

# **STRATEGI PEMASARAN QRIS KEPADA PENGUSAHA KECIL OLEH BANK BJB KC MAJALENGKA**

**Oleh:**

**Rosalia Martiani**

**B00210020**

**Pembimbing :**

**Teguh Iman Basuki S.Kom., M,M**

## **ABSTRAK**

Penelitian Tugas Akhir ini berlangsung di Bank BJB Kantor Cabang Majalengka, dengan tujuan untuk memahami strategi pemasaran QRIS kepada pengusaha kecil oleh Bank BJB KC Majalengka.

Metode penelitian yang diterapkan dalam penulisan Tugas Akhir ini adalah metode deskriptif, yang melibatkan pengumpulan data melalui wawancara kepada staff Bank BJB, wawancara kepada salah satu pelaku usaha kecil yang ada di wilayah Kabupaten Majalengka, data sekunder, dan observasi di lokasi, yaitu Bank BJB KC Majalengka guna mendapatkan informasi mengenai strategi pemasaran produk QRIS kepada pelaku usaha kecil di wilayah Kabupaten Majalengka.

Hasil wawancara dan observasi menyimpulkan bahwa strategi pemasaran produk QRIS di Bank BJB KC Majalengka telah berhasil. Pendekatan strategi pemasaran ini menggunakan prinsip *marketing mix* yang terdiri dari 7P yaitu *product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence*. Meskipun telah berhasil, masih saja terdapat beberapa kendala yang dihadapi oleh Bank BJB KC Majalengka dalam menjalankan strategi pemasaran QRIS kepada pengusaha kecil. **Kata Kunci : Strategi, Pemasaran, QRIS, Pengusaha Kecil**

***QRIS MARKETING STRATEGY TO SMALL ENTREPRENEURS***

***BY BANK BJB KC MAJALENGKA***

***By :***

**Rosalia Martiani**

**B00210020**

***Supervisor :***

**Teguh Iman Basuki S.Kom., M,M**

**ABSTRACT**

*This final assignment research took place at Bank BJB Majalengka Branch Office, with the aim of understanding the marketing strategy of QRIS to small entrepreneurs by Bank BJB KC Majalengka.*

*The research method applied in writing this final assignment is a descriptive method, which involves collecting data through interviews with Bank BJB staff, interviews with one of the small business actors in the Majalengka Regency area, secondary data, and observations at the location, namely Bank BJB KC Majalengka to obtain information regarding marketing strategies for QRIS products to small business actors in the Majalengka Regency area.*

*The results of interviews and observations concluded that the marketing strategy for QRIS products at Bank BJB KC Majalengka had been successful. This marketing strategy approach uses the marketing mix principle which consists of 7Ps, namely product, price, place, promotion, people, process, and physical evidence. Even though this has been successful, there are still several obstacles faced by Bank BJB KC Majalengka in implementing the QRIS marketing strategy to small entrepreneurs.*

***Keywords : Strategy, Marketing, QRIS, Small Entrepreneurs***