

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada uraian bab-bab sebelumnya, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi promosi QRIS oleh Bank Muamalat Indonesia KCP Mojokerto

Strategi Promosi yang digunakan oleh Bank Muamalat Indonesia KCP Mojokerto dengan berpedoman pada teori Strategi Promosi oleh Kasmir dilakukan pada empat aspek. Aspek promosi yang pertama berupa periklanan (*advertising*). Pada aspek ini Bank Muamalat Indonesia KCP Mojokerto mengunggah iklan pada layanan media sosialnya, sehingga banyak masyarakat umum mengetahui tentang adanya M-QRIS. Aspek promosi kedua yakni adanya penjualan pribadi (*personal selling*), dimana dalam hal ini pihak Bank Muamalat Indonesia KCP Mojokerto mengunjungi nasabah maupun calon nasabah untuk ditawarkan produk M-QRIS secara langsung. Sasaran atas penjualan pribadi bukan hanya terfokus pada UMKM tetapi juga kepada pengelola masjid.

Aspek promosi ketiga yakni diskon penjualan (*sales promotion*), dimana dalam hal ini Bank Muamalat Indonesia KCP Mojokerto memberikan diskon potongan biaya pembuatan M-QRIS bertepatan ketika peringatan milad Bank Muamalat Indonesia KCP Mojokerto. Selain diskon tersebut, pada merchant M-QRIS yang dimiliki oleh masjid, ada penawaran berupa bebas biaya layanan bulanan. Aspek promosi yang keempat yakni publisitas (*publicity*). Dalam hal ini Bank Muamalat Indonesia KCP Mojokerto pernah bergabung pada *event car free day* di Benteng Pancasila Mojokerto dan berkolaborasi dengan pengelola masjid untuk memberikan pengetahuan mengenai M-QRIS beserta keunggulan dan kemudahan dalam pemakaiannya. Melalui strategi promosi yang dilakukan oleh Bank Muamalat Indonesia KCP Mojokerto menunjukkan kenaikan jumlah pengguna M-QRIS dari tahun 2021-2024 mengalami kenaikan. pada proses promosi M-QRIS, terdapat beberapa kesulitan, yakni rendahnya tingkat literasi masyarakat mengenai adanya QRIS, persaingan keta

tantara seluruh Bank penyelenggara QRIS untuk menarik nasabah nya menjadi *merchant* QRIS.

Strategi promosi M-QRIS yang dilakukan oleh Bank Muamalat Indonesia KCP Mojokerto tidak mengandur unsur-unsur yang dilarang dalam agama islam. Dari segi produk, M-QRIS bukan produk yang haram dan tidak membahayakan jiwa. Dari segi pelaku, baik *merchant* maupun pihak *marketing* Bank Muamalat Indonesia terbukti memiliki kepribadian spiritual yang baik, hal ini dapat dilihat dari cara berjual beli serta cara tim *marketing* menyampaikan informasi mengenai M-QRIS dengan sebenar-benarnya. Kemudian dari segi metode promosi, Bank Muamalat Indonesia melakukan promosi dengan periklanan, promosi penjualan, penjualan pribadi dan publikasi tanpa melakukan tindak kecurangan atau membohongi nasabah agar mau menjadi merchant M-QRIS. Lalu dari segi unsur konsumennya, produk M-QRIS terbukti aman ketika digunakan dibuktikan dengan adanya tabel 4.4 di Bab IV mengenai cara pemakaian aplikasi MMA untuk menunjang penggunaan M-QRIS agar tetap aman.

2. Strategi promosi QRIS oleh Bank Muamalat Indonesia dalam Meningkatkan Inklusi Keuangan para *Merchant*

Bank Muamalat Indonesia KCP Mojokerto berperan dalam meningkatkan inklusi keuangan. Dengan adanya promosi, masyarakat akhirnya mengetahui akan hadirnya produk M-QRIS yang dapat mejadikan transaksi lebih mudah, cepat, dan efisien. Inklusi keuangan sendiri memiliki tiga komponen utama, yakni kemudahan akses, ketersediaan layanan serta tingkat penggunaan. Hasil dari strategi promosi itu sendiri menjadikan masyarakat mengetahui bahwa untuk mengakses M-QRIS sebagai *merchant* ataupun pelanggan cukup mudah. Kemudian pada ketersediaan layanan, pada strategi promosi yang digunakan Bank Muamalat Indonesia KCP Mojokerto menunjukkan bahwa layanan M-QRIS tersedia tanpa batas maksimal penggunaan. Pada aspek tingkat penggunaan, menunjukkan bahwa penggunaan merchant M-QRIS mengalami kenaikan dalam kurun waktu tiga tahun periode. Hal ini menunjukkan bahwa minat masyarakat dalam menggunakan M-QRIS naik, dan masyarakat merasakan kemudahan yang diberikan ketika melaksanakan transaksi pembayaran menggunakan M-QRIS.

Sebagai bentuk pelayanan Bank Muamalat Indonesia KCP Mojokerto mengenai kendala yang terjadi pada *merchant* ketika melakukan transaksi, Bank Muamalat Indonesia KCP Mojokerto bersedia melakukan penanganan dengan prosedur pengajuan pengaduan kendala kepada *Customer Service* terlebih dahulu, kemudian melakukan pembenahan mengenai permasalahan yang terjadi.

B. Saran

1. Bagi penelitian selanjutnya, hasil penelitian ini bisa digunakan sebagai pembandingan dan referensi penelitian, dan sebagai bahan untuk memperdalam penelitian selanjutnya mengenai Strategi Promosi QRIS dalam Meningkatkan Inklusi Keuangan.
2. Bagi lembaga perbankan syariah terutama Bank Muamalat Indonesia KCP Mojokerto, hendaknya berkolaborasi dengan lembaga Pendidikan untuk memberikan pengetahuan mengenai adanya M-QRIS dimana hal ini sesuai dengan transformasi transaksi yang kini beralih menjadi non-tunai.