

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Lembaga keuangan hadir untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam menjalankan aktivitas ekonominya. Lembaga keuangan dapat dikelompokkan menjadi 2 bentuk, yakni lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan non-bank. Perbedaan yang terletak pada kedua jenis lembaga keuangan ini ialah pada penghimpunan dana. Penghimpunan dana oleh bank berasal dari masyarakat secara langsung atau tidak langsung sedangkan lembaga keuangan non bank hanya menghimpun dana dari masyarakat secara tidak langsung. Perbedaan lain terletak pada penyaluran dana. Bank secara tegas dapat menyalurkan dana dengan tujuan sebagai modal kerja, ataupun investasi, namun hal tersebut tidak berarti bahwa lembaga keuangan non bank tidak dapat meyalurkan dana sebagai konsumsi atau modal kerja.¹

Prinsip yang digunakan dalam menjalankan aktivitas perbankan di Indonesia ada dua, yakni perbankan konvensional dan perbankan syariah. Lembaga keuangan perbankan yang menerapkan prinsip konvensional keuntungan utamanya berasal dari selisih antara bunga simpanan yang diberikan kepada nasabah dengan bunga pinjaman atau kredit yang disalurkan. Lembaga keuangan perbankan syariah memperoleh keuntungan utama tidak melalui bunga, melainkan didasarkan sesuai dengan ketentuan syariah yang termasuk didalamnya ialah prinsip bagi hasil (*mudharabah*), prinsip penyertaan modal (*musyarakah*), prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (*murabahah*), prinsip pembiayaan barang modal (*ijarah*), dan prinsip pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa (*ijarah wa iqtina*).²

Bank syariah sebagai lembaga keuangan syariah hadir untuk menjadi solusi menghindarkan diri dari praktek ribawi yang dijalankan oleh

¹ Jamal Wiwoho, "Peran Lembaga Keuangan Bank dan Lembaga Keuangan Bukan Bank Dalam Memberikan Distribusi keadilan Bagi Masyarakat" MMH: Jilid 43 no. 1 (Januari 2019): 2.

² Bustari Muchtar, dkk. *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*. (Jakarta: Kencana, 2016), 55

bank konvensional. Kehadiran perbankan syariah di Indonesia sebagai negara yang menganut *Dual Economic System* menjadi payung teduh bagi mereka yang membutuhkan lembaga perbankan sekaligus menginginkan terlepas dari jeratan ribawi.³ Berjalannya pertumbuhan ekonomi serta perkembangan teknologi, perbankan syariah turut tumbuh dengan pesat. Kecanggihan teknologi saat ini mengakibatkan berbagai elemen ikut menyesuaikan diri dan mengikuti perkembangan yang ada, tidak terkecuali perbankan syariah yang turut memanfaatkan kecanggihan teknologi tersebut dalam melakukan promosi produk dan jasanya. Sebelum era digitalisasi di Indonesia, bank syariah memperkenalkan dan memberikan edukasi kepada masyarakat dengan strategi pemasaran tradisional seperti iklan, seminar dan sosialisasi. Strategi merupakan sebuah proses dalam merumuskan, mengimplementasikan dan melakukan evaluasi terhadap keputusan yang diambil oleh sebuah organisasi untuk mencapai tujuannya.⁴

Strategi pemasaran memiliki pengaruh yang sangat penting dalam meningkatkan minat nasabah untuk memilih jasa dan produk pada lembaga perbankan konvensional maupun syariah. Maka dengan minat yang menjadi pengaruh ini bank juga harus memperhatikan unsur-unsur dalam memasarkan produk-produk dan jasanya dengan menggunakan strategi pemasaran yang baik. Strategi pemasaran merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan oleh bank untuk mengembangkan, memperoleh serta mempertahankan nasabah termasuk nasabah lama maupun nasabah baru.⁵ Strategi pemasaran dilaksanakan dengan melibatkan beberapa elemen yang meliputi segmen pasar, target pasar, proposisi nilai, bauran pemasaran, penetapan harga serta promosi. Segmentasi pasar merupakan pemecahan pasar menjadi kelompok yang lebih kecil dengan didasarkan pada karakteristik demografis, geografis, perilaku dan psikografis. Target pasar

³ Muhammad Zuhirsyam., dkk, *Revitalisasi Perbankan Syariah Menyongsong Industri 4.0*, (Medan: Merdeka Kreasi, 2022), 21

⁴ Diah Wulandari, "Pemasaran Produk Bank Syariah di Era Digital,," *Jurnal Pendidikan Tambusai*, no.1 (2023): 3086

⁵ Ary Dean Amri, dkk. "Analisis Pengaruh Strategi Pemasaran dan Kualitas Layanan dalam Upaya Menarik Minat Terhadap Produk-Produk dan Jasa Perbankan Konvensional dan Syariah pada Masyarakat Provinsi Jambi,," *At Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam* 8 no. 2 (Juli – Desember 2023): 221

mengacu pada satu kelompok spesifik dari segmen pasar yang menjadi tujuan utama perusahaan dalam upaya pemasaran mereka.⁶

Proposisi nilai pada strategi pemasaran merupakan proses identifikasi manfaat yang ditawarkan oleh sebuah produk atau layanan perusahaan dan bagaimana hal tersebut menjadi pembeda dengan perusahaan pesaing. Tahap selanjutnya setelah menentukan proposisi nilai ialah dengan melakukan bauran pemasaran, yakni mengembangkan rencana taktik pemasaran yang turut melibatkan berbagai macam bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari *product* (produk), *price* (harga), *promotion* (promosi), *place* (saluran pemasaran atau distribusi), *people* (karyawan), *physical evidence* (bukti fisik) dan *process* (proses). Analisis biaya merupakan salah satu aspek dalam menetapkan harga, kemudian penelitian pasar dan pertimbangan nilai pelanggan untuk menentukan harga yang kompetitif serta menguntungkan. Setelah penentuan harga sudah ditetapkan maka dilakukan aktivitas promosi. Promosi dapat berbentuk kegiatan periklanan, hubungan masyarakat, penjualan langsung, pemasaran digital dan lainnya.⁷

Salah satu cara yang digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan penjualan produk ialah dengan melakukan promosi terhadap produk yang sudah dipasarkan. Promosi merupakan suatu cara untuk menginformasikan, merujuk dan mengingatkan konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung mengenai suatu produk yang dijual. Pelaksanaan promosi selain bertujuan untuk meningkatkan penjualan, promosi juga digunakan untuk menyampaikan informasi, memposisikan produk serta memberikan nilai tambah pada produk tersebut sehingga secara otomatis promosi yang dilakukan oleh sebuah perusahaan pada produk yang dihasilkan akan memaparkan informasi-informasi penting mengenai produk tersebut termasuk manfaat produk, untuk memposisikan produk, menguraikan kelebihan dan kekurangan produk serta ciri khas yang dimiliki

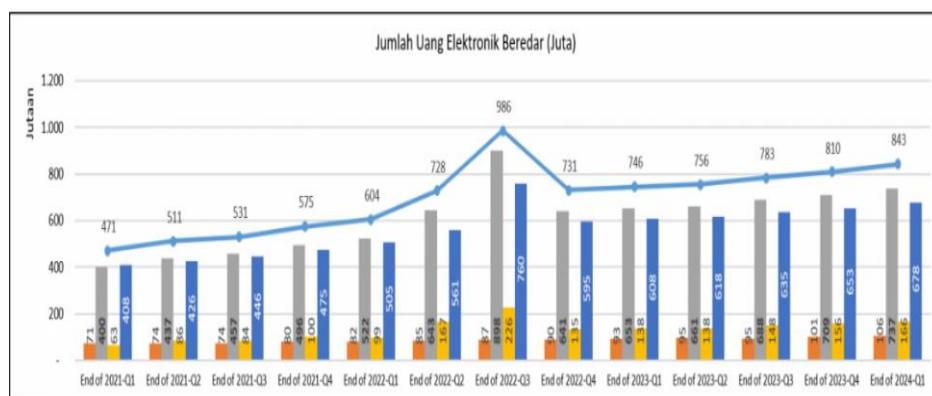
⁶ I Made Darsana, dkk. *Strategi Pemasaran* (Bali: Penerbit Intelektual Manifes Media, 2023), 5

⁷ *Ibid*, 13

serta. Promosi akan dikatakan berhasil jika kegiatan promosi bisa menempatkan produk menjadi *brand of mine*.⁸

Pelaksanaan promosi atas sebuah produk tentu juga menjadi wadah dalam kegiatan transaksi baik itu dengan nominal kecil (retail) dengan menggunakan pembayaran uang kertas maupun transaksi dengan nominal yang besar dimana menggunakan transaksi uang digital. Uang digital merupakan salah satu inovasi untuk menunjang pertumbuhan ekonomi dengan perkembangan teknologi informasi. Seiring dengan berjalannya waktu dan perkembangan teknologi yang turut menyertai dunia keuangan, metode pembayaran dengan alat tunai kini tergeser dengan terbentuknya sistem pembayaran non-tunai yang lebih efisien dan ekonomis sehingga menimbulkan dampak munculnya pembayaran uang elektronik dan virtual. Perkembangan transaksi non-tunai dari tahun ke tahun terus mengalami peningkatan yang disebabkan oleh kemajuan teknologi, pola hidup masyarakat dan juga perkembangan inovasi keuangan sehingga menambah berbagai macam transaksi non-tunai pada era teknologi ini. Penggunaan uang elektronik dalam transaksi keuangan kini tumbuh sangat signifikan, hal ini dapat dilihat dari data berikut:

Tabel 1.1
Jumlah Uang Elektronik Beredar pada Kuartal IV 2021 – Kuartal I 2024



Sumber: www.aspi-indonesia.or.id

Data yang diperoleh dari ASPI (Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia) diatas menunjukkan bahwa jumlah uang elektronik beredar

⁸ Putri Lestari, Muchammad Saifuddin, "Implementasi Strategi Promosi Produk dalam Proses Pembelian Melalui Digital Marketing saat Pandemi Covid'19," *Jurnal Manajemen dan Inovasi (MANOVA)* 3, no. 2 (2020): 22-23

mencapai 843 juta unit pada April 2024. Jumlah tersebut meningkat 2,4% dari posisi akhir 2023.⁹ Hal ini menunjukkan bahwa angka uang elektronik yang beredar di Indonesia cukup tinggi karena banyaknya produk uang elektronik seperti *e-money* yang berbasis chip dan berbasis server. *E-money* yang berbasis server berupa *bank account* dan aplikasi *e-wallet* yang terdiri atas OVO, GoPay, Dana dll. Maka dengan sebab itu bank-bank sentral saat ini mendorong penggunaan instrumen pembayaran non-tunai karena dinilai relatif lebih aman serta mampu meningkatkan efektivitas dan efisiensi sistem pembayaran yang bersifat lebih mudah dan cepat.

Aplikasi dompet digital yang beredar luas di Indonesia menyebabkan para penjual harus menyediakan beberapa layanan *QR Code* sebanyak jumlah aplikasi digital yang digunakan oleh masyarakat dimana dengan banyaknya *QR Code* ini menyebabkan berkurangnya efektivitas untuk melakukan pemindaian *QR Code* yang berbeda-beda. Bank Indonesia menetapkan standar QR demi mendukung tercapainya sistem pembayaran yang terintegrasi dengan bermacam-macam instrumen dan kanal pembayaran digital dengan menciptakan fasilitas transaksi pembayaran digital di Indonesia yang disebut *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) yang disediakan untuk semua jenis transaksi pembayaran digital.¹⁰

Kemudahan masyarakat dalam mengakses layanan keuangan digital menjadikan QRIS sebagai salah satu alat yang digunakan oleh perbankan dalam meningkatkan inklusi keuangan. Inklusi keuangan dideskripsikan dengan ketersediaan akses yang mudah bagi seluruh lapisan masyarakat terhadap berbagai layanan keuangan formal yang berkualitas secara tepat waktu, lancar, dan aman dengan biaya terjangkau dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan. Prinsip keuangan inklusif menjadi salah satu bagian penting dalam mencapai kesejahteraan masyarakat di

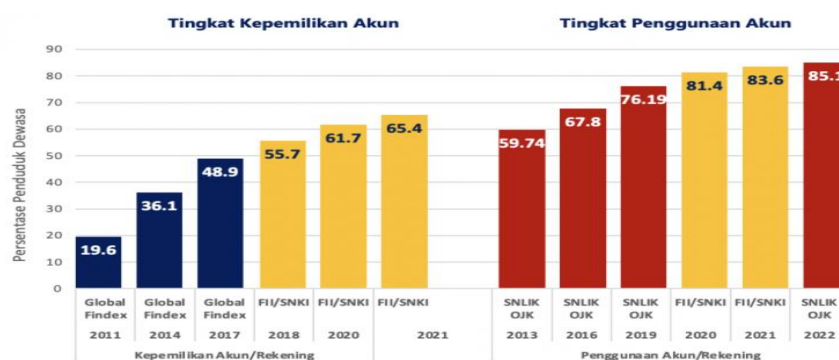
⁹ <https://www.aspi-indonesia.or.id/berita-info-statistik-uang-elektronik/> diakses pada 12 Agustus 2024

¹⁰ Sulistiani Arianti Putri, Dhidhin Noer Ady Rahmanto, "Analisis Efektivitas Penggunaan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) sebagai Alat Pembayaran Non Tunai pada Bank Syariah Indonesia KCP Godea,". *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam EL- Mal* 5, no.1 (2024): 459

suatu negara. Pengelolaan keuangan turut terbantu dengan adanya keuangan inklusif masyarakat dan memperlancar aktifitas ekonomi dengan cara memberikan kemudahan dalam mengakses jasa lembaga keuangan, namun tidak dapat dipungkiri bahwa masih ada sebagian masyarakat yang belum tersentuh lembaga keuangan atau *unbanked*. Salah satu alasan utama masyarakat menjadi *unbanked* adalah keterbatasan informasi yang diterima oleh masyarakat mengenai akses dalam menggunakan layanan keuangan serta mahalnya administrasi untuk akses keuangan tersebut.¹¹

Keuangan inklusif diyakini mampu memberikan jawaban atas adanya kondisi seperti disebutkan sebelumnya, dengan memberikan banyak manfaat yang dapat dinikmati baik oleh masyarakat, pemerintah dan pihak swasta lainnya. Inklusi keuangan memiliki manfaat diantaranya untuk meningkatkan efisiensi ekonomi dan menjadi pendukung stabilitas sistem keuangan, mengurangi *shadow banking*, mendukung pendalaman pasar keuangan, memberikan potensi pasar baru bagi perbankan, mendukung peningkatan *Human Development Index* (HDI) serta turut berkontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan baik itu dalam skala lokal dan nasional.¹²

Tabel 1.2
Tingkat Inklusi Keuangan di Indonesia Berdasarkan
Kepemilikan dan Penggunaan Akun



Sumber: snki.go.id

¹¹ Adhitya Wardono, Yulia Indrawati, Ciplis Gema Qori'ah, *Inklusi Keuangan dalam Persimpangan Kohesi Sosial dan Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan*, (Jember: Pustaka Abadi, 2018), 3

¹² *Ibid*, 5

Hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2022 yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan, menunjukkan bahwa tingkat inklusi keuangan di Indonesia telah mencapai 85,10%. Capaian ini meningkat 8,91 poin persentase jika dibandingkan dengan survei yang sama pada tahun 2019 (76,19%), dan mengalami peningkatan sebesar 1,5 poin persentase jika dibandingkan tingkat penggunaan akun pada tahun 2021 yang sebesar 83,6% berdasarkan Survei Nasional Keuangan Inklusif 2021 yang dilakukan oleh Sekretariat DNKI dan Bank Indonesia. Kepemilikan akun di Indonesia menunjukkan ada 65,4% masyarakat usia dewasa di Indonesia pada tahun 2021 yang sudah memiliki akun perbankan. Capaian ini meningkat 3,7 poin persentase apabila dibandingkan dengan hasil survei yang sama pada periode sebelumnya.

Berdasarkan *Index Financial Imclusion* dan Peraturan Presiden Nomor 114 tahun 2020 mengatakan bahwa inklusi keuangan dapat dilihat dari beberapa indikator berikut:¹³

Tabel 1.3
Indikator Inklusi Keuangan

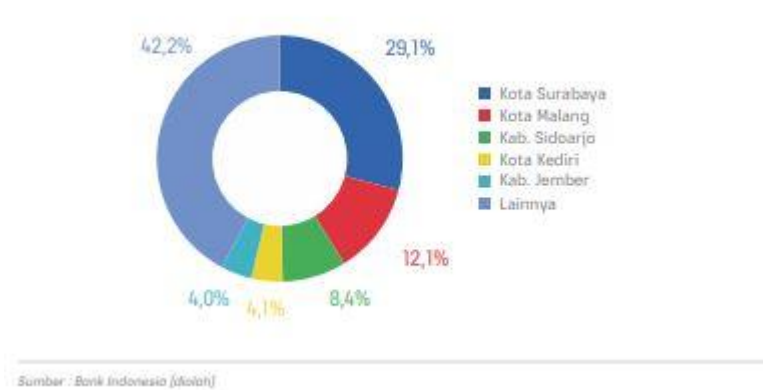
No.	Indikator	Keterangan
1.	Jangkauan	Penggunaan layanan keuangan formal yang mampu dijangkau dengan mudah, baik dari segi fisik maupun biaya.
2.	Penggunaan	Penggunaan aktual layanan dan produk keuangan.
3.	Kualitas	Terpenuhinya pemenuhan kebutuhan atas produk dan layanan keuangan

Pemerataan tingkat inklusi keuangan dilakukan hingga ke seluruh Indonesia dengan pihak perbankan turut menyebarluaskan QRIS sebagai sebuah alat transaksi. Perkembangan jumlah merchant yang menggunakan

¹³ <https://peraturan.bpk.go.id/Details/154566/perpres-no-114-tahun-2020> diakses pada 2 Agustus 2024 pukul 21.20 WIB

layanan pembayaran digital, termasuk QRIS, menunjukkan peningkatan signifikan di Jawa Timur dalam beberapa tahun terakhir. Namun, pertumbuhan tersebut tidak terjadi secara merata di seluruh daerah. Hal ini ditunjukkan pada gambar berikut:

Tabel 1.4
Presentase *Merchant* QRIS di Jawa Timur



Sumber: Laporan Perekonomian Jawa Timur Tahun 2024

Gambar tersebut menunjukkan presentase pemilik *merchant* QRIS di Jawa Timur dimana didominasi oleh Kota Surabaya dengan 29,1%, kemudian Kota Malang dengan 12,1%, Kabupaten Sidoarjo dengan 8,4%, Kota Kediri dengan 4,1%, Kabupaten Jember dengan 4,0% pemilik *merchant*. Kemudian sisanya sebanyak 42,2% merupakan kepemilikan *merchant* QRIS di seluruh kota atau kabupaten di Jawa Timur yang tidak tercantum sebelumnya.¹⁴

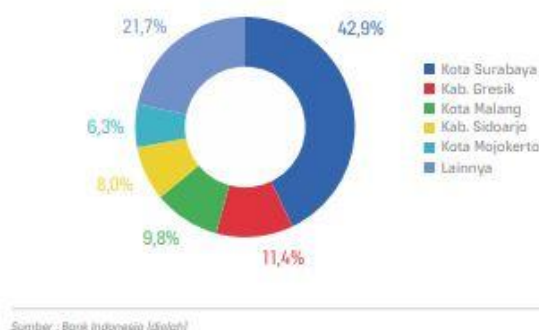
Di tingkat provinsi, adopsi QRIS didorong oleh tingginya aktivitas ekonomi, kepadatan penduduk, serta agresivitas lembaga keuangan dalam melakukan edukasi dan sosialisasi. Kota-kota besar yang memiliki struktur ekonomi lebih kompleks cenderung lebih cepat mengintegrasikan sistem pembayaran digital, sehingga jumlah *merchant* yang tergabung meningkat secara pesat. Hal ini didukung oleh kesiapan infrastruktur, literasi digital yang lebih baik, serta tingginya persaingan antar pelaku usaha yang mendorong penggunaan metode pembayaran modern. Sehubungan dengan

¹⁴ <https://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan/lpp/Pages/Laporan-Perekonomian-Provinsi-Jawa-Timur-November-2024.aspx> Diakses pada 11 Desember 2025 pada 11.05 WIB

gambar 1.3 Yang menunjukkan pemilikan QRIS di Jawa Timur, berikut gambar presentase volume transaksi menggunakan QRIS di Jawa Timur:

Tabel 1.5

Presentase Volume Transaksi QRIS di Jawa Timur tahun 2024



Sumber: Laporan Perekonomian Jawa Timur Tahun 2024

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa volume transaksi QRIS di Jawa Timur didominasi Kota Surabaya dengan 42,9%, kemudian Kabupaten Gresik dengan 11,4%, Kota Malang dengan 9,8%, Kabupaten Sidoarjo dengan 8.0%, Kota Mojokerto dengan 6.3% dan sisanya 21,7% yakni volume transaksi QRIS di seluruh wilayah Jawa Timur yang tidak tercantum sebelumnya. Gambar tersebut menunjukkan bahwa Kota Mojokerto memiliki penduduk yang aktif melakukan pembayaran menggunakan QRIS ditunjukkan dengan kedudukannya di posisi kelima dalam presentase volume penggunaan QRIS terbanyak di Jawa Timur.¹⁵

Pengguna fasilitas pembayaran QRIS turut berkembang di wilayah Kabupaten Mojokerto. Kabupaten Mojokerto merupakan sebuah wilayah yang berada di Propinsi Jawa Timur dengan luas wilayah seluruhnya 969.360 km². Mojokerto termasuk kedalam wilayah “Gerbang Kertasusila”. Gerbang Kertasusila adalah singkatan dari **Gresik, Bangkalan, Mojokerto, Surabaya, Sidoarjo, dan Lamongan**. Ini adalah sebutan untuk wilayah metropolitan di sekitar **Surabaya** yang saling terhubung secara ekonomi, sosial, dan transportasi.

¹⁵ <https://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan/lpp/Pages/Laporan-Perekonomian-Provinsi-Jawa-Timur-November-2024.aspx> diakses pada 11 Desember 2025 pada 11.07 WIB

Mojokerto termasuk dalam kawasan ini karena memiliki posisi strategis sebagai daerah penyangga **Surabaya**, terutama dalam hal industri, perdagangan, dan mobilitas tenaga kerja. Banyak penduduk Mojokerto yang bekerja di Surabaya atau Sidoarjo, dan sebaliknya, beberapa sektor industri di Mojokerto juga mendukung ekonomi regional. Kota ini tidak hanya menjadi destinasi wisata yang menarik, tetapi juga memiliki potensi besar untuk terus berkembang sebagai pusat kebudayaan dan pariwisata berbasis sejarah. Mojokerto menunjukkan pertumbuhan ekonomi yang solid dengan basis yang beragam, dari sektor industri hingga pariwisata. Dukungan pemerintah dalam infrastruktur, investasi, dan pemberdayaan masyarakat terus memperkuat daya saing Mojokerto di tingkat lokal maupun nasional. Pertumbuhan ekonomi di Mojokerto didukung dengan banyaknya lembaga keuangan yang ada baik itu berupa lembaga keuangan konvensional maupun syariah. Sejalan dengan mendukung perkembangan perbankan syariah di Mojokerto, berikut daftar perbankan syariah yang ada di Mojokerto:

Tabel 1.6
Daftar Bank Syariah di Mojokerto

No	Nama Bank	Alamat
1.	Bank Muamalat Indonesia Indonesia	Jl. Gajah Mada No.104, Mergelo, Balongsari, Kec. Magersari, Kota Mojokerto, Jawa Timur 61314
2.	Bank CIMB Niaga Syariah	Jl. Mojopahit No.256, Mergelo, Mentikan, Kec. Prajurit Kulon, Kota Mojokerto, Jawa Timur 61323
3.	Bank Jatim Syariah	Jl. Mojopahit No.454, Mergelo, Kranggan, Kec. Prajurit Kulon, Kota Mojokerto, Jawa Timur 61323

4.	Bank Syariah Indonesia	Jl. Gajah Mada No.60, Mergelo, Purwotengah, Kec. Magersari, Kota Mojokerto, Jawa Timur 61383
5.	BCA Syariah	Jl. HOS. Cokro Aminoto No.5, Mergelo, Jagalan, Kec. Magersari, Kota Mojokerto, Jawa Timur 61313
6.	Bank Danamon Syariah	Jl. Mojopahit, Mergelo, Sentanan, Kec. Magersari, Kota Mojokerto, Jawa Timur 61323

Sumber: Observasi Peneliti

Berdasarkan data yang telah dipaparkan diatas, Mojokerto memiliki 6 perbankan yang dalam melaksanakan operasionalnya menggunakan prinsip syariah. Banyaknya perbankan yang hadir di Mojokerto mampu mengurangi jumlah masyarakat *unbanked* serta dapat meningkatkan akses masyarakat untuk mendapatkan informasi keuangan mereka. Salah satu aspek yang dipertimbangkan oleh masyarakat mengenai kepemilikan akun ialah tarif yang dikeluarkan ketika membuat akun baru. Berikut disertakan tarif pembuatan akun baru di perbankan syariah di Mojokerto:

Tabel 1.7
Biaya Pembuatan Akun Baru Bank Syariah di Mojokerto tahun
2024

No.	Nama Bank	Biaya Pembuatan Akun
1.	Bank Muamalat Indonesia Indonesia	Rp. 50.000
2.	Bank CIMB Niaga Syariah	Rp. 50.000
3.	Bank Jatim Syariah	Rp. 50.000
4.	Bank Syariah Indonesia	Rp. 100.000
5.	BCA Syariah	Rp. 200.000
6.	Bank Danamon Syariah	Rp. 250.000

Sumber: Observasi Peneliti

Tabel diatas menunjukkan bahwa Bank Muamalat Indonesia Indonesia, Bank CIMB Niaga Syariah dan Bank Jatim Syariah merupakan bank dengan biaya pembuatan rekening baru paling terjangkau. Hal ini dapat dijadikan perbandingan dengan mempertimbangkan aspek biaya yang terjangkau dalam mengakses keuangan untuk meningkatkan inklusi keuangan suatu wilayah karena masyarakat cenderung memilih untuk membuka rekening pada perbankan dengan mempertimbangkan keterjangkauan biaya saat membuka rekening baru. Pernyataan ini dikemukakan oleh *customer service* Bank Jatim Syariah Mojokerto ketika beliau menjelaskan hambatan atau kesulitan yang dialami pada saat mempromosikan QRIS. Pernyataan lain disampaikan oleh *customer service* CIMB Niaga Syariah bahwa keterjangkauan harga dalam pembuatan rekening merupakan pertimbangan utama nasabah dalam memilih bank yang akan digunakan, selain itu minimnya kantor cabang di Mojokerto membuat Bank CIMB Niaga Syariah kurang dikenal oleh masyarakat awam.¹⁶

Ketiga bank tersebut kini sedang mengembangkan penerapan pembayaran berbasis QRIS dengan menggandeng para pemilik UMKM untuk mendaftar sebagai *merchant* QRIS. *Merchant* QRIS adalah penyedia barang dan/atau jasa yang tercatat dalam NMR (*National Merchant Repository*) untuk menerima transaksi QRIS. Hal ini dapat dilihat dari data perbandingan jumlah *merchant* QRIS Bank Muamalat Indonesia Indonesia, Bank CIMB Niaga dan Bank Jatim Syariah sebagai berikut:

Tabel 1.8
Perbandingan *Merchant* QRIS Bank Muamalat Indonesia Indonesia, Bank CIMB Niaga Syariah dan Bank Jatim Syariah

No	Nama Bank	Jumlah <i>Merchant</i>			
		2021	2022	2023	2024
1.	Bank Muamalat Indonesia	22	25	37	42
2.	Bank CIMB Niaga Syariah	20	22	21	25

¹⁶ Wawancara Peneliti dengan CS Bank Jatim Syariah dan CS Bank CIMB Niaga Syariah, pada 17 Juni 2024

3.	Bank Jatim Syariah	14	34	20	23
----	--------------------	----	----	----	----

Sumber: Hasil Wawancara Peneliti

Bank Muamalat Indonesia Indonesia Mojokerto memiliki 22 *merchant* QRIS pada tahun 2021 sedangkan pada tahun 2022 jumlah *merchant* mengalami kenaikan sebanyak 25 *merchant* dan pada 2023 jumlah *merchant* Bank Muamalat Indonesia Indonesia mengalami kenaikan dengan jumlah *merchant* sebanyak 37.¹⁷ Bank CIMB Niaga memiliki *merchant* sebanyak 20 *merchant* pada tahun 2021, kemudian di tahun 2022 mengalami kenaikan jumlah *merchant* yakni 22 *merchant*. Tahun 2023 *merchant* QRIS Bank CIMB Niaga mengalami penurunan menjadi 21 *merchant*.¹⁸ Tahun 2024, jumlah *merchant* Bank Muamalat kembali mengalami kenaikan jumlah *merchant* yakni 42, kemudian Bank CIMB Niaga Syariah juga mengalami kenaikan menjadi 25 *merchant*, dan Bank Jatim Syariah juga mengalami kenaikan menjadi 23 *merchant*.¹⁹ Penyebaran QRIS oleh Bank Jatim Syariah dimana pada tahun 2021 memiliki 14 *merchant* kemudian mengalami kenaikan di tahun 2022 dengan 34 *merchant*. Namun di tahun 2023 jumlah *merchant* kembali menurun dengan total 20 *merchant*.²⁰

Kenaikan jumlah *merchant* antara tahun 2021-2022 dipengaruhi oleh meningkatnya minat nasabah serta UMKM untuk mempermudah transaksi pembayaran baik secara tunai ataupun non-tunai. Jumlah *merchant* Bank Jatim Syariah pada tahun 2023 tidak bertambah banyak malah terhitung lebih sedikit dari tahun-tahun sebelumnya, hal ini terjadi akibat persaingan ketat yang terjadi pada semua lembaga keuangan perbankan dalam mem-promosikan QRIS sehingga nasabah atau UMKM enggan menambah kepemilikan *merchant* dengan alasan sudah memiliki satu buah QRIS dari perbankan lain. Pada tahun 2024 jumlah *merchant*

¹⁷ Doni Irawan, *Branch Manager* Bank Muamalat Indonesia, Kec. Magersari, Kab. Mojokerto, Jawa Timur, wawancara oleh penulis di Mojokerto, 15 Mei 2024

¹⁸ *Customer Service* Bank CIMB Niaga Mojokerto, Kec. Magersari, Kab. Mojokerto, wawancara oleh penulis di Mojokerto, 24 September 2024

¹⁹ *Marketing* Bank Jatim Syariah Mojokerto, Kec. Prajurit Kulon, Kab. Mojokerto, wawancara oleh penulis di Mojokerto, 16 Juni 2024

²⁰ *Marketing* Bank Jatim Syariah, Kec. Prajurit Kulon, Kab. Mojokerto, wawancara oleh penulis di Mojokerto, 16 Juni 2024

dimiliki ketiga bank tersebut diatas mengalami kenaikan karena di pengaruhi oleh tingkat literasi masyarakat mengenai produk QRIS yang turut meningkat.

Bank Muamalat Indonesia (BMI) merupakan bank pertama di Indonesia yang didirikan dengan menggunakan konsep perbankan secara syariah. Bank Muamalat Indonesia hadir turut mengembangkan dan memperluas jangkauan inklusi keuangan di Indonesia. Inklusi keuangan kini menjadi sorotan pemerintah khususnya sektor jasa keuangan, dengan tujuan untuk mempermudah masyarakat mendapatkan informasi mengenai keuangan mereka. Perkembangan inklusi keuangan dapat dilihat dari beberapa aspek seperti naiknya kepemilikan akun, kemudahan akses informasi keuangan serta keterjangkauan akses tersebut.

Bank Muamalat Indonesia KCP Mojokerto terletak pada posisi yang sangat strategis di tengah kota yang berdekatan dengan Mal Pelayanan Publik Kota Mojokerto serta fasilitas umum seperti monumen Benteng Pancasila dan *Sunrise Mall* sebagai pusat perbelanjaan masyarakat kota atau masyarakat Kabupaten Mojokerto sehingga berpotensi tinggi untuk meningkatkan jumlah *merchant* QRIS Bank Muamalat Indonesia KCP Mojokerto dalam rangka meningkatkan inklusi keuangan di Mojokerto. Bank Muamalat Indonesia sebagai salah satu bank yang turut mengembangkan fasilitas untuk menunjang kemudahan dalam bertransaksi pada tahun 2023 memenangkan penghargaan sebagai *Best Digital Finance for Ease of Non-Cash Transaction Features* dimana penghargaan ini diberikan kepada bank atas inovasi layanan keuangan digital yang sangat kompleks yang terdapat dalam aplikasi M-DIN mulai dari pembayaran, tagihan rutin seperti listrik dan internet hingga pembelian tiket transportasi dan paket umroh. Selain itu Bank Muamlat juga mendukung kemudahan bertransaksi non-tunai dengan menggunakan QRIS Muamalat. QRIS *Acquiring* Muamalat adalah layanan Bank Muamalat Indonesia yang ditawarkan kepada nasabah yang memiliki usaha yang telah memenuhi syarat yang ditentukan sebagai *merchant* QRIS untuk memproses data uang elektronik yang diterbitkan oleh pihak lain atau pihak Bank Muamalat

Indonesia. *Mobile banking* atau uang elektronik memiliki fitur pembayaran menggunakan *QR code*. Bagi pemilik *merchant* QRIS Muamalat disediakan aplikasi tersendiri yakni *Muamalat Merchant App* yang dapat diunduh melalui *playstore* atau *Appstore* yang digunakan untuk mengelola transaksi pembayaran barang/jasa.²¹

Pengukuran inklusi keuangan diperlukan untuk memantau kemajuan dalam mencapai target inklusi keuangan nasional. Pengukuran ini juga membantu dalam mendiagnosis keadaan inklusi keuangan, mengidentifikasi hambatan, dan memantau dampak kebijakan. Pengukuran inklusi keuangan dapat diukur menggunakan *Index of Financial Inclusion* (IFI) yaitu penghitungan indeks inklusi keuangan melalui dimensi aksesibilitas, dimensi availabilitas dan dimensi penggunaan.²² Perkembangan inklusi keuangan di Bank Muamalat Indonesia Mojokerto dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.9
Perkembangan Inklusi Keuangan di Bank Muamalat Indonesia KCP
Mojokerto

No.	Aspek Inklusi Keuangan	Tahun			
		2021	2022	2023	2024
1.	<i>Access</i>	233	160	388	412
2.	<i>Availability</i>	1	1	1	1
3.	<i>Usage</i>	150	84	257	360

Sumber: Hasil Wawancara Peneliti dengan *Branch Manager*
Bank Muamalat Indonesia KCP Mojokerto pada 24 September
2024

Aspek *access* dilihat dari pemilikan rekening baru di Bank Muamalat Indonesia yang mendaftar melalui aplikasi *e-banking* milik Bank Muamalat Indonesia yang biasa kita sebut M-DIN. Pada tahun 2021 terdapat kepemilikan rekening baru sebanyak 233 akun, namun pada tahun 2021 pemilikan akun rekening baru mengalami penurunan akibat dampak dari

²¹ <https://www.bankmuamalat.co.id/index.php/e-banking/muamalat-qr> diakses pada 22 Agustus 2024 pukul 21.42 WIB

²² <https://fiskal.kemenkeu.go.id/informasi-publik/keuangan-inklusif> diakses pada 18 Mei 2024

pandemi Covid-19 serta rendahnya tingkat literasi keuangan sehingga pemilikan rekening baru pada tahun tersebut sebanyak 160 akun. Pada tahun 2023 pemilikan akun rekening baru kembali mengalami kenaikan setelah era *new normal* dan digitalisasi perbankan sehingga pada tahun tersebut pemilikan akun baru ada sebanyak 388 akun. pada 2024 ada 412 akun, dimana hal ini merupakan kenaikan jumlah pemilik rekening pada tahun tersebut. Pada aspek *availability* dilihat dari pemilikan kantor cabang atau ATM Bank Muamalat Indonesia di Mojokerto. Bank Muamalat Indonesia Mojokerto memiliki satu kantor cabang dan satu mesin ATM dan tidak bertambah banyak dari tahun ke tahun, namun Bank Muamalat Indonesia menciptakan inovasi dengan mempermudah akses penarikan uang tunai tidak hanya di kantor cabang atau ATM Muamalat namun dapat juga dilakukan di seluruh gerai Indomaret yang ada.

Aspek *usage* dilihat dari pengguna aktif akun rekening. Pada tahun 2021 ada sebanyak 150 akun aktif yang melaksanakan transaksi lebih dari 5 kali dalam satu bulan. Kemudian pada tahun 2022 akun aktif menurun karena dampak pandemi yang menyebabkan tidak stabilnya keuangan masyarakat sehingga transaksi akun aktif pada tahun ini menjadi 84 akun. Pada tahun 2023 akun aktif mengalami kenaikan yang cukup pesat, hal ini dipengaruhi oleh kebiasaan *new normal* dan digitalisasi perbankan sehingga pada tahun 2023 akun aktif ada sebanyak 257 akun. Pada tahun 2024, pengguna akun aktif Bank Muamalat Indonesia KCP Mojokerto juga meningkat menjadi 360 akun aktif.

QRIS yang dimiliki oleh Bank Muamalat Indonesia sebenarnya tidak berbeda dengan QRIS yang dimiliki perbankan lain. Namun yang akan menjadi perhatian disini ialah mengenai strategi promosi QRIS yang dilakukan oleh Bank Muamalat Indonesia untuk turut memperluas jangkauan penggunaan QRIS di Kabupaten Mojokerto serta untuk meningkatkan inklusi keuangan para *merchant* QRIS Muamalat. *Merchant* merupakan salah satu pihak yang sangat diuntungkan dengan adanya pembayaran berbasis QRIS.

Bank Muamalat Indonesia melakukan upaya promosi QRIS dengan menggunakan fasilitas media sosial yang dimiliki. Bank Muamalat Indonesia juga mengadakan kolaborasi dengan swalayan seperti superindo untuk memberikan potongan harga jika menggunakan QRIS Muamalat. Bentuk strategi Bank Muamalat Indonesia KCP Mojokerto dalam mempromosikan QRIS antara lain dengan melakukan pengamatan terhadap nasabah yang memiliki potensi untuk pengembangan UMKM, melakukan survei lapangan untuk menawarkan QRIS secara langsung pada pedagang, kemudian melakukan promosi melalui media cetak maupun *online*.

Fandy Tjiptono dalam bukunya yang berjudul “Strategi Pemasaran” mengemukakan bahwa promosi mempunyai unsur-unsur yang memiliki keterkaitan satu sama lain. Di antara bentuk kegiatan promosi tersebut yang juga dilakukan oleh Bank Muamalat Indonesia KCP Mojokerto tertera dalam tabel berikut:

Tabel 1.10
Bentuk Promosi Bank Muamalat Indonesia KCP Mojokerto

No	Jenis Promosi	Bentuk Promosi
1.	<i>Advertising</i>	Mengunggah poster yang berisi informasi mengenai QRIS melalui akun jejaring sosial Instagram, tiktok, <i>facebook</i> dan <i>website</i>
2.	<i>Personal Selling</i>	Mengunjungi tempat perbelanjaan ataupun kedai UMKM kemudian menawarkannya secara langsung kepada para penjual yang ada di tempat tersebut.
3.	<i>Sales Promotion</i>	Adanya <i>cashback</i> sebesar Rp.10.000 ketika melakukan pembukaan rekening kemudian digunakan untuk transaksi pertama kali dengan MQRIS.
4.	<i>Publicity</i>	Kolaborasi dengan swalayan Superindo dengan memberikan potongan harga 10% Ketika bertransaksi menggunakan QRIS

Sumber: Wawancara Penulis dengan *Relationship Marketing Bank Muamalat Indonesia KCP Mojokerto*²³

Banyaknya masyarakat yang melakukan transaksi pembayaran menggunakan QRIS merupakan salah satu aspek yang termasuk dalam indikator inklusi keuangan yang telah dipaparkan sebelumnya. Hadirnya QRIS Muamalat memberikan kemudahan kepada para *merchant* untuk mengakses informasi keuangan yang ingin diketahui. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yunita Ratna Dwi Cahyowati dan Safaah Restuning Hayati memaparkan hasil bahwa penerapan *integrated marketing communication* dalam meningkatkan inklusi keuangan syariah berdampak pada meningkatnya jumlah nasabah pada BMT BIF dari tahun ke tahun meskipun ada beberapa faktor yang menjadi penghambat dalam menerapkan strategi *integrated marketing communication* untuk meningkatkan inklusi keuangan masyarakat.²⁴

Penelitian lain dilakukan oleh Sri Merzarani, Muhammad Rusdi, dan Rika Lidyah menunjukkan bahwa pelaksanaan inklusi keuangan melalui pembiayaan BSI Cabang Batuharja di sektor UMKM dilakukan dengan cara melakukan sosialisasi kepada pihak UMKM, memperkuat strategi marketing dan mengembangkan *service excellent*.²⁵ Adanya kedua penelitian tersebut menunjukkan korelasi antara strategi pemasaran dengan upaya dalam meningkatkan inklusi keuangan. Melihat berdasarkan konteks penelitian dan data yang telah dipaparkan diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Strategi Promosi QRIS dalam Meningkatkan Inklusi Keuangan para *Merchant* (Studi pada Bank Muamalat Indonesia KCP Mojokerto)”.

²³ Anindya Ika, *Relationship Manager* Bank Muamalat Indonesia KCP Mojokerto, Kec. Magersari, Kab. Mojokerto, wawancara oleh penulis di Mojokerto, 29 Desember 2024

²⁴ Yunita Ratna Dwi Cahyowati dan Safaah Restuning Hayati. “Strategi *Integrated Marketing Communication* (IMC) untuk Meningkatkan Inklusi Keuangan Syariah Masyarakat (Studi Kasus BMT Bina Ihsanul Fikri).”

²⁵ Sri Merzarani, Muhammad Rusdi dan Rika Lidyah. “Analisis Inklusi Keuangan Bagi UMKM di Kabupaten Ogan Komering Ulu: Studi Kasus Nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Baturaja,” *Jurnal Studi Islam* 19, no. 1 (2023): 70

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian yang telah dipaparkan diatas, maka peneliti memiliki ketertarikan untuk melakukan penelitian dengan menitikberatkan masalah penelitian pada:

1. Bagaimana strategi promosi QRIS yang diselenggarakan oleh Bank Muamalat Indonesia KCP Mojokerto?
2. Bagaimana strategi promosi QRIS dalam peningkatan inklusi keuangan para *merchant* oleh Bank Muamalat Indonesia KCP Mojokerto?

C. Tujuan Penelitian

Dengan memahami serta mengamati konteks dan fokus penelitian diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dengan adanya penelitian ini adalah:

1. Untuk menjelaskan mengenai strategi promosi QRIS yang diselenggarakan oleh Bank Muamalat Indonesia KCP Mojokerto.
2. Untuk menjelaskan strategi promosi QRIS dalam peningkatan inklusi keuangan para *merchant* yang menggunakan QRIS Bank Muamalat Indonesia KCP Mojokerto.

D. Kegunaan Penelitian

Pada prinsipnya sebuah penelitian tentulah memberikan manfaat bagi peneliti dan juga bagi seseorang yang membacanya. Manfaat yang diharapkan dari adanya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Secara Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pengembangan pada ilmu pengetahuan, wawasan serta khasanah keilmuan terkait strategi promosi QRIS untuk meningkatkan inklusi keuangan yang mana masih diperlukan penelitian yang mendalam agar dapat mencapai hasil yang sempurna.

2. Kegunaan Secara Praktis

- a. Bagi Peneliti, hasil yang diperoleh dari hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi peneliti dalam mengembangkan ilmu yang didapatkan selama berada di bangku perkuliahan.
- b. Bagi Lembaga, hasil yang diperoleh dari adanya penelitian ini dapat memberikan gambaran serta mengembangkan manfaat atas

strategi promosi QRIS sebagai aspek dalam meningkatkan inklusi keuangan di para *merchant* QRIS Bank Muamalat Indonesia KCP Mojokerto.

- c. Bagi Masyarakat Luas, hasil penelitian ini bertujuan untuk memberikan informasi serta dapat digunakan untuk memperluas wawasan, khususnya bagi masyarakat yang membutuhkan informasi mengenai strategi promosi QRIS sebagai salah satu aspek dalam meningkatkan inklusi keuangan di Mojokerto.

E. Telaah Pustaka

1. *Analisis Strategi Pemasaran Produk Quick Response Indonesian Standard (QRIS) Pada PT. Bank Aceh Syariah* oleh Muhammad Balyan, Universitas Islam Negeri Ar Raniry Banda Aceh, 2023.

Skripsi ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan oleh Bank Aceh Syariah berupa strategi bauran pemasaran jasa 4P yakni *product*, *price*, *place* dan *promotion*. Namun proses promosi tentu saja memiliki beberapa kendala yakni masih banyaknya masyarakat yang belum mengetahui apa itu produk QRIS dan juga bagaimana manfaatnya. Hambatan lainnya muncul dari pemilik *merchant* yang ingin memiliki QRIS dimana para *merchant* ini belum memiliki *smartphone* yang memadai sehingga menyulitkan *merchant* untuk memantau transaksi yang masuk melalui QRIS.²⁶

Persamaan pada skripsi ini ialah membahas mengenai strategi promosi QRIS dalam perbankan syariah dan menggunakan jenis penelitian yang sama, yakni penelitian kualitatif. Perbedaan skripsi ini terletak pada lokasi penelitian dimana penelitian terdahulu menjadikan Bank Aceh Syariah sebagai lokasi penelitian sedangkan penelitian ini dilakukan di Bank Muamalat Indonesia KCP Mojokerto. Selain itu dalam penelitian ini turut membahas mengenai dampak dari penggunaan QRIS dalam meningkatkan inklusi keuangan dimana hal ini tidak dibahas dalam penelitian sebelumnya.

²⁶ Muhammad Balyan. "Analisis Strategi Pemasaran Produk *Quick Response Indonesian Standard* (QRIS) Pada PT. Bank Aceh Syariah" (Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar Raniry Banda Aceh, 2023)

2. *Peran Aplikasi Financial Technology dalam Meningkatkan Keuangan Inklusif Perbankan Syariah (Studi pada Bank Syariah Indonesia KCP Boyolali)* oleh Sefhia Aristia Putri UIN Raden Mas Said Surakarta, 2023.

Financial Technology mulai sering muncul bersamaan dengan adanya perubahan gaya hidup di masyarakat sekarang yang sangat didominasi oleh penggunaan teknologi informasi yang berkembang pesat. Akses utama dalam penggunaan teknologi yaitu erat dengan adanya internet. *Fintech* juga menjadi hal yang mendorong peningkatan industri keuangan syariah. Peneliti menemukan dari 10 orang nasabah yang ditemui oleh peneliti terdapat 7 orang yang masih belum menggunakan aplikasi *fintech* dan kurang paham bagaimana menggunakan aplikasi *fintech* yang tersedia di perbankan. Atas dasar tersebut penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran aplikasi *fintech* dalam meningkatkan keuangan inklusif perbankan syariah, dan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi penggunaan aplikasi *financial technology* pada BSI KCP Boyolali.

Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa aplikasi *financial technology* berperan penting dalam meningkatkan keuangan inklusif di BSI KCP Boyolali. Adanya aplikasi *financial technology* seperti *mobile banking* dan *internet banking* oleh BSI KCP Boyolali menjadi pengganti lembaga formal dan juga menjadi alat bantu pembayaran. Keuangan inklusif nya juga meningkat seiring penggunaan aplikasi *financial technology* yang tinggi. Kedua, faktor yang mempengaruhi penggunaan aplikasi *fintech* pada BSI KCP Boyolali yaitu BSI KCP Boyolali bisa menghemat biaya serta operasional mereka. Aplikasi *financial technology* di BSI KCP Boyolali juga bisa menjadi ajang promosi bank sebagai lembaga keuangan inklusif yang mampu menyediakan layanan keuangan ke nasabah. Aplikasi *financial*

technology bisa menjadi infrastruktur pendukung bank supaya perbankan syariah bisa lebih maju dan efisien.²⁷

Persamaan pada skripsi ini adalah sama-sama meneliti dampak dari *fintech* dalam meningkatkan inklusi keuangan, namun pada skripsi Sefhia Aristia Putri ini penelitian terfokus pada aplikasi *fintech* secara keseluruhan. Sedangkan perbedaan pada skripsi ini lebih kepada strategi promosi yang digunakan untuk mengenalkan kepada masyarakat mengenai salah satu aplikasi *fintech* berupa QRIS.

3. *Peran Financial Technology dalam Meningkatkan Inklusi Keuangan pada Bank Mega Syariah Makassar* oleh Indriani UIN Alauddin Makassar 2022.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peran *financial technology* dalam mewujudkan inklusi keuangan pada bank Mega Syariah Makassar. Metode yang di gunakam dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Kualitatis yaitu mendeskripsikan aspek-aspek yang berkaitan dengan objek penelitian secara mendalam. Pengumpulan data menggunakan teknik wawancara dan dokumentasi. Adapun hasil penelitian menunjukan bahwa *fintech* berperan dalam meningkatkan inklusi keuangan pada Bank Mega Syariah Makassar terlebih di masa pandemi seperti saat ini, hal tersebut merujuk kepada apa yang disampaikan dalam wawancara yang dilakukan. Pada dasarnya kolaborasi *fintech* dengan lembaga perbankan dapat meningkatkan inklusi keuangan dan stabilitas ekonomi. Dengan adanya *fintech* di Bank Mega Syariah Makassar, maka nasabah maupun masyarakat luas dapat mengakses dengan mudah

²⁷ Sefhia Aristia Putri. “Peran Aplikasi Financial Technology dalam Meningkatkan Keuangan Inklusif Perbankan Syariah (Studi pada Bank Syariah Indonesia KCP Boyolali)”(Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta, 2023).

layanan keuangan di Bank Mega Syariah secara tepat waktu, lancar dan aman tanpa harus datang langsung ke bank.²⁸

Persamaan pada skripsi ini adalah sama-sama meneliti peningkatan inklusi keuangan melalui *fintech*, namun pada skripsi Indriani ini penelitian terfokus pada peran *fintech* pada perbankan dalam meningkatkan inklusi keuangan. Sedangkan perbedaan pada skripsi ini lebih kepada strategi promosi yang digunakan untuk mengenalkan kepada masyarakat agar dapat meningkatkan inklusi keuangan melalui pemberdayaan QRIS.

4. *Peran Digitalisasi Perbankan Melalui Technology Acceptance Model (TAM) Dalam Meningkatkan Inklusi Keuangan Nasabah Bank Syariah (Studi Di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Kediri Hayam Wuruk)* oleh Dwi Setyaningrat IAIN Kediri, 2023.

Digitalisasi perbankan dengan menggunakan bank digital dapat memperluas jangkauan layanan keuangan dan inklusi keuangan. Berdasarkan perspektif model penerimaan teknologi atau *technology acceptance model* (TAM) bahwa suatu teknologi dapat diterima dengan baik oleh masyarakat apabila dapat memenuhi dua asas utama, yaitu asas kemudahan dan asas kemanfaatan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan digitalisasi perbankan di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Kediri Hayam Wuruk dan Untuk menganalisis peran digitalisasi perbankan melalui *Technology Acceptance Model* (TAM) di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Kediri Hayam Wuruk dalam meningkatkan inklusi keuangan nasabah bank syariah.

Hasil penelitian ini bahwa digitalisasi perbankan pada BSI Kediri KC Hayam Wuruk melalui BSI *mobile*. Penggunaan BSI *mobile* melalui *Technology Acceptance Model* (TAM) terwujud dari dua persepsi yaitu kemudahan dan kemanfaatan yang dirasakan

²⁸ Indriani, "Peran *Financial Technology* dalam Meningkatkan Inklusi Keuangan pada Bank Mega Syariah Makassar" (Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar, 2022).

nasabah. Kemudian model TAM terdapat tiga unsur pembentuk yaitu, 1) *attitude towards behaviour*, yang menggambarkan saat nasabah tertarik menggunakan BSI *mobile* saat pandemi. 2) *behavioural intention*, keputusan menggunakan BSI *mobile* dengan kemudahan transaksi yang diberikan. 3) *behaviour*, melalui perilaku penggunaan untuk transfer dan *top up* dompet digital. BSI *mobile* berperan meningkatkan inklusi keuangan nasabah yang ditandai dengan peningkatan jumlah pengguna tahun 2021-2022. Inklusi keuangan nasabah terlihat dari tiga dimensi yang terpenuhi. 1) aksesibilitas dengan fokus pada nasabah dan sosialisasi pada masyarakat khususnya bagi nasabah berusia lanjut agar cakap bertransaksi secara elektronik. 2) ketersediaan dengan memberikan fasilitas yang sama antara layanan di kantor dan melalui BSI *Mobile*. 3) penggunaan dengan memberikan kemudahan layanan serta notifikasi terhadap pembiayaan. Inklusi keuangan nasabah BSI Hayam Wuruk meningkat dari indikator jumlah kepemilikan rekening per populasi, jumlah kepemilikan rekening tabungan dan jumlah transaksi rekening selama setahun terus meningkat pada 2020-2022.²⁹

Persamaan dengan penelitian ini adalah penelitian mengenai *financial technology* dalam meningkatkan inklusi keuangan, kemudian perbedaan dalam penelitian ini terletak pada objek penelitian.

5. *Strategi Literasi Berbasis Digital Dalam Meningkatkan Inklusi Perbankan Syariah Perspektif Manajemen Strategi Syariah (Studi Kasus Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun)* Oleh Nur Kholis IAIN Kediri, 2023.

Teknologi digital menjadi pendorong terbesar dalam sektor ekonomi dan dalam industri keuangan. Layanan digital hadir memberikan kemudahan dalam bertransaksi dan menambah wawasan masyarakat. Layanan digital yang dimiliki digunakan untuk melakukan

²⁹ Dwi Setyaningrat “Peran Digitalisasi Perbankan Melalui Technology Acceptance Model (TAM) Dalam Meningkatkan Inklusi Keuangan Nasabah Bank Syariah (Studi Di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Kediri Hayam Wuruk)” (Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri, 2023)

berbagai macam pembayaran maupun transaksi yang dapat diakses oleh anggota, nasabah lama dan nasabah baru melalui *smartphone*. Agar ketersediaan akses layanan digital berjalan optimal maka harus sesuai dengan prinsip manajemen strategi syariah.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif (*field research*). Jenis penelitian yang digunakan bersifat deskriptif dengan melakukan pengumpulan data secara langsung terjun kelapangan. Metode pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi ke lokasi penelitian serta dilakukan dengan informan yang bersangkutan dengan topik penelitian. Sumber data didapatkan melalui sumber data primer dari hasil wawancara dan observasi. Sumber data sekunder melalui referensi buku, jurnal yang berkaitan dengan topik penelitian. Pengecekan keabsahan data menerapkan ketekunan peneliti, melakukan observasi secara mendalam, dan melakukan cek triangulasi data. Sedangkan metode analisis data menggunakan Reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi literasi berbasis digital untuk meningkatkan inklusi perbankan syariah. Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun menggunakan literasi berbasis digital berupa foto flayer, video, promo-promo produk setiap bulan yang disediakan pada layanan digital banking seperti Internet Banking, ATM Muamalat dan *Mobile banking* dengan tujuan untuk meningkatkan pemahaman dan pengetahuan masyarakat mengenai produk bank syariah. Selain itu juga melakukan presentasi *online* melalui *Google meet*, *Zoom* dan *Whatsapp*. Presentasi *online* maupun *offline* dilakukan satu minggu sekali pada nasabah dan calon nasabah. Strategi literasi berbasis digital untuk meningkatkan inklusi perbankan syariah dalam perspektif manajemen strategi syariah yaitu ada formulasi strategi, implementasi strategi dan evaluasi strategi yang telah dipenuhi dan diimplementasikan seluruhnya oleh Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun dan nasabah melalui layanan digital banking dan H-Complain SALAMuamalat yang

tersedia 24 jam bagi nasabah untuk bertanya maupun komplain mengenai produk Bank Muamalat Indonesia.³⁰

Persamaan penelitian ini adalah membahas mengenai peningkatan inklusi keuangan. Perbedaan penelitian ini terletak pada variabel yang digunakan dalam meningkatkan inklusi keuangan, yakni literasi keuangan. Sedangkan penelitian ini menggunakan variabel strategi promosi dalam meningkatkan inklusi keuangan.

³⁰ Nur Kholis, “Strategi Literasi Berbasis Digital Dalam Meningkatkan Inklusi Perbankan Syariah Perspektif Manajemen Strategi Syariah (Studi Kasus Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun)” (Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri, 2023).

