

**PENERAPAN METODE 3 K DALAM UPAYA MENINGKATKAN
STRATEGI PEMASARAN PRODUK QRIS PADA PT. BANK RAKYAT
INDONESIA (PERSERO) TBK. KANTOR CABANG BANDUNG
MARTADINATA**

Oleh :

Alya Bamusa

B00210011

Pembimbing :

Teguh Iman Basuki S.Kom., M.M

ABSTRAK

Studi ini berlangsung di Bank Rakyat Indonesia Kanca Martadinata Bandung, dengan tujuan untuk memahami strategi pemasaran produk pembayaran menggunakan fasilitas QRIS di Bank Rakyat Indonesia Kanca Martadinata Bandung.

Metode penelitian yang diterapkan dalam penulisan Tugas Akhir ini adalah metode deskriptif, yang melibatkan pengumpulan data melalui wawancara, data sekunder, dan observasi di lokasi, yakni di Bank Rakyat Indonesia Kanca Martadinata Bandung guna mendapatkan informasi mengenai strategi pemasaran produk QRIS kepada pedagang dan pemilik usaha di wilayah Kota Bandung.

Hasil wawancara dan observasi menyimpulkan bahwa strategi pemasaran produk QRIS di Bank Rakyat Indonesia Kanca Martadinata Bandung telah berhasil. Pendekatan strategi pemasaran ini melibatkan langkah – langkah *segmenting, targeting, dan positioning*. Meskipun demikian, masih terdapat beberapa hambatan yang dihadapi oleh Bank Rakyat Indonesia Kanca Martadinata Bandung dalam menjalankan strategi pemasaran produk QRIS kepada para pedagang dan pemilik usaha.

Kata Kunci : Strategi, Pemasaran, QRIS

***APPLICATION OF THE 3 K METHOD IN AN EFFORT TO IMPROVE THE
MARKETING STRATEGY OF QRIS PRODUCTS AT PT. BANK RAKYAT
INDONESIA (PERSERO) TBK. BANDUNG MARTADINATA BRANCH
OFFICE***

By :

Alya Bamusa

B00210011

Supervisor :

Teguh Iman Basuki S.Kom., M.M

ABSTRACT

This study took place at Bank Rakyat Indonesia Branch Office Martadinata Bandung, with the aim of understanding the marketing strategy of payment products using QRIS facilities at Bank Rakyat Indonesia Branch Office Martadinata Bandung.

The research method applied in writing this Final Project is a descriptive method, which involves collecting data through interviews, secondary data, and on-site observations, namely at Bank Rakyat Indonesia Branch Office Martadinata Bandung to obtain information about QRIS product marketing strategies to merchants and business owners in the Bandung City area.

The results of interviews and observations concluded that the QRIS product marketing strategy at Bank Rakyat Indonesia Branch Office Martadinata Bandung has been successful. This marketing strategy approach involves the steps of segmenting, targeting, and positioning. Nevertheless, there are still several obstacles faced by Bank Rakyat Indonesia Branch Office Martadinata Bandung in carrying out the QRIS product marketing strategy to merchants and business owners.

Keywords : Strategy, Marketing, QRIS