digunakan oleh masyarakat sebagai alat tukar-menukar atau alat pembayaran yang sah atas pembelian barang dan jasa. Alat pembayaran telah mengalami beberapa transformasi yang berawal dari sistem barter hingga ditemukannya uang sebagai alat transaksi pembayaran. Transformasi dari teknologi informasi, perdagangan, dan sistem pembayaran telah membawa suatu perubahan terhadap munculnya inovasi baru dalam penggunaan uang sebagai alat pembayaran. Salah satu inovasi tersebut adalah munculnya alat pembayaran uang elektronik dengan menggunakan perkembangan teknologi. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang terus berlangsung menawarkan kemudahan-kemudahan bagi manusia sejalan dengan perkembangan teknologi yang pesat. Demikian juga dengan kemajuan teknologi dalam sistem pembayaran yang mulai menggeser peran uang tunai menjadi non tunai karena lebih efisien dan ekonomis (Parastiti, D.E., dkk., 2015).

Sistem pembayaran non tunai atau bisa disebut uang elektronik berkembang dengan teknologi sistem yang semakin maju membuat pengguna dan penyedia jasa sistem pembayaran uang elektronik terus meningkatkan sistem pembayaran agar lebih mudah digunakan oleh konsumen. Transaksi uang elektronik di Indonesia terus menunjukkan peningkatan dari tahun ke tahun. Jumlah penduduk yang besar

serta meningkatnya literasi keuangan inklusif masyarakat mendorong tumbuhnya transaksi uang elektronik di tanah air. Hal ini menunjukkan terdapat minat yang besar dalam masyarakat untuk menggunakan uang elektronik. sehingga pengguna uang elektronik di Indonesia pun mengalami peningkatan yang pesat dari tahun ketahun. Meskipun belum digunakan sebagai alat transaksi utama, uang digital elektronik berpotensi menjadi alat pengganti uang tunai penggunanya. Ketika sebuah produk memiliki manfaat untuk digunakan dalam kehidupan sehari-hari, maka kemungkinan produk tersebut akan digunakan oleh masyarakat luas.

Pemerintah mendukung penuh revolusi sistem pembayaran elektronik. Bank Indonesia mengeluarkan QR Code nasional yang disebut dengan QRIS (Quick Response [QR] Code Indonesian Standard) bertujuan untuk menyederhanakan transaksi keuangan digital elektronik. QRIS (Quick Response [QR] Code Indonesian Standard) merupakan standar QR Code untuk pembayaran melalui aplikasi uang elektronik *server based*, dompet elektronik, atau *mobile banking*, yang telah resmi diaktifkan sejak 1 Januari 2020. Peresmian penggunaan QRIS sebagai QR media pembayaran penggunaan uang elektronik ini merupakan bentuk nyata dukungan pemerintah terhadap revolusi sistem pembayaran Indonesia di era digital seperti sekarang. Peluncuran QRIS diharapkan menjadi sarana pembayaran wajib berbasis QR dari seluruh aplikasi pembayaran QR di Indonesia. (Bank Indonesia, 2019).



Menurut Ikatan Bankir Indonesia (2017: 177), *mobile banking* merupakan fasilitas dimana nasabah dapat melakukan berbagai transaksi dari cek saldo, transfer, membayar tagihan, atau pembelian sesuatu melalui sarana smartphonena. Bentuknya bisa melalui SMS maupun aplikasi mobile banking yang tersedia (berbasis IOS, Android, maupun Blackberry). Dengan adanya mobile banking, nasabah perbankan lebih mudah dalam melaksanakan transaksi perbankan secara online tanpa harus datang langsung ke bank. Disisi lain, nasabah juga lebih menghemat waktu, biaya dan tenaga. Dalam melaksanakan pelayanan dalam mobile banking, industri perbankan juga harus gencar dalam memasarkan produk layanan tersebut. Pemasaran produk mobile banking ini sangat perlu dilakukan karena harapannya semua nasabah bank memiliki dan menggunakan produk mobile banking secara penuh dan maksimal. Dalam memasarkan mobile banking, setiap perbankan memiliki cara dan strategi pemasaran yang berbeda-beda untuk mencapai tujuan.

Adapun tujuan perusahaan melakukan pemasaran suatu produknya menurut Kasmir (2018: 52) adalah dalam rangka memenuhi kebutuhan akan suatu produk maupun jasa, memenuhi keinginan akan suatu produk maupun jasa, memberikan kepuasan kepada para pelanggan, meningkatkan penjualan dan keuntungan, menguasai pasar dan menghadapi pesaing, serta memperbesar kegiatan usaha. Agar tujuan pemasaran dapat terpenuhi, maka setiap bank harus menyusun strategi pemasaran dengan baik. Menurut Ikatan Bankir Indonesia (2017: 192) ada beberapa

hal yang perlu dipertimbangkan dalam proses penyusunan strategi pemasaran antara lain adalah Segmentation, Targeting dan Positioning. Selain itu, terdapat beberapa faktor atau unsur lain yang diperlukan dalam keberhasilan memasarkan suatu produk yaitu Product, Place, Price, dan Promotion.

Dalam penelitian ini, penulis akan membahas strategi pemasaran pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Umum (KCU) Semarang yang merupakan tempat penulis melaksanakan kegiatan magang. Disisi lain alasan penulis memilih Bank Muamalat Indonesia Umum (KCU) Semarang adalah karena bank tersebut merupakan bank syariah pertama di Indonesia dan menjadi salah satu bank syariah terbesar di Indonesia. Sesuai dengan berkembangnya layanan fintech saat ini, penulis memilih aplikasi Mobile Banking sebagai subjek penelitian. Aplikasi mobile banking yang ada pada Bank Muamalat Indonesia adalah Muamalat DIN (Digital Islamic Network). Layanan Muamalat DIN menawarkan berbagai fitur menarik seperti transfer, pembayaran, bahkan dapat membuka rekening secara online. Selain itu, Muamalat DIN juga menawarkan fitur non financial seperti Daily hadist, kalkulator zakat, arah kiblat dan jadwal sholat. Semua bisa dipenuhi hanya dengan satu aplikasi saja. Maka dari itu, pentingnya memilih dan menggunakan strategi pemasaran yang baik agar pemasaran berjalan dengan efektif dan mencapai tujuan.

## **1.2.Tujuan Kegiatan**

- 1.) Mempelajari dan menemukan permasalahan mengenai Jasa Layanan QRIS yang ada di Bank Muamalat Indonesia KCU Semarang
- 2.) Memberikan solusi atas permasalahan Jasa Layanan QRIS yang ada di Bank Muamalat Indonesia KCU Semarang

### 1.3. Sistematika laporan

Penyusunan laporan magang ini terdiri dari beberapa bab dan sub-bab yang masing-masing menjelaskan hal yang berbeda. Adapun sistematika laporan sebagai berikut :

#### BAB I : Pendahuluan

Pada bab ini menjelaskan secara umum gambaran magang yang dilakukan, permasalahan, dan tujuan magang. Serta menjelaskan mengenai sistematika penyusunan laporan magang.

##### 1.1 Latar Belakang

Menguraikan alasan dari pemilihan topik yang dipilih berdasarkan permasalahan yang ada di Bank Muamalat Indonesia KCU Semarang. Setelah itu

##### 1.2 Tujuan Magang

Menjelaskan hal-hal yang akan diuraikan dalam bab analisis.

##### 1.3 Sistematika Laporan

Menguraikan bab dan sub-bab dalam laporan magang MBKM.

#### BAB II : Profil Organisasi dan Aktivitas Magang

Pada bab ini menguraikan profil organisasi tempat magang dan menjelaskan kegiatan yang dilakukan mahasiswa selama proses magang. Yang pertama Profil Organisasi Apabila diijinkan oleh perusahaan maka akan dimasukkan sub-bab profil organisasi tempat magang.

- i. Gambaran Umum Organisasi Menggambarkan dan mengenalkan organisasi Bank Muamalat Indonesia KCU Semarang.
- ii. Visi dan Misi Organisasi Menyebutkan visi dan misi organisasi Bank Muamalat KCU Semarang
- iii. Struktur Organisasi Menggambarkan struktur organisasi Bank Muamalat KCU Semarang.

Berikutnya Aktivitas Magang

Menguraikan seluruh aktivitas yang dilakukan selama magang di Bank Muamalat KCU Semarang

### BAB III

: Identifikasi Masalah

Mengidentifikasi masalah yang muncul di Bank Muamalat Indonesia KCU Semarang dan memilih beberapa masalah yang paling penting untuk dipecahkan.

### BAB IV

: Kajian Pustaka

Menguraikan teori yang dapat digunakan untuk membahas masalah mengenai strategi peningkatan kualitas pelayanan guna mencapai kepuasan nasabah Bank Muamalat Indonesia KCU Semarang.

**BAB V : Metoda Pengumpulan dan Analisa Data**

Memaparkan metod pengumpulan data yang akan digunakan di penelitian ini serta penjelasan mengenai analisis data yang sudah didapatkan dilaporan ini.

**BAB VI : Analisis Dan Pembahasan**

Menguraikan kembali serta menganalisis masalah yang menajadi topik pembahsan laporan magang serta menghubungkan dengan teori yang berhubungan dengan topik yang ada.

**BAB VII : Kesimpulan Dan Rekomendasi**

Mencakup penjelasan mengenai kesimpulan dimana di sub Bab ini penulis menyimpulkan pendapatnya mengenai masalah yang di analisis. Serta rekomendasi dimana dalam sub Bab ini berisi rekomendasi hal-hal yang perlu diperbaiki terkait hasil analisis di bab 5, terkait organisasi tempat magang serta terkait program studi.

**BAB VIII : Refleksi Diri**

Menjelaskan mengenai hal relevansi perkuliahan terhadap pekerjaan magang, manfaat magang terhadap skill mahasiswa,

manfaat magang terhadap pengembangan kognitif mahasiswa mengidentifikasi mengenai kunci sukses dalam bekerja, serta rencana pengembangan diri, karir, serta pendidikan selanjutnya.



## **BAB II**

### **PROFIL ORGANISASI DAN AKTIVITAS MAGANG**

#### **2.1 Profil Organisasi**

##### **2.1.1 Gambaran Umum Bank Muamalat**

Nama panggilan Bank Muamalat Indonesia bergerak disektor bidang usaha perbankan syariah, Dasar hukum pendirian Akta No. 1 tanggal 1 November 1991 Masehi atau 24 Rabiul Akhir 1412 H, dibuat di hadapan Yudo Paripurno, S.H., 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.

Riwayat singkat Bank Muamalat 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.

PT Bank Muamalat Indonesia Tbk 2021 Annual Report 67 Fungsi Penunjang Bisnis Business Support Function Tata Kelola Perusahaan Corporate Governance Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Corporate Social Responsibility Laporan Keuangan 2021 2021 Financial Statements 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). Informasi Perubahan Nama Sesuai dengan akta pendirian yakni Akta No. 1 tanggal 1 November 1991 Masehi atau 24 Rabiul Akhir 1412 H, dibuat di hadapan Yudo Paripurno, S.H., Notaris, di Jakarta, BMI didirikan dengan nama PT Bank Muamalat Indonesia. Kemudian, merujuk pada merujuk Surat Keputusan Direksi Bank Indonesia No. 32/34/KEP/DIR tanggal 12 Mei 1999 tentang Bank Umum berdasarkan Prinsip Syariah yang menentukan kewajiban mencantumkan kata “Syariah” setelah kata “Bank” dan disahkan pada Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa tanggal 22 Juni 2000, Bank berganti nama menjadi PT Bank Syariah Muamalat Indonesia Tbk. Setelahnya, pada 23 April 2008 berdasarkan hasil Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa, Bank kembali mengganti namanya,

menggunakan nama sebelumnya yakni PT Bank Mualamat Indonesia Tbk. Hal ini dilakukan sesuai dengan UU No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah Pasal 5 ayat 4 di mana pencantuman kata “Syariah” setelah kata “Bank” hanya berlaku bagi bank yang mendapatkan izin usaha setelah berlakunya UU Perbankan Syariah No. 21 tahun 2008.

### 2.1.2 Logo Perusahaan

BANK MUAMALAT INDONESIA



Simbol Huruf Simbol huruf yang diambil dari alfabet arab (hijaiyah) “DalYaa’- Nuun” memiliki makna ganda yaitu: 1. “Ad Diin” yang berarti agama (Islam). 2. “Madaniyah” yang mewakili niat-niat luhur Bank Mualamat Indonesia untuk mewujudkan masyarakat yang sejahtera, adil dan makmur sesuai konsep Islam. Warna Terdiri dari 2 warna Hijau dan Ungu yang keduanya juga memiliki makna sebagai berikut: 1. Hijau yang merepresentasikan nilai universal yang segar, memiliki kesesuaian dengan gambaran dunia Islam sehingga relevan menggambarkan nilai Islami. 2. Ungu pada huruf dan tulisan Bank Mualamat,

memberikan makna kedewasaan dan keamanan yang sesuai dengan nilai profesionalisme. Tulisan “Pertama Murni Syariah” merupakan simbolisasi bahwa Bank Muamalat Indonesia adalah Bank Syariah pertama di Indonesia.

### 2.1.3 Visi, Misi Dan Nilai Perusahaan

Review terhadap Visi dan Misi Perusahaan Bank Muamalat Indonesia telah melakukan kajian dan review mengenai kesesuaian Visi dan Misi Perusahaan terhadap kondisi Bank saat ini dan tantangan usaha yang akan dihadapi ke depan. Dengan demikian, disimpulkan bahwa Visi dan Misi Perusahaan masih sesuai dengan kondisi Bank Muamalat Indonesia saat ini dan tantangan yang akan dihadapi Bank ke depan. Oleh karenanya Surat Keputusan Direksi No. 238/DIR/KPTS/V/2016 masih dinyatakan berlaku dan tidak mengalami perubahan.

**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.”

### Nilai-nilai Muamalat

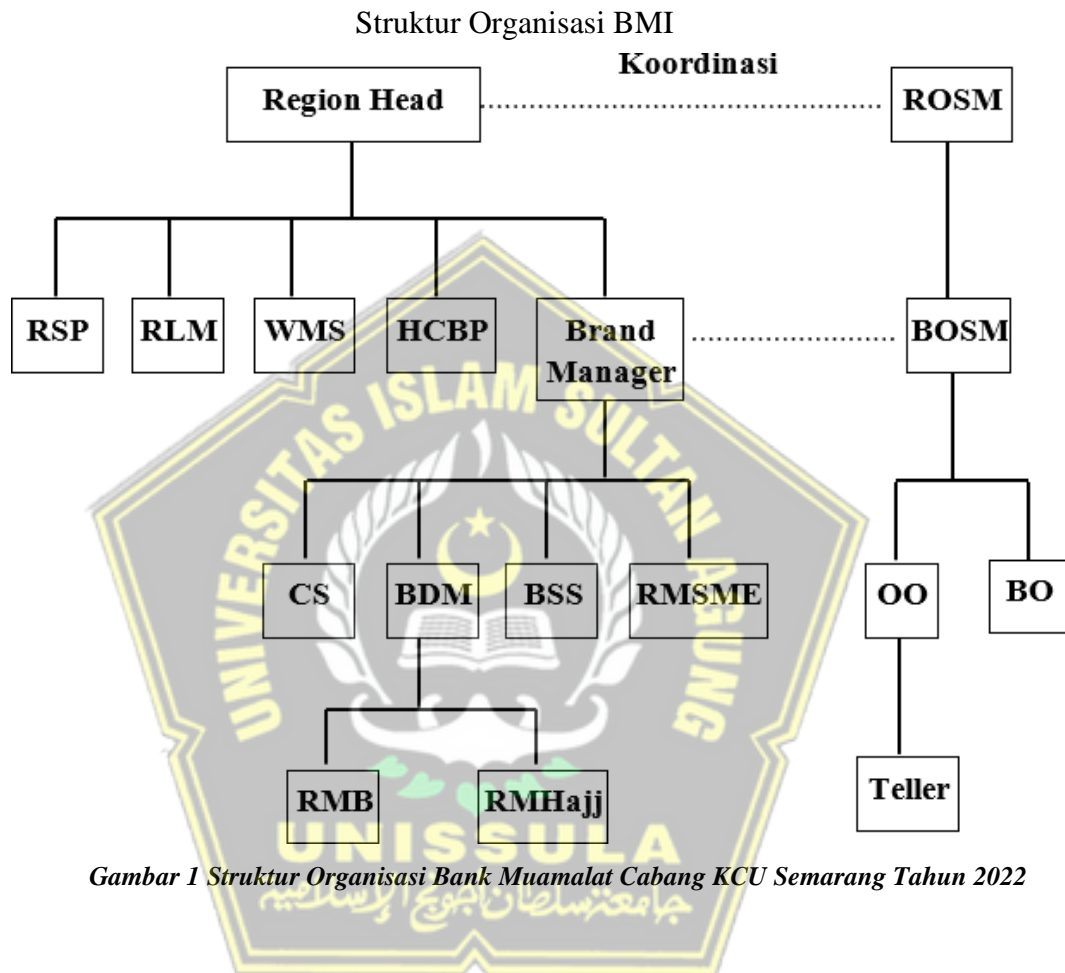
Nilai-nilai Bank Muamalat Indonesia sebagai cara kerja yang harus dilakukan oleh seluruh karyawan Bank, diyakini mampu mengantarkan Bank Muamalat Indonesia mencapai visi dan misinya. Nilai Utama Bank Muamalat Indonesia adalah Islami–Modern–Profesional, yang kemudian diturunkan menjadi 5 (lima) perilaku utama: Islami diturunkan menjadi Integritas, Modern diturunkan menjadi Terbuka dan Tanggap, Profesional diturunkan menjadi Kompeten dan Prima. Kelima perilaku utama tersebut untuk selanjutnya diturunkan masing-masing memiliki 7 (tujuh) indikator perilaku dan 11 Do's and Dont's sebagai panduan karyawan dalam penerapan nilai-nilai tersebut dalam pelaksanaan kerja sehari-hari.



#### 2.1.4 Struktur Organisasi

Berikut adalah tatanan posisi karyawan BMI Cabang KCU Semarang :

Gambar 2.4



Posisi Dan Nama Struktur Organisasi Bank Mu'amat Indonesia

Posisi	Nama
Region Head	- Ahmad Kusna Amana
Brand Manager	- Budisantoso
Customer Service	- Ramadhania Wirayanti Purwitadika - Risyda Sadiyahul Aliyah - Anjani Dhara Swasrika - Almasah Tsabirah
Brand Development Manager	- Lenny Anggriani
Brand Sales Support	- Dita Ristika Sari Budiman
Relationship Manager Small Medium Enterprise	- Nurtanio
Relationship Manager Business	- Ris Amanda Yana - Muhammad Nabil - Niezar Moch. Evannaza
Relationship Manager Hajj	- Syarif Mumtaza Fahmi
Branch Operasional Service Manager	- Suparjati
Operational Office	- Arfina
Back Office	- Nunung - Teguh



Sumber : Bank Mu'amalat

### **2.1.5 Produk Dan Layanan Bank Muamalat**

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 berkerjasama 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 diurai dalam tabel sebagai berikut

#### **A.) Produk Penghimpunan Dana**

- 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 1HRAM (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 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.

## **B.) Produk Pembiayaan**

- 1.) iB Muamalat Usaha Mikro Pembiayaan dalam bentuk modal kerja dan investasi yang diberikan kepada pengusaha mikro baik untuk perorangan maupun badan usaha non-hukum
- 2.) iB Properti Bisnis Pembiayaan investasi untuk pembangunan properti bisnis yang menunjang keberlangsungan usaha.
- 3.) 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 diatas lahan milik nasabah.
- 4.) iB Modal Kerja Lembaga Keuangan Syariah Pembiayaan yang digunakan untuk pembangunan proyek properti.

### **C.) 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.

#### **a. 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 dimasukan ke dalam kredit rekening penerima yang merupakan nasabah Bank.

b. Outgoing Muamalat Remittance iB

Merupakan 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.

b. Trade Finance

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

- a. 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.
- b. 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.
- c. 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.

- d. L/C Transfer Layanan yang diberikan oleh Bank untuk menerbitkan L/C transfer berdasarkan L/C yang diterima oleh Bank dari Issuing Bank.
- e. 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:

- 2) 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.

- 3) 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.

- 4) 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.
- 5) 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.
- 6) 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/impur 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

- 7) 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, dan Counter Guarantee
- 8) 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.

9) Standby L/C 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).

10) 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.

11) 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.

12) 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.



13) 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.

14) Value Chain Financing Pembiayaan kepada masabah melalui skema pembiayaan vendor maupun distributor.

c. 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 aplikasi mobile banking yang meliputi fitur transaksional transfer (pemindahbukuan, 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, kiblat, 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 aplikasi Muamalat DIN dari app store (Apple) dan play store (Android) dengan kata kunci “Muamalat DIN” dan cukup melakukan pendaftaran melalui aplikasi.

- 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. Sala Muamalat 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](mailto:info@bankmuamalat.co.id), dan [salamuamalat@bankmuamalat.co.id](mailto: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.

## 2.2 Aktivitas Magang

Keseluruhan aktivitas magang di Bank Muamalat Indonesia KCU Semarang, diuraikan sebagai berikut :

### a. Deskripsi Kegiatan Magang

Berikut ini merupakan jadwal kegiatan magang di Bank Muamalat Kantor

Cabang Utama Semarang :

- i. Masuk pukul 10:00 WIB
- ii. Istirahat pada pukul 12.00-13.00 WIB
- iii. Pulang pada pukul 16.00 WIB

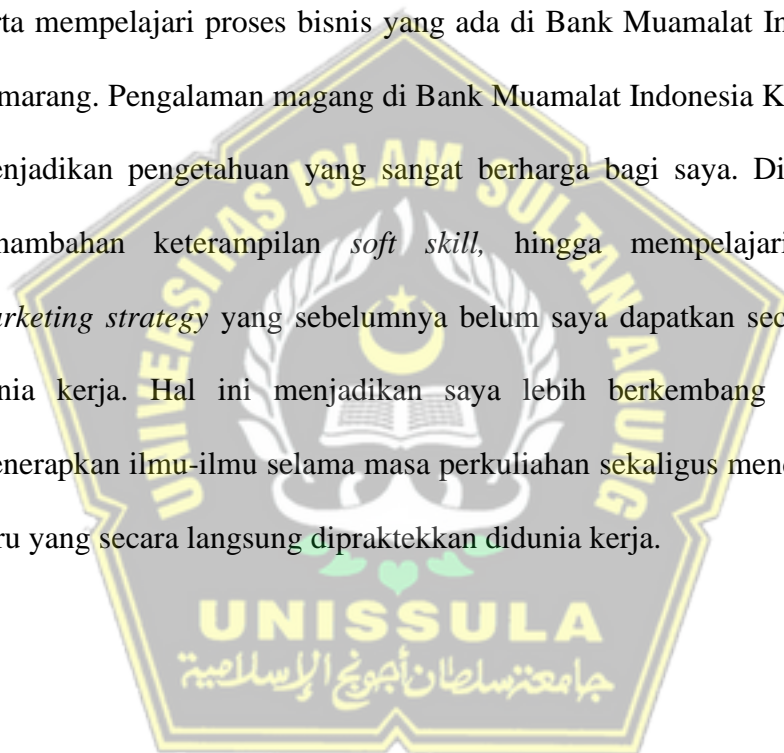
Hari Kerja	Jam Kerja
Senin – Kamis	10.00-12.00 WIB (masuk)
	12.00-13.00 WIB (istirahat)
	13.00- 16.00 WIB (masuk)
	16.00-..... WIB (pulang)
Jum'at	10.00-12.00 WIB (masuk)
	12.00-13.00 WIB (istirahat)
	13.00- 15.30 WIB (masuk)
	15.30-..... WIB (pulang)

*Tabel 1 Jam Kerja Peserta Magang Bank Muamalat Indonesia KCU Semarang*

- 1 Kegiatan magang pertama kali dimulai pada hari Senin tanggal 14 Februari 2022 pukul 09.00 WIB secara WFO. Kegiatan tersebut diawali dengan apel peserta magang dan pengenalan jobdesk di dalam memasarkan produk dan dikumpulkan peerkelompok sesuai dengan Dosen Supervisor dari Bank Muamalat Indonesia KCU Semarang guna memulai kegiatan sesuai jobdesc yang telah diberikan.

- 2 Dalam satu bulan pertama saya mendapatkan tugas yang beragam dan ditemani oleh Dosen supervisor. Tugas-tugas yang diberikan meliputi, survey ke masjid-masjid di daerah Semarang dan sekitarnya untuk membangun mitra dan kerjasama antara Bank dengan masjid yang dituju, input data nasabah, dan menarik minat masyarakat untuk menjadi nasabah Bank Muamalat.
- 3 Bulan kedua pekerjaan semakin bertambah, seperti halnya survey ke masjid-masjid, input data nasabah, menarik minat masyarakat untuk menjadi nasabah Bank Muamalat, dan ditambah pengenalan sekaligus diajarkan oleh Dosen Supervisor bagaimana cara mengirimkan pesan secara serentak kepada para nasabah guna mengiklankan produk dan pemberian penawaran Bank yang biasa disebut dengan BLAST. Hal ini merupakan suatu pembelajaran yang sangat berharga bagi saya karena melatih keterampilan serta menambah pengetahuan saya dalam berbagai aspek yang saya dapat selama magang dibulan kedua.
- 4 Bulan ketiga saya dan kelompok saya dibagi menjadi beberapa kelompok dan diberikan arahan untuk mempromosikan M-QRIS ( QR code) kepada tiap-tiap UMKM di sekitar Bank Muamalat Indonesia KCU Semarang yang merupakan hasil digitalisasi dalam segi transaksi pembayaran secara digital atau tanpa menggunakan uang tunai.
- 5 Setiap bulan termasuk bulan keempat dan kelima saya melakukan pekerjaan-pekerjaan rutin seperti bulan sebelumnya seperti survey ke masjid-masjid,

input data nasabah, menarik minat masyarakat untuk menjadi nasabah Bank Muamalat, mengirim blast dan lain sebagainya. Di bulan keempat saya dan rekan-rekan satu tim supervisor saya terlibat dalam proses penyusunan proses pengajuan produk PROHAJJ dan MQRIS yang mana menambah pengetahuan saya bagaimana proses pengajuan, proses menjaga hubungan dengan nasabah, serta mempelajari proses bisnis yang ada di Bank Muamalat Indonesia KCU Semarang. Pengalaman magang di Bank Muamalat Indonesia KCU Semarang menjadikan pengetahuan yang sangat berharga bagi saya. Dimulai dengan penambahan keterampilan *soft skill*, hingga mempelajari manajemen *marketing strategy* yang sebelumnya belum saya dapatkan secara praktik di dunia kerja. Hal ini menjadikan saya lebih berkembang serta mampu menerapkan ilmu-ilmu selama masa perkuliahan sekaligus mendapatkan ilmu baru yang secara langsung dipraktikkan di dunia kerja.



### BAB III

#### IDENTIFIKASI MASALAH

Dalam pengelolaan suatu perusahaan tidak luput dari permasalahan yang ada. Kehadiran masalah ini justru menjadi sebuah pembelajaran agar perusahaan berusaha untuk menjadi lebih baik lagi kedepannya. Dalam hal ini penulis akan mendeskripsikan identifikasi permasalahan berdasarkan temuan di Bank Muamalat Indonesia KCU Semarang.

Bank Muamalat merupakan bank pelopor pertama di Indonesia yang menggunakan sistem syariah dalam menjalankan operasinya. Didirikan pada tanggal 1 November 1991 yang dipimpin oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Pemerintah Indonesia. Kegiatan tersebut dimulai pada tahun 1992 dengan dukungan para ulama, pengusaha, dan masyarakat luas. Pada tahun 1994 menjadi bank forex. Produk pinjaman yang ada didasarkan pada prinsip Wadia (simpanan) dan Mudarabah (bagi hasil). Investasi, di sisi lain, didasarkan pada prinsip jual beli dan bagi hasil. 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. Direktur Utama Bank Muamalat Achmad K. Permana mengatakan, 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. "Kita ketahui bersama bahwa Bank Indonesia (BI) dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) senantiasa mendorong industri perbankan untuk memaksimalkan penggunaan transaksi nontunai. Oleh karena itu, kami memperkenalkan fitur QR Code di Muamalat DIN dalam rangka mendukung program regulator tersebut sekaligus mewujudkan keinginan para nasabah yang memang sudah sangat menanti fitur ini," ujar (Direktur Utama Bank Muamalat Achmad K. Permana). Selain itu, Permana menambahkan bahwa peluncuran fitur QR Code ini dilakukan di tengah masa pandemi Covid-19. Menurutnya, hal ini 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," imbuhnya. 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*. Fitur QR Code Muamalat DIN saat ini sudah dapat digunakan untuk transaksi di merchant-merchant yang menggunakan logo QRIS seperti toko ritel, SPBU hingga kotak amal. Total jumlah merchant yang telah terintegrasi dengan QRIS saat ini sekitar 5 juta merchant. Aplikasi Muamalat DIN sendiri dapat



diunduh di Play Store bagi pengguna perangkat Android dan App Store bagi pengguna Apple. Untuk sistem operasi Android, versi minimal yang dapat menggunakan fitur QR Code Muamalat DIN adalah 6.0 atau Marshmallow, sedangkan untuk iOS adalah versi 12.0. Sebagai informasi, QR Code adalah kode matriks atau barcode dua dimensi dimana isi kode dapat diuraikan dengan cepat dan tepat. QR Code dikembangkan oleh Denso Wave, sebuah perusahaan Jepang yang dipublikasikan di tahun 1994. QR Code dinilai lebih praktis dibanding barcode karena mampu menyimpan lebih banyak data.

Saat ini banyak lembaga perbankan baik bank konvensional maupun bank syariah yang berkembang pesat. Dalam dunia perbankan setiap bank mempunyai produk dan layanan yang berbeda-beda salah satunya ialah produk QRIS. Hal ini menyebabkan nasabah juga mengalami pelayanan yang beragam dari pihak perbankan sehingga dibutuhkan strategi untuk meningkatkan minat pengguna produk QRIS yang ada agar kepuasan nasabah terus terpenuhi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi minat pengguna produk QRIS di Bank Muamalat KCU Semarang dan juga memberikan solusi atas hambatan-hambatan dalam melakukan pelayanan kepada nasabah.

Dalam kegiatan yang dilakukan di Bank Muamalat Indonesia KCU Semarang terdapat beberapa masalah salah satunya adalah dari aspek produk QRIS Bank Muamalat Indonesia di KCU Semarang :

- a.) Sedikit user QRIS

Hambatan yang pertama adalah sedikitnya user QRIS yang terjadi di Bank Muamalat KCU Semarang. Hal ini mengakibatkan pemasaran terhadap produk QRIS di sektor UMKM maupun masjid terdekat di sekitar bank menjadi kurang bersaing di sektor pemasaran. Ini biasanya terjadi karena user masih banyak menggunakan merchant QR berbentuk konven seperti Shopee, toko pedia, OVO dlsb.

b.) Kalah Bersaing

Debut QRIS Bank Muamalat memang baru di dalam produk pemasaran dengan diluncurkan pada awal Januari 2022 mengakibatkan nasabah belum banyak mengetahuinya, oleh karena itu bank muamalat dengan produk QRIS dengan segala macam menawarkan produknya melalui sosialisasi dengan event pengajian atau face to face terhadap nasabah yang punya usaha umkm dan juga masjid.

Selain permasalahan diatas yang menjadi pembahasan pokok ada juga beberapa masalah lainnya yang berhasil di identifikasi yaitu :

1.) Dalam aspek pemasaran

Produk QRIS dan Muamalat Merchan App belum banyak yang mengenal. Dua produk tersebut adalah produk baru dari Bank Muamalat yang mana produk tersebut merupakan salah satu inovasi digitalisasi yang dilakukan Bank Muamalat. Dalam perilisannya produk tersebut memang belum banyak yang tahu, hanya kaum

pemuda yang tahu produk tersebut. Padahal produk tersebut sasarannya adalah pelaku UMKM di sekitar Bank Muamalat yang mana pelaku UMKM bukan hanya dari kalangan pemuda saja namun juga kalangan orang tua. Produk tersebut masih dianggap ribet bagi kalangan orang tua karena mereka lebih senang menggunakan pembayaran secara cash dari pada menggunakan QRIS sebagai pembayaran digital.

2. Pada aspek SDM

- a.) Tidak sesuainya posisi jabatan dengan latar belakang Pendidikan. Ada beberapa karyawan Bank Muamalat yang latar pendidikannya tidak sesuai dengan posisi jabatan yang dimiliki. Hal ini yang membuat Manajer harus mengenalkan ilmu basic yang harus dikuasai karyawan tersebut agar sejalan dengan posisi jabatan yang menjadi tanggung jawabnya.
- b.) Ada beberapa kasus dimana karyawan Bank Muamalat Indonesia KCU Semarang yang belum habis masa kontraknya namun mengundurkan diri (Resign) tidak dikarenakan sanksi pinalti karena perusahaan menganut sistem syariah. Hal ini dapat menjadi masalah karena akan menimbulkan pemikiran bahwa karyawan tersebut tidak berkomitmen sungguh-sungguh dengan perusahaan atau dengan kata lain dapat dengan mudah keluar masuk perusahaan sesukanya karena mereka berfikir tidak ada pinalti atau sanksi

yang harus ditanggung ketika keluar dari perusahaan meskipun belum habis masa kontraknya.

- c.) Hanya sedikit SDM berkualitas yang ingin bergabung di Perbankan Syariah, kebanyakan dari karyawan berfikir lebih memilih untuk bergabung diperbankan konvensional karena menurut mereka manajemen karirnya lebih terjamin, sehingga timbul *gap of human resources* dalam perbankan syariah dan konvensional.

3. Pada aspek Manajemen Operasional

- a.) Letak perusahaan mudah untuk dijumpai karena dipinggir jalan sehingga mudah diakses oleh kendaraan pribadi maupun kendaraan umum. Namun, lokasi pintu masuk terlalu dekat dengan tembok masjid sehingga sedikit terhalang dengan bangunan masjid, hal ini mengakibatkan kurang jelinya pengandara saat mau masuk ke tempat parkir bank muamalat KCU Semarang sehingga pengandara sering terlewat saat mau masuk ke area parkir.
- b.) Parkiran yang tidak cukup luas, parkiran utama ada di basement yang diperuntuk oleh nasabah maupun karyawan, sehingga jika ramai nasabah yang berdatangan memakai kendaraan pribadi apalagi nasabah memakai mobil kemungkinan besar parkirnya bisa sampai keluar ke tepi jalan raya

- c.) Mobile Banking maupun website bank Mu'amalat Indonesia terkadang mengalami kendala dan dalam penanganannya mereka memerlukan waktu yang cukup lama
- d.) Kurangnya pemerataan seperti kantor cabang, mesin ATM, dan lain sebagainya untuk setiap wilayah sehingga menyebabkan masyarakat di suatu wilayah masih kesulitan dalam mengakses dan melakukan transaksi.

Berbagai masalah diatas merupakan hasil perolehan penulis ketika melakukan wawancara dengan pihak Bank Muamalat indonesia KCU semarang salah satunya yaitu kepada dosen supervisor dan hasil observasi lapangan selama magang diperusahaan.

Dari berbagai aspek yang sudah diidentifikasi masalahnya diatas penulis lebih tertarik dengan topik masalah dalam aspek pemasaran karena hal tersebut sesuai dengan posisi serta aktivitas yang sering dilakukan penulis ketika berada ditempat magang, sehingga penulis dapat mengetahui kondisi permasalahan yang terjadi dalam bidang pemasaran perusahaan sehingga dapat membantu mencari alternatif solusinya. Penulis sering menjumpai masalah pemasaran berupa banyak masyarakat yang belum mengenal apa itu Bank Muamalat Indonesia, hal tersebut menyebabkan banyak dari mereka ketika ditawarkan produk maupun layanan yang dimiliki oleh Bank Muamalat Indonesia sebagian besar dari mereka kurang tertarik dan kurang yakin dengan produk dan layanan yang ditawarkan. Ketika calon nasabah tidak mengenali maupun tertarik dengan suatu produk maka kemungkinan

mereka akan ragu atau bahkan tidak akan mencoba memakai layanan yang dimiliki oleh Bank Muamalat Indonesia, selain itu juga terdapat bukti bahwa market share bank muamalat indonesia masih rendah dibandingkan dengan bank syariah lain.



## BAB IV

### KAJIAN PUSTAKA

#### 4.1 Landasan Teori

##### 4.1.2 Minat pengguna QRIS

Perkembangan teknologi yang semakin cepat mendorong masyarakat untuk beradaptasi sehingga memunculkan istilah masyarakat digital (digital society). Penggunaan perangkat seperti gadget, smartphone, browser dan istilah-istilah sejenis sekarang ini menjadi kosakata umum di masyarakat. Dampaknya hal ini mendorong aspek lainnya untuk tumbuh dan berkembang seperti dalam kegiatan transaksi maupun bisnis yang dilakukan secara digital. Pada masa pandemi Covid-19 ini turut mendorong masyarakat menjaga jarak dengan melakukan aktivitas secara online karena resiko yang tinggi untuk bertatap muka. Salah satu aktivitas yang dijalankan dengan perangkat berbasis teknologi seperti ini adalah perbankan bergerak (mobile banking). (Harries Arizonia Ismail, 2021)

Adapun penggunaan Teori Difusi Inovasi telah banyak digunakan oleh para peneliti sebagai konsep untuk menjelaskan pentingnya inovasi dalam pengembangan ilmu maupun teknologi dalam masyarakat yang melibatkan individu, kelompok formal ataupun organisasi. Inovasi adalah suatu gagasan, praktek, atau benda yang dianggap baru oleh individu atau kelompok masyarakat. Berdasarkan hal ini maka difusi inovasi adalah suatu proses menyebarkan dan menyerap ideide atau hal-hal yang baru dalam upaya untuk merubah suatu

masyarakat yang terjadi secara terus menerus dari suatu tempat menuju tempat lain, dari suatu kurun waktu menuju kurun waktu berikut ataupun dari suatu bidang tertentu menuju bidang lainnya.

The Rockefeller Foundation mengulas keadaan ekonomi dunia akibat pandemi Covid-19, “Bahkan negara yang maju, kewalahan dengan adanya pandemi yang dialami seluruh dunia, yang telah menginfeksi hampir 20 persen dari populasi global dan membunuh 8 juta orang hanya dalam tujuh bulan, sebagian besar dari mereka adalah orang dewasa yang muda serta sehat. Pandemi juga memiliki efek mematikan pada sektor ekonomi: mobilitas internasional baik orang maupun barang terhenti, melemahkan industri seperti pariwisata dan memutus rantai pasokan global (global supply chains) (Rockefeller, 2010)”. (I Wayan Arta Setiawan, 2020)

#### 4.1.3 Strategi Promosi

##### a. Pengertian Strategi Promosi

Menurut (Hedynata & Radianto, 2016) menyebutkan bahwa strategi promosi merupakan adalah sebuah rencana dalam optimalisasi penggunaan dari elemen-elemen promosi seperti periklanan, hubungan masyarakat, penjualan pribadi, dan promosi penjualan. Sedangkan (Fathulloh et al., 2022) menjelaskan bahwa strategi promosi adalah kegiatan dalam menyampaikan informasi serta persuasi kepada masyarakat untuk menciptakan tindakan pertukaran dalam hal pemasaran. Menurut (Putu & Komala, 2022)



juga menggambarkan bahwa strategi promosi adalah aktivitas dalam mendorong penjualan yang mengarahkan pada komunikasi yang meyakinkan kepada para konsumen.

Jadi dapat disimpulkan bahwa strategi promosi adalah sebuah aktivitas dalam meningkatkan penjualan produk sebuah perusahaan dengan memberikan informasi yang efektif kepada masyarakat.

b. Tujuan Strategi Promosi

Adapun tujuan promosi adalah untuk menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk dan mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasaran. Berikut ini tujuan secara terperinci:

- a) Menginformasikan yaitu berupa: Menginformasikan pasar mengenai keberadaan suatu produk, memperkenalkan cara pemakaian yang baru dari suatu produk baru, menyampaikan perubahan harga kepada pasar, menjelaskan cara kerja suatu produk, menginformasikan jasa-jasa yang disediakan oleh perusahaan, membangun citra perusahaan, dan mengurangi kekhawatiran dan ketakutan pembeli.

b) Membujuk pelanggan sasaran yaitu untuk:  
Membentuk pilihan merk, mengalihkan pilihan ke merk tertentu, mengubah persepsi pelanggan terhadap atribut produk, mendorong pembeli untuk belanja saat itu juga, dan mendorong pembeli untuk menerima kunjungan wisata.

c) Mengingat yang terdiri dari: Mengingat pembeli bahwa produk yang bersangkutan dibutuhkan dalam waktu dekat, mengingatkan pembeli akan tempat-tempat yang menjual produk perusahaan, membuat pembeli tetap ingat walaupun tidak ada kampanye iklan, dan menjaga ingatan pertama pembeli jatuh pada produk perusahaan



## BAB V

### METODE PENGUMPULAN DAN ANALISA DATA

#### 5.1 Metoda Pengumpulan Data

Dalam kegiatan magang ini penulis dalam melakukan pengumpulan data menggunakan cara observasi, wawancara dan dokumentasi yang dilakukan di Bank Muamalat Indonesia KCU Semarang.

##### 5.1.1 Observasi

Kegiatan observasi dilakukan pada saat magang di Bank Muamalat Indonesia KCU Semarang, dimana lokasi magang tersebut sudah dipilihkan oleh fakultas. Selama proses magang penulis melakukan observasi lapangan untuk memperoleh data pendukung dalam penyelesaian laporan ini. Dalam hal ini penulis melakukan pengumpulan data menyatakan terus terang kepada sumber data, bahwa sedang melakukan pengamatan. Jadi mereka yang dijadikan objek pengamatan mengetahui kegiatan penulis dari awal sampai akhir. Observasi dilakukan untuk mengamati obyek pengamatan seperti tempat khusus organisasi, sekelompok orang atau beberapa aktifitas tertentu. Dalam hal ini penulis mengamati kegiatan dan segala sesuatu yang berhubungan dengan kegiatan magang di Bank Muamalat KCU Semarang.

##### 5.1.2 Wawancara

Kegiatan wawancara dilakukan dengan mengajukan pertanyaan kepada responden, yaitu dalam kegiatan MBKM magang ini penulis melakukan wawancara dengan masyarakat yang menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia KCU Semarang.

### 5.1.3 Dokumentasi

Dokumentasi yang dilakukan penulis dilakukan melalui pengumpulan-pengumpulan dokumen pendukung yang berasal dari Bank Muamalat Indonesia KCU Semarang. Pengumpulan data dilakukan dengan mengumpulkan data melalui dokumen dan berkas yang berhubungan dengan permasalahan kualitas pelayanan.

## 5.2 Teknik Analisis Data

Dalam laporan kegiatan MBKM-magang ini penulis menggunakan teknik analisa data berupa studi komparatif. Dalam hal ini studi komparatif adalah proses untuk membandingkan persamaan dan perbedaan antara teori yang sudah ada sebelumnya dengan fenomena yang ada dilapangan. Fenomena yang dimaksud adalah permasalahan ketika melakukan kegiatan MBKM magang di Bank Muamalat Indonesia KCU Semarang.

## BAB VI

### ANALISIS DAN PEMBAHASAN

#### 6.1. Analisis

##### 6.1.1. Minat pengguna

Kemajuan di bidang teknologi informasi dan komunikasi digital yang semakin pesat membawa perubahan yang cukup signifikan pada kehidupan kita di semua bidang. Dalam menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi tersebut aktivitas pemerintah dan usaha mulai mengubah dirinya menjadi instansi dan perusahaan global, termasuk perbankan. Meningkatnya pergerakan masyarakat akhir-akhir ini menjadikan *community service providers* seperti perbankan, harus mencari berbagai cara untuk melakukan inovasi dalam memberikan pelayanan yang terbaik kepada semua nasabahnya. Diantara inovasi yang harus dikembangkan perbankan adalah dalam hal metode transaksi dan alat pembayaran (Pratama and Suputra, 2019).

Alat pembayaran selama beberapa periode telah meniti beberapa modifikasi yang awal mulanya dari praktik barter sampai diciptakannya uang sebagai alat pembayaran yang legal. Uang sebagai sebuah komoditas yang biasa digunakan oleh masyarakat sebagai alat transaksi yang legal untuk setiap transaksi barang dan jasa juga telah melewati metamorfosa (perubahan). Terciptanya alat pembayaran uang elektronik dengan memanfaatkan perkembangan teknologi digital menjadi inovasi baru di dunia perbankan (Ningsih et al., 2021). Sistem pembayaran uang elektronik

di Indonesia mengalami perkembangan dengan sistem teknologi yang terus maju dan mutakhir yang membuat penyedia serta pengguna sistem pembayaran uang elektronik secara berkala mengoptimalkan pelayanannya dalam sistem pembayaran supaya lebih instan dipakai oleh konsumen atau nasabahnya di masa mendatang.

Dewasa ini, masyarakat Indonesia sudah mulai menggunakan uang elektronik dalam beberapa aktivitasnya, antara lain untuk pembayaran tol, transportasi online, parkir digital, belanja di minimarket, dan pembelian pulsa sebagai perwujudan bentuk transaksi dengan menggunakan uang elektronik (Tazkiyyaturrohmah, 2018). Di Indonesia, transaksi uang elektronik semakin menunjukkan tren peningkatan setiap tahunnya. Meningkatnya literasi keuangan inklusif masyarakat dan jumlah penduduk yang bertambah memacu bertumbuhnya transaksi electronic money di tanah air.

Berdasarkan identifikasi masalah yang ada di bab3 maka dapat diketahui bahwa masih banyak berbagai aspek masalah yang ada di Bank Mu'amalat Indonesia KCU Semarang. Namun dalam laporan ini penulis lebih tertarik serta memfokuskan kepada topik mengenai pemasaran, salah satunya yaitu mengenai upaya menarik minat calon nasabah dengan bantuan sistem layanan QRIS. Bila dibandingkan dengan kegiatan transaksi sekarang menggunakan uang cash pasti akan lebih mudah hanya dengan menggunakan teknologi seperti dompet digital. Tidak menutup kemungkinan ketika sekarang ini banyak nasabah menggunakan

sistem pembayaran menggunakan uang cash. akan tetapi QRIS hadir untuk mempermudah dengan cara bertransaksi menggunakan dompet digital.

### 6.1.2. Layanan QRIS

Bertransaksi menggunakan dompet digital terdengar asing untuk kalangan UMKM Berdasarkan dari hasil wawancara yang penulis lakukan dengan UMKM Sekitar dapat diketahui bahwa UMKM tersebut mengatakan jika mereka hanya sedikit mengetahui informasi mengenai perbankan syariah terutama mengenai Bank Muamalat. Hal tersebut dapat menyebabkan rasa ketertarikan oleh masyarakat terhadap menjadi nasabah di Bank Muamalat terbilang masih cukup rendah dikarenakan kurangnya penyebaran informasi mengenai Bank Muamalat terhadap masyarakat umum di berbagai wilayah terutama di wilayah Semarang. Layanan jasa QRIS memberikan alternatif metode pembayaran non-tunai secara lebih efisien. Melalui penggunaan satu standar QR Code, penyedia barang dan jasa (merchant) tidak perlu memiliki berbagai jenis QR Code dari penerbit yang berbeda. Hingga akhir Februari 2020, jumlah merchant yang menggunakan QRIS di Bank Mu'amalat tercatat hanya sedikit orang yang menggunakannya, jumlah ini tidak meningkat selama magang berlangsung. Padahal penggunaan QRIS menjadi trend positif belakangan ini bagi pelaku usaha dan juga konsumen. Mengingat manfaatnya dalam membantu proses transaksi non-tunai secara lebih efisien, penggunaan QRIS oleh UMKM akan dapat membantu meningkatkan kinerja usahanya, terlebih pada masa pandemi seperti saat ini. Hingga saat ini, belum banyak UMKM yang telah menggunakan QRIS, sehingga penelitian perlu dilakukan untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang

mempengaruhi intensi UMKM menggunakan QRIS. Dengan mengetahui faktor pembentuk intensi UMKM menggunakan QRIS, diharapkan akan dapat dirumuskan strategi yang tepat untuk mendorong lebih banyak UMKM menggunakan QRIS





## BAB VII

### KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

#### 7.1. kesimpulan

Berdasarkan penjabaran bahsan laporan business cases report magang MBKM, bisa disimpulkan jika :

- a. Minat pengguna ialah suatu ketertarikan individu terhadap layanan. Kemudian ketertarikan tersebut menimbulkan rencana individu untuk membeli suatu jasa. Ketertarikan disebabkan 2 macam sebab antara lain sebab dari dalam (keinginan atau kebutuhan) dan sebab dari luar (pengaruh dari orang lain), kondisi tertentu dan lain sebagainya).
- b. Jasa QRIS merupakan merupakan keyakinan yang timbul dari suatu layanan yang diyakini atau dipercaya oleh calon konsumen bahwa jasa tersebut mampu memenuhi segala harapan dan keinginan calon konsumen serta dapat bertanggung jawab atas segala resiko yang akan terjadi pada konsumen nantinya
- c. Penyebab utama dari kurang tertariknya BMI di mata masyarakat antara lain masyarakat lebih familiar dengan Bank Konvensional dibanding Bank Syariah, fasilitas yang diberikan oleh BMI kurang merata sehingga menyebabkan masyarakat kurang tertarik dikarenakan jarang ada di dekat tempat tinggalnya, Pengenalan produk yang dimiliki BMI kurang

merata terhadap masyarakat di berbagai wilayah, belum adanya sosial media resmi dari BMI KCU Semarang sehingga masyarakat sekitar Semarang susah untuk mengetahui update program / produk terbaru yang ada di BMI KCU Semarang,. Dengan kurang dikenal serta kurang dipercayanya BMI KCU Semarang ini menyebabkan minat calon nasabah terutama masyarakat yang ada di Semarang masih kurang.

## **7.2. Rekomendasi**

### **7.2.1. Rekomendasi Terkait Analisis**

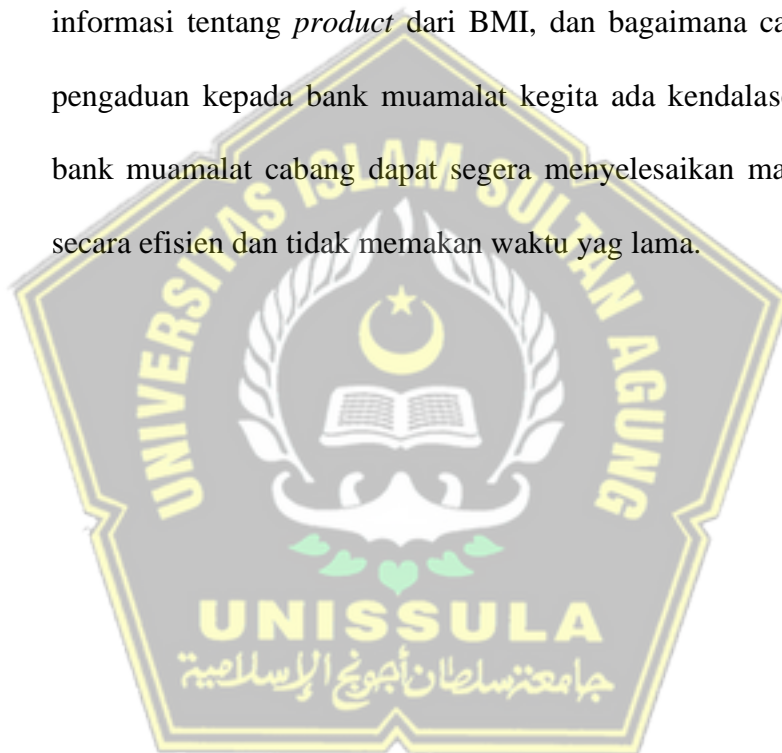
Berhubungan dengan hasil analisis di BAB enam, sang penulis memberi rekomendasi berupa antara lain :

- a.) Memberikan edukasi secara intensif kepada masyarakat mengenai perbankan syariah. Poin ini menjelaskan bahwa dengan adanya pemberian edukasi yang tepat terhadap masyarakat mengenai perbankan syariah khususnya bank muamalat Indonesia maka hal tersebut dapat berdampak positif terhadap menarik minat calon nasabah dalam mencoba layanan yang ada di bank muamalat Indonesia
- b.) Sering memperkenalkan Brand Image perusahaan di manapun dan kapanpun agar masyarakat memiliki kepercayaan terhadap Bank Muamalat sehingga masyarakat tertarik dengan produk dan layanan Bank Muamalat Indonesia. Poin ini sangat penting bagi sebuah perusahaan dalam memasarkan produk/layanan mereka terhadap

masyarakat, karena dengan seringnya melakukan pengenalan brand image terhadap masyarakat maka masyarakat akan mengetahui atau paling tidak pernah mendengar merek tersebut dan hal tersebut dapat meninggalkan kesan yang baik karena merek tersebut dapat diingat oleh masyarakat umum.

- c.) Melakukan Promosi sesering mungkin baik melalui Media Digital maupun terjun langsung dilapangan agar masyarakat merasa dekat dengan Bank Muamalat. Tidak ada kata bosan untuk melakukan promosi karena dengan adanya promosi maka hal tersebut akan menarik minat banyak orang untuk mencoba memakai produk dari bank muamalat.
- d.) Memanfaatkan digitalisasi yang ada guna menyebarluaskan promosi produk, layanan maupun perusahaan dengan bantuan berbagaimacam media sosial maupun website yang mudah diakses oleh semua orang.
- e.) Memperluas jaringan / relasi dalam melakukan promosi produk BMI. Hal ini sangat penting karena semakin luasnya promosi yang dilakukan maka dapat menjangkau banyak orang, sehingga akan banyak orang mengetahui perusahaan beserta produk tersebut dan kemungkinan besar hal tersebut akan menarik minat banyak orang untuk membeli/memakai produk maupun layanan bank muamalat indonesia
- f.) Membuat media sosial untuk setiap kantor cabang agar memudahkan

nasabah untuk mengetahui informasi atau melakukan komplein agar dapat secepatnya ditangani. Dengan adanya media sosial antar cabang BMI setiap wilayah maka hal tersebut akan memiliki nilai positif dimata konsumen, karena hal tersebut dapat memudahkan mereka dalam memberikan fasilitas seperti yang mereka butuhkan misalnya mencari informasi tentang *product* dari BMI, dan bagaimana cara melakukan pengaduan kepada bank muamalat kegitu ada kendalasehingga pihak bank muamalat cabang dapat segera menyelesaikan masalah tersebut secara efisien dan tidak memakan waktu yag lama.



## BAB VIII

### REFLEKSI DIRI

#### **8.1. Hal-Hal Positif Yang Diterima Selama Prkuliahan Yang Relevan Terhadap Pekerjaan Selama Magang**

Materi pembelajaran yang didapat penulis selama proses perkuliahan berlangsung hingga saat ini sangat relevan dan bermanfaat terhadap keberlangsungan proses magang di Bank Muamalat Indonesia Cabang KCU Semarang. Teori-teori yang telah didapat selama perkuliahan merupakan salahsatu ilmu tambahan bagi penulis misalnya untuk melakukan analisis suatu studikusus dalam lingkungan tempat magang. Semasa pelaksanaan magang berlangsung penulis mempraktikkan secara langsung materi yang telah didapatdi ruang kelas salah satunya materi mengenai manajemen pemasaran, manajemen sdm, manajemen operasi, *critical thinking* dan *problem solving*, dan lain sebagainya. Didapatkannya materi tersebut membuat penulis akhirnya dapat melaksanakan proses magang hingga selesai dengan terarah dan mendapatkan sebuah ilmu tambahan baru yaitu berupa pengalaman yangsangat bermanfaat kedepannya bagi penulis.

Penulis tak hanya mendapatkan materi perkuliahan berupa teori saja yang relevan terhadap pekerjaan selama magang. Namun juga memperoleh ilmu diluar materi perkuliahan yaitu ilmu selama berada di forum atau organisasi

kemahasiswaan dimana dalam kegiatan tersebut membawa banyak dampak positif yang sangat berguna terhadap seluruh kegiatan selama magang. Salahsatunya yaitu ketika berada di suatu organisasi maka kita dilatih untuk dapat bekerjasama dengan team. Tak hanya itu kita juga dilatih untuk dapat berbaur dengan berbagai macam karakter / sifat orang sehingga kita dapat mengambil tindakan yang sesuai, dan masih banyak ilmu yang didapatkan selama berada di organisasi kemahasiswaan. Berbekal dengan pengalaman tersebut alhamdulillah penulis dapat menerapkan ilmu organisasi kampus di tempat magang sehingga membuat penulis dapat melaksanakan seluruh kegiatan magang dengan mudah dan lancar dalam bekerjasama dengan orang lain

Selain itu pendidikan karakter yang didapat penulis selama perkuliahan juga salah satu hal positif yang sangat bermanfaat terhadap pekerjaan selama magang. Pendidikan karakter ini menjadi salah satu kemampuan tambahan penulis sehingga dapat membuat penulis melakukan komunikasi dengan baik dan bersikap sopan santun terhadap staff yang ada di Bank Muamalat Cabang KCU Semarang maupun terhadap sesama peserta magang yang lain.

## **8.2. Manfaat Magang Terhadap Pengembangan Soft Skill Dan Kekurangan Soft Skill Yang Dimiliki**

Program magang MBKM ini tak hanya membantu pengembangan *hard skill* penulis namun juga membantu pengembangan *soft skill* yang dimiliki oleh penulis.

*Soft skills* yang didapat penulis selama magang di BMI KCU Semarang antara lain mampu melakukan promosi produk baik melakukan promosi kepada konsumen secara langsung maupun melakukan promosi kepada konsumen melalui digital marketing, mampu menghubungi nasabah untuk memberikan promosi program yang sedang berlangsung, mendapatkan ilmu tambahan mengenai proses sales marketing, mampu beradaptasi dengan lingkungan kerja, meningkatkan kemampuan berfikir kritis, selalu jujur dan amanah dalam setiap kegiatan yang dilakukan, bersikap inisiatif ketika ada sesuatu yang perlu dibantu, mampu bekerjasama dengan satu tim maupun staff BMI, belajar untuk lebih berani dalam mengambil resiko, dan masih banyak manfaat *soft skill* lainnya yang penulis dapatkan selama magang.

Namun penulis menyadari bahwa masih memiliki kekurangan *soft skill* selama magang yaitu berupa penulis masih belum terlalu mahir ketika berbicara di depan banyak orang, penulis masih perlu meningkatkan komunikasi agar tidak terbata-bata maupun salah pengucapan.

### **8.3. Manfaat Magang Terhadap Pengembangan Kemampuan Kognitif Dan Kekurangan Kemampuan Kognitif Yang Dimiliki**

Program Magang MBKM ini tak hanya membantu pengembangan *hard skill* maupun *soft skill* penulis namun juga membantu pengembangan kemampuan kognitif yang dimiliki oleh penulis. Salah satu kemampuan kognitif yang didapat

penulis selama magang di BMI KCU Semarang antara lain penulis mampu belajar sesuatu yang baru baik itu sesuai dengan bidang keahlian maupun diluar bidang keahlian, penulis jadi lebih memperhatikan sesuatu dengan detail sekecil apapun itu, penulis mampu memahami sesuatu dengan mudah tanpa memerlukan waktu yang panjang, dan masih banyak kemampuan kognitif lainnya yang penulis dapatkan dari magang ini.

Namun penulis menyadari bahwa masih memiliki kekurangan kemampuan kognitif selama magang yaitu berupa penulis masih rendah dalam hal mengingat sesuatu dalam proporsi yang panjang sehingga penulis harus selalu mempunyai catatan mengenai sesuatu yang penting agar tidak lupa, dan lain sebagainya.

#### **8.4. Kunci Sukses Dalam Bekerja Berdasarkan Pengalaman Di Tempat Magang**

Dengan terselesaikannya kegiatan magang di BMI KCU Semarang, maka penulis memperoleh banyak pengalaman yang dari pengalaman tersebut dapat dijadikan sebagai salah satu kunci sukses dalam bekerja berdasarkan pengalaman di tempat magang penulis yaitu di BMI KCU Semarang. Kunci sukses tersebut antara lain selalu menerima pendapat, kritik maupun saran dari berbagai pihak dengan tangan terbuka, yang mana hal tersebut nantinya dapat dijadikan sebagai salah satu bekal untuk memperbaiki diri lebih baik lagi kedepannya. Selalu mencari tahu sesuatu yang belum diketahui atau dengan kata lain jangan pernah



lelah/berhenti untuk mempelajari sesuatu yang baru agar kita mendapatkan ilmu baru yang nantinya dapat diaplikasikan di pekerjaan lainnya. Tak hanya itu selama di tempat magang juga penulis banyak menemui serta mempraktikkan ajaran islam yaitu berupa jujur dan amanah dalam melakukan segala sesuatu, karena ketika kita mendapatkan sebuah kepercayaan maka kita harus menjaganya dengan sepenuh hati. Dan masih banyak hal lainnya yang dapat menjadi kunci sukses ketika melaksanakan magang maupun ketika bekerja di suatu perusahaan.

#### **8.5. Rencana Pengembangan Diri, Karir, Dan Pendidikan Selanjutnya**

Dari pengalaman yang didapat oleh penulis ketika melaksanakan kegiatan magang MBKM ini, menjadikan penulis untuk selalu berusaha melakukan pengembangan kemampuan diri penulis baik berupa kemampuan *soft skill, hard skill*, maupun kemampuan kognitif yang dimiliki oleh penulis. Rencana pengembangan diri, karir, dan pendidikan sangat perlu dilakukan oleh tiap individu demi keberlangsungan kesuksesannya untuk mencapai goals masing-masing. Perencanaan pengembangan diri, karir, dan pendidikan selanjutnya yang ingin penulis capai antara lain mengikuti pelatihan *soft skill* maupun *hardskill* sesuai dengan *passion* yang dimiliki oleh penulis seperti misalnya mengikuti kelas / pelatihan marketing, accounting, entrepreneurship, dan lain sebagainya yang mana pelatihan atau kelas tersebut dapat membantu penulis menambah ilmu serta pengalaman guna untuk diaplikasikan ke perusahaan yang ingin penulis bekerja nantinya. Selanjutnya menempuh pendidikan lanjutan setelah S1 untuk

mendapatkan ilmu tambahan serta mendapatkan gelar baru dimana gelar tersebut nantinya akan dapat berpengaruh untuk peningkatan jabatan di tempat kerja. Tak hanya cukup sampai disana juga kedepannya penulis juga ingin bergabung kedalam anggota / komunitas para pengusaha untuk mengembangkan skill penulis dalam bidang bisnis.



## DAFTAR PUSTAKA

- Harries Arizona Ismail, T. P. (2021). FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PENGGUNAAN MOBILE. *Journal of Economic and Business*, 157.
- I Wayan Arta Setiawan, I. W. (2020). QRIS DI MATA UMKM: EKSPLORASI PERSEPSI DAN INTENSI . *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana* 9.10, 921-946.
- Fathulloh, Z., HM, S. H., & Hotimah, K. (2022). Strategi Promosi dalam Meningkatkan Kepuasan Jamaah di PT. Shofi Tour and Travel Lumajang. *Dakwatuna: Jurnal Dakwah ...*, 8(1).  
<https://www.iaisyarifuddin.ac.id/ejournal/index.php/dakwatuna/article/view/1580>
- Hedynata, M. L., & Radianto, W. E. D. (2016). Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Luscious Chocolate Potato Snack. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(1), 87–96.
- Putu, N., & Komala, R. (2022). *Tingkat Hunian Kamar Pada Era New Normal Di Fivelements Retreat Bali Promotional Strategies To Improve Room Occupation in the New Normal Era in*. 01(04), 873–887.
- Arikunto, S. (2017). Metode Penelitian Kualitatif. *Metode Penelitian Kualitatif*, 17, 43
- Dae, A. (2017). PENGARUH PROMOSI DAN PENGETAHUAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI ANGGOTA BANK SYARIAH DI BANK MUAMALAT KANTOR CABANG PEMBANTU TULUNGAGUNG bab 2 landasan teori dan pengembangan hipotesis. 2, 11–31.  
<https://www.bankmuamalat.co.id/index.php/hubungan-investor/laporan-tahunandiakses> pada 5/6/2022
- Khalis, V. M., Komariah, K., & Mulia, F. (2022). Analisis Kualitas Produk Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek. *COSTING : Journal of Economic, Business and Accounting*, 5(2), 857–865

Sidiq, D. H. (2017). *Strategi Pemasaran Bank Muamalat Indonesia Pada Kelembagaan Pondok pesantren Di Wilayah Jakarta Selatan*. UIN SYARIF HIDAYATULLAH JAKARTA.

