



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LAPORAN TUGAS AKHIR



**PENERAPAN STRATEGI BAURAN PROMOSI DALAM
MENINGKATKAN JUMLAH *MERCHANT* QRIS PADA
BANK RAKYAT INDONESIA KANTOR CABANG
SUDIRMAN SEMANGGI**

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Disusun oleh:

Desinta Dwi Mulyaningtias / 2304321035

**PROGRAM STUDI KEUANGAN DAN PERBANKAN
PROGRAM PENDIDIKAN DIPLOMA TIGA
JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JUNI 2026**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LAPORAN TUGAS AKHIR



**PENERAPAN STRATEGI BAURAN PROMOSI DALAM
MENINGKATKAN JUMLAH *MERCHANT* QRIS PADA
BANK RAKYAT INDONESIA KANTOR CABANG
SUDIRMAN SEMANGGI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md.)
pada Program Studi Diploma Tiga Keuangan dan Perbankan Jurusan Akuntansi
Politeknik Negeri Jakarta

Disusun oleh:

Desinta Dwi Mulyaningtias / 2304321035

**PROGRAM STUDI KEUANGAN DAN PERBANKAN
PROGRAM PENDIDIKAN DIPLOMA TIGA
JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JUNI 2026**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa yang tertulis di dalam Laporan Tugas Akhir ini adalah hasil karya sendiri bukan jiplakan karya orang lain baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat, gagasan atau temuan orang lain yang terdapat di dalam Laporan Tugas Akhir ini telah saya kutip dan saya rujuk sesuai dengan etika ilmiah.

Nama : Desinta Dwi Mulyaningtias

NIM : 2304321035

Program Studi : D3 Keuangan dan Perbankan

Depok, 17 Juni 2026



Desinta Dwi Mulyaningtias
NIM. 2304321035

**POLIT
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LEMBAR PENGESAHAN

Laporan Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Desinta Dwi Mulyaningtias
NIM : 2304321035
Program Studi : D3 Keuangan dan Perbankan
Judul Laporan TA : Penerapan Strategi Bauran Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah *Merchant* QRIS Pada Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Sudirman Semanggi

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Ahli Madya pada Program Studi D3 Keuangan dan Perbankan Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta.

DEWAN PENGUJI

Ketua Penguji : Heti Suryani Fitri, S.S.T., M.M.

Anggota Penguji : Dini Ayuning Ratri Sukimin, S.Sy., M.Ak.

()
()

DISAHKAN OLEH KETUA JURUSAN AKUNTANSI

Ditetapkan di : Depok

Tanggal : 25 Juni 2026



Ketua Jurusan Akuntansi

()

Dr. Bambang Wayuyo, S.E., Ak., CA., SAS., M.Si.
NIP. 197009131999031002



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR

Nama : Desinta Dwi Mulyaningtias
Nomor Induk Mahasiswa : 2304321035
Jurusan/Program Studi : Akuntansi/D3 Keuangan dan Perbankan
Judul Laporan TA : Penerapan Strategi Bauran Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah *Merchant* QRIS Pada Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Sudirman Semanggi

Disetujui oleh:
Dosen Pembimbing,

Dini Ayuning Ratri Sukimin, S.Sy., M.Ak.
NIP. 199208092022032012

Diketahui oleh:
KPS D3 Keuangan dan Perbankan,

Heti Suryani Fitri, S.ST., M.M.
NIP. 199004252024062002



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir yang berjudul **“Penerapan Strategi Bauran Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah *Merchant* QRIS Pada Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Sudirman Semanggi”** dengan baik dan lancar. Penulisan Laporan Tugas Akhir ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya dari Program Studi D3 Keuangan dan Perbankan Jurusan Akuntansi di Politeknik Negeri Jakarta.

Dalam penulisan Laporan Tugas Akhir ini tidak terlepas dari dukungan, arahan serta bimbingan berbagai pihak yang telah membantu penulis sehingga dapat menyelesaikan penulisan Laporan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini disampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Syamsurizal, S.E., M.M. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Bapak Dr. Bambang Waluyo, S.E., Ak., CA., SAS., M.Si. selaku Ketua Jurusan Akuntansi.
3. Ibu Heti Suryani Fitri, S.ST., M.M. selaku Kepala Program Studi D3 Keuangan dan Perbankan.
4. Ibu Dini Ayuning Ratri Sukimin, S.Sy., M.Ak. selaku dosen pembimbing Laporan Tugas Akhir yang telah memberikan dukungan dan meluangkan waktunya untuk bimbingan.
5. Bapak/Ibu Dosen dan Staf di Jurusan Akuntansi yang telah memberikan segala ilmu dan pengetahuan yang bermanfaat selama penulis berkuliah di Politeknik Negeri Jakarta.
6. Bapak Ahmad Fadli selaku penyelia di PT. Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Sudirman Semanggi.
7. Staff Divisi *Funding and Transaction* serta seluruh karyawan Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Sudirman Semanggi yang telah menerima penulis dengan hangat, meluangkan waktu dan berbagi ilmu yang sangat berguna untuk wawasan penulis.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

8. Kedua orang tua serta kakak penulis yang tiada henti mendoakan, memberikan dukungan serta motivasi dari mulai berkuliah sampai penulisan Laporan Tugas Akhir.
9. Diah Ayu Wardani, Naila Karima, dan Salisya Anabila selaku teman seperjuangan penulis yang selalu membantu dan memberikan semangat selama berkuliah di Politeknik Negeri Jakarta.
10. Putri Rhodiatu'nisa, Delia Maharani Putri, dan Eka Komariyah selaku sahabat penulis yang selalu memberikan semangat, dukungan, serta menemani dalam suka maupun duka selama penulisan Laporan Tugas Akhir.
11. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, yang telah membantu dalam proses penulisan Laporan Tugas Akhir.

Penulis menyadari bahwa banyak kekurangan dalam penulisan Laporan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, penulis menerima saran dan kritik untuk perbaikan di masa mendatang. Akhir kata penulis berharap semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat untuk berbagai pihak.

Depok, 17 Juni 2026

Desinta Dwi Mulyaningtias
NIM. 2304321035



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Politeknik Negeri Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Desinta Dwi Mulyaningtias
NIM : 2304321035
Program Studi : D3 Keuangan dan Perbankan
Jurusan : Akuntansi
Jenis Karya : Tugas Akhir

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Jakarta **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Penerapan Strategi Bauran Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah *Merchant* QRIS Pada Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Sudirman Semanggi”

Dengan hak bebas royalti noneksklusif ini di Politeknik Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalih media atau memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok

Pada tanggal : 17 Juni 2026

Yang menyatakan

Desinta Dwi Mulyaningtias



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Desinta Dwi Mulyaningtias

Program Studi D3 Keuangan dan Perbankan

**“Penerapan Strategi Bauran Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah
Merchant QRIS Pada Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang
Sudirman Semanggi”**

ABSTRAK

Perkembangan teknologi telah mendorong pergeseran metode pembayaran dari tunai menjadi nontunai, yang diperkuat dengan implementasi QRIS oleh Bank Indonesia untuk menciptakan sistem pembayaran yang praktis dan aman. Sebagai bank yang fokus pada inklusi keuangan, BRI aktif melakukan akuisisi merchant QRIS guna memperkuat ekosistem perbankan digital. Laporan Tugas Akhir ini bertujuan untuk mendeskripsikan penerapan strategi bauran promosi dalam meningkatkan jumlah merchant QRIS serta mengidentifikasi kendala yang dihadapi pada BRI KC Sudirman Semanggi. Metode penulisan yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka. Data yang digunakan terdiri atas data primer dan data sekunder yang diperoleh dari dokumen, laporan, serta literatur pendukung. Hasil pembahasan menunjukkan bahwa penerapan strategi bauran promosi dalam meningkatkan jumlah merchant QRIS pada BRI KC Sudirman Semanggi dilakukan melalui elemen Periklanan (*advertising*), Promosi Penjualan (*sales promotion*), Penjualan Personal (*personal selling*), dan Hubungan Masyarakat (*public relations*). Adapun kendala yang dihadapi oleh BRI KC Sudirman Semanggi dalam penerapan strategi bauran promosi meliputi faktor eksternal dan faktor internal yang memengaruhi efektivitas kegiatan promosi dalam meningkatkan jumlah merchant QRIS.

Kata Kunci: Strategi Bauran Promosi, QRIS, Merchant, Bank Rakyat Indonesia



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Desinta Dwi Mulyaningtias

D3 Finance and Banking Study Program

“Implementation of Promotion Mix Strategy in Increasing the Number of QRIS Merchants at Bank Rakyat Indonesia Sudirman Semanggi Branch Office”

ABSTRACT

Technological developments have driven a shift in payment methods from cash to cashless, which is strengthened by the implementation of QRIS by Bank Indonesia to create a practical and secure payment system. As a bank focused on financial inclusion, BRI actively acquires QRIS merchants to strengthen the digital banking ecosystem. This Final Project Report aims to describe the implementation of a promotion mix strategy in increasing the number of QRIS merchants and to identify the obstacles faced at BRI KC Sudirman Semanggi. The writing method used is descriptive qualitative with data collection techniques through interviews, documentation, and literature review. The data used consists of primary data and secondary data obtained from documents, reports, and supporting literature. The results indicate that the implementation of a promotion mix strategy in increasing the number of QRIS merchants at BRI KC Sudirman Semanggi is carried out through the elements of Advertising, Sales Promotion, Personal Selling, and Public Relations. The obstacles faced by BRI KC Sudirman Semanggi in implementing the promotional mix strategy include external and internal factors that influence the effectiveness of promotional activities in increasing the number of QRIS merchants.

Keywords: *Promotion Mix Strategy, QRIS, Merchants, Bank Rakyat Indonesia*



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	viii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan Penulisan	5
1.3 Manfaat Penulisan	6
1.4 Metode Penulisan	6
1.5 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Strategi Pemasaran	10
2.1.1 Pengertian Strategi Pemasaran.....	10
2.2 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	10
2.2.1 Pengertian Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	10
2.2.2 Unsur Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	11
2.3 Bauran Promosi (<i>Promotion Mix</i>)	13
2.3.1 Pengertian Bauran Promosi (<i>Promotion Mix</i>).....	13
2.3.2 Unsur Bauran Promosi (<i>Promotion Mix</i>).....	14
2.4 <i>Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)</i>	18
2.4.1 Pengertian QRIS	18
2.4.2 Manfaat QRIS	20
2.4.3 Karakteristik QRIS	20
2.4.4 Jenis Penggunaan QRIS.....	21
2.4.5 Biaya Penggunaan QRIS	23
BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	25
3.1 Profil Perusahaan.....	25
3.1.1 Sejarah Singkat PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.	25
3.1.2 Visi dan Misi PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.	26
3.1.3 Budaya Kerja PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.	26
3.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	27
3.3 Bidang Usaha Perusahaan	30
BAB IV PEMBAHASAN.....	36
4.1 Penerapan Strategi Bauran Promosi QRIS.....	36
4.2 Kendala yang Dihadapi Dalam Penerapan Strategi Bauran Promosi QRIS	43
BAB V PENUTUP.....	47
5.1 Kesimpulan.....	47



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

5.2 Saran	48
DAFTAR PUSTAKA	50
LAMPIRAN	53





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pencapaian Jumlah *Merchant* QRIS di BRI KC Sudirman Semanggi... 4





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Nominal Transaksi Belanja Uang Elektronik di Indonesia	1
Gambar 1.2 Penyebaran Jumlah <i>Merchant</i> QRIS per Provinsi di Indonesia	2
Gambar 2.1 MPM Statis.....	22
Gambar 2.2 MPM Dinamis	22
Gambar 2.3 <i>Consumer Presented Mode</i> (CPM)	23
Gambar 3.1 Logo PT Bank Rakyat Indonesia	25
Gambar 3.2 Struktur Organisasi BRI KC Sudirman Semanggi	27
Gambar 4.1 Contoh Poster Promosi QRIS.....	37
Gambar 4.2 Pemberian Reward Kepada <i>Merchant</i>	38
Gambar 4.3 Penawaran QRIS Secara Langsung kepada Pelaku Usaha.....	39
Gambar 4.4 Bazar Takjil Ramadhan Bendungan Hilir	42



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Surat Pernyataan Dosen Pembimbing
- Lampiran 2. Lembar Bimbingan Tugas Akhir
- Lampiran 3. Lembar Persetujuan Sidang Akhir
- Lampiran 4. Lembar Revisi Sidang TA – Dosen Pembimbing
- Lampiran 5. Lembar Revisi Sidang TA – Dosen Penguji
- Lampiran 6. Surat Pernyataan *Generative AI*
- Lampiran 7. Pedoman Wawancara

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



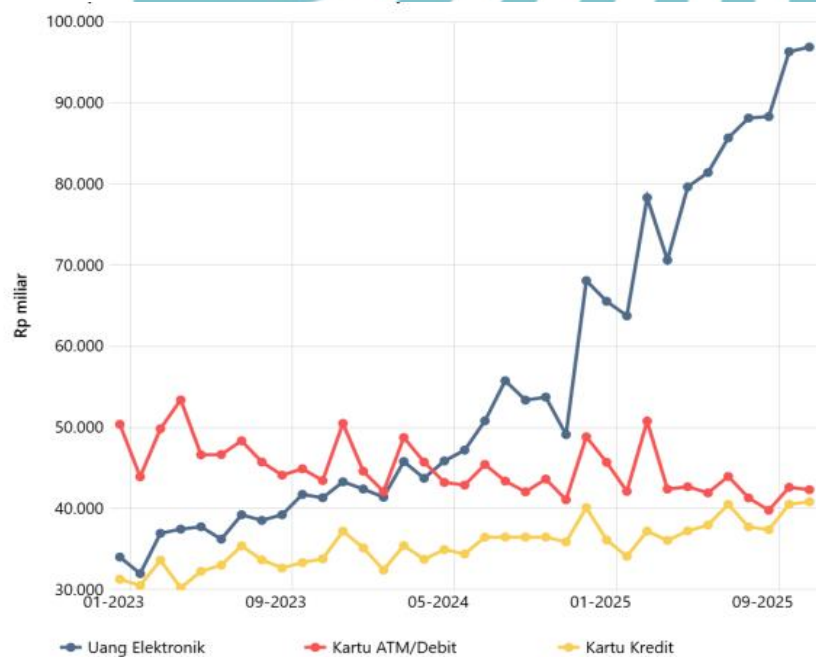
Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi telah mengubah berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam sektor ekonomi dan keuangan. Perubahan ini terlihat jelas dalam pergeseran metode pembayaran dengan menggunakan uang tunai sebagai pembayaran utama yang mulai tergantikan dengan pembayaran digital atau nontunai. Perubahan metode pembayaran dipengaruhi oleh perkembangan teknologi yang semakin canggih sekaligus didorong dengan perubahan gaya hidup semakin dinamis. Dalam masyarakat modern, aspek kepraktisan menjadi salah satu pertimbangan penting dalam memilih metode pembayaran yang akan digunakan (Rahmathunnisa, 2023).



Gambar 1.1 Nominal Transaksi Belanja Uang Elektronik di Indonesia

Sumber: databoks.katadata.co.id

Perubahan pola pembayaran masyarakat Indonesia dapat dilihat dari meningkatnya penggunaan uang elektronik setiap tahunnya. Data Bank Indonesia menunjukkan bahwa nominal transaksi uang elektronik secara nasional mencapai Rp96,86 triliun. Nilai tersebut meningkat 0,6% dibandingkan dengan bulan sebelumnya dan tumbuh sebesar 97% dibandingkan dengan periode tahun



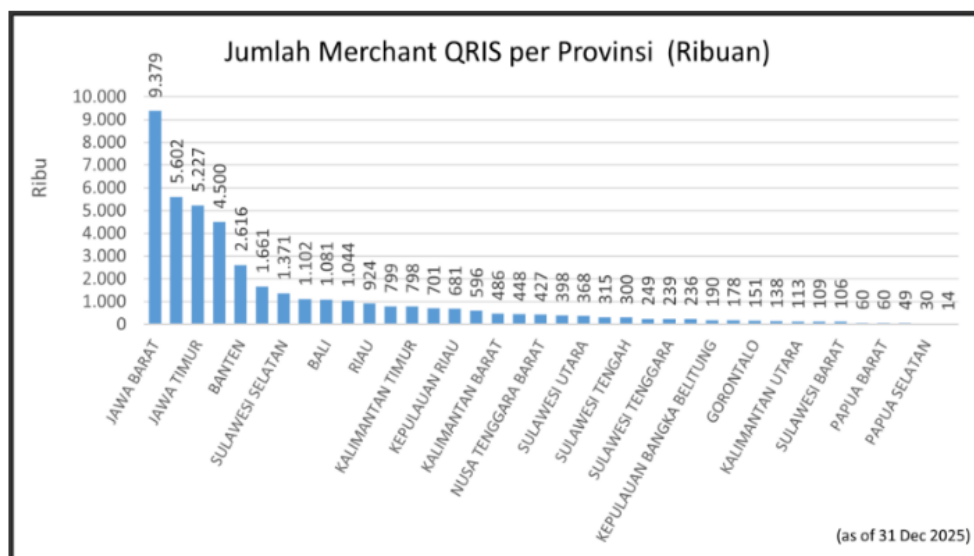
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

sebelumnya. Kondisi ini menunjukkan penggunaan instrumen pembayaran digital semakin diterima dan menjadi bagian dari aktivitas transaksi masyarakat sehari-hari.

Transformasi menuju masyarakat tanpa uang tunai (*cashless society*) di Indonesia didukung oleh pemerintah melalui Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) yang secara resmi diluncurkan di Jakarta pada 14 Agustus 2014 oleh Agus D. W. Martowardojo, Gubernur Bank Indonesia. Gerakan ini bertujuan untuk membangun sistem pembayaran yang mudah, cepat dan aman sehingga dapat mendorong efektivitas sistem keuangan nasional (Bank Indonesia, n.d.). Sebagai bentuk penguatan dan implementasi lanjutan dari GNNT, Bank Indonesia meresmikan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) pada 17 Agustus 2019. QRIS merupakan standar kode QR nasional yang digunakan sebagai metode pembayaran digital untuk memudahkan transaksi masyarakat. Kehadiran QRIS bertujuan untuk menyatukan berbagai penyelenggara jasa sistem pembayaran (PJSP) dalam satu standar sehingga transaksi dapat dilakukan dengan lebih mudah, cepat, dan aman (Bank Indonesia, n.d.).



Gambar 1.2 Penyebaran Jumlah *Merchant* QRIS per Provinsi di Indonesia

Sumber: api.indonesia.or.id/

Perkembangan QRIS menunjukkan peran yang semakin penting dalam mendukung ekosistem ekonomi dan keuangan digital di Indonesia. Berdasarkan data yang dilaporkan oleh Bank Indonesia pada kuartal I tahun 2025, pengguna QRIS telah mencapai 57 juta pengguna dan 39,3 juta pelaku usaha atau *merchant*.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Dari jumlah tersebut, 93.16% di antaranya adalah pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Selain jumlah pengguna QRIS, transaksi yang dihasilkan dengan menggunakan QRIS telah mencapai 6,05 miliar dengan nilai sebesar Rp579 triliun. Tingginya adopsi QRIS juga terlihat dari penyebaran *merchant* di berbagai daerah. Menurut Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) per Desember 2025 provinsi DKI Jakarta menempati posisi kedua dengan jumlah 5.602 juta *merchant* QRIS. Tingginya jumlah *merchant* mengindikasikan bahwa penggunaan QRIS di wilayah provinsi DKI Jakarta memiliki potensi yang besar dan terus berkembang.

Peningkatan jumlah *merchant* dan volume transaksi QRIS tidak hanya mencerminkan keberhasilan kebijakan nasional dalam mendorong digitalisasi sistem pembayaran, tetapi juga memberikan peluang bagi sektor perbankan untuk memperluas ekosistem layanan digital. Bank Rakyat Indonesia (BRI) sebagai bank yang aktif melakukan implementasi QRIS, memandang akuisisi *merchant* QRIS sebagai instrumen strategis dalam memperkuat ekosistem perbankan digital. Sejalan dengan visinya menjadi *“The Most Valuable Banking Group in Southeast Asia & Champion of Financial Inclusion”* BRI terus mendorong peningkatan jumlah *merchant* QRIS sebagai bagian dari pengembangan layanan digital perusahaan. Upaya tersebut diharapkan mampu memberikan dampak besar terhadap peningkatan *Fee Based Income* serta mendorong perolehan Dana Pihak Ketiga (Bank Rakyat Indonesia, 2025).

BRI Kantor Cabang Sudirman Semanggi merupakan salah satu kantor cabang dari BRI yang turut berperan dalam mendukung pengembangan ekosistem pembayaran digital melalui akuisisi *merchant* QRIS. BRI KC Sudirman Semanggi berlokasi di kawasan Sudirman Semanggi yang merupakan salah satu pusat bisnis dan komersial utama di Jakarta, sehingga memiliki potensi *merchant* yang besar sekaligus menghadapi persaingan antarbank yang cukup tinggi dalam memperebutkan segmen yang sama. Dalam pelaksanaanya, kantor cabang menetapkan target pertumbuhan *merchant* QRIS yang menjadi salah satu indikator kinerja bisnis. Adapun target dan realisasi jumlah *merchant* QRIS pada BRI KC Sudirman Semanggi adalah sebagai berikut:



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Tabel 1.1 Pencapaian Jumlah *Merchant* QRIS di BRI KC Sudirman Semanggi

Bulan	Target Akuisisi	Jumlah Akuisisi	Persentase (%)
Okt 2025	75	47	62.67%
Nov 2025	75	62	82.67%
Des 2025	75	88	117.33%
Jan 2026	75	24	32.00%
Feb 2026	75	35	46.67%
Mar 2026	75	92	122.67%
Total	450	348	77.33%

Sumber: Laporan Akuisisi Merchant RMFT BRI KC Sudirman Semanggi, data diolah (2026)

Berdasarkan data pada Laporan Akuisisi Merchant RMFT yang disajikan dalam tabel 1.1, pencapaian jumlah merchant QRIS di BRI KC Sudirman Semanggi selama periode Oktober 2025 hingga Maret 2026 menunjukkan hasil yang berfluktuasi. Dari total target akuisisi sebanyak 450 *merchant*, jumlah *merchant* yang berhasil diakuisisi mencapai 348 *merchant* atau sebesar 77,33% dari target yang ditetapkan. Pencapaian target *merchant* mengalami perubahan yang cukup besar setiap bulannya. Pada Desember 2025 dan Maret 2026, realisasi akuisisi *merchant* berhasil melampaui target dengan persentase masing-masing sebesar 117,33% dan 122,67%. Namun, pada Januari 2026 dan Februari 2026, pencapaian target mengalami penurunan menjadi 32% dan 46,67%.

Perbedaan tingkat pencapaian tersebut menunjukkan bahwa upaya peningkatan jumlah *merchant* QRIS pada BRI KC Sudirman Semanggi belum berlangsung secara konsisten. Kondisi ini mengindikasikan adanya faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan akuisisi *merchant* sehingga diperlukan strategi yang tepat untuk meningkatkan jumlah *merchant* QRIS secara berkelanjutan. Salah satu faktor yang dapat mendukung keberhasilan peningkatan jumlah *merchant* adalah penerapan strategi promosi yang efektif. Dalam persaingan industri pembayaran digital yang semakin ketat, kegiatan promosi menjadi sarana penting untuk memperkenalkan manfaat dan keunggulan produk kepada calon *merchant* sekaligus membangun kesadaran dan kepercayaan mereka terhadap layanan yang ditawarkan.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Menurut Tjiptono & Diana (2015), salah satu unsur penting dalam strategi pemasaran yang digunakan untuk memberikan informasi mengenai adanya suatu produk atau jasa kepada target pasar adalah promosi. Promosi tidak hanya sekedar bersifat informatif tetapi juga digunakan untuk membentuk persepsi dan minat calon konsumen. Promosi yang efektif akan mendorong peningkatan penjualan sekaligus meningkatkan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan perlu untuk mengoptimalkan strategi promosi yang tepat untuk bisa mencapai tujuan perusahaan (Rizal & Robby, 2024).

Dalam menjangkau kegiatan promosi, perusahaan dapat menerapkan bauran promosi sebagai salah satu strategi komunikasi pemasaran. Kotler & Keller (2022) dalam *Marketing Management* mendefinisikan bauran promosi sebagai perpaduan kombinasi dari berbagai elemen promosi yang digunakan untuk menginformasikan, memengaruhi, serta mengingatkan konsumen terhadap produk atau merek yang ditawarkan baik secara langsung maupun tidak langsung. Bauran promosi mencakup lima elemen di antaranya, Periklanan (*advertising*), Promosi Penjualan (*sales promotion*), Penjualan Personal (*personal selling*), Pemasaran Langsung (*direct marketing*), dan Hubungan Masyarakat (*public relations*).

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik membahas lebih lanjut mengenai penerapan strategi bauran promosi yang dilakukan oleh BRI KC Sudirman Semanggi dalam meningkatkan jumlah *merchant* QRIS, termasuk elemen dalam bauran promosi yang digunakan serta kendala yang dihadapi dalam penerapan strategi bauran promosi. Atas dasar tersebut, penulisan tugas akhir ini berjudul **“Penerapan Strategi Bauran Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah *Merchant* QRIS Pada Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Sudirman Semanggi”**.

1.2 Tujuan Penulisan

Tujuan penulisan yang hendak dicapai dari penulisan Tugas Akhir ini yaitu:

1. Mendeskripsikan penerapan strategi bauran promosi dalam meningkatkan jumlah *merchant* QRIS pada Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Sudirman Semanggi.
2. Mengidentifikasi kendala yang dihadapi dalam penerapan strategi bauran promosi untuk meningkatkan jumlah *merchant* QRIS pada Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Sudirman Semanggi.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1.3 Manfaat Penulisan

Diharapkan penulisan Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis untuk berbagai pihak, di antaranya:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, tugas akhir ini diharapkan dapat menambah wawasan terkait penerapan strategi bauran promosi dalam meningkatkan jumlah *merchant* QRIS dan menjadi referensi bagi penulisan selanjutnya yang berkaitan dengan strategi promosi layanan *merchant* QRIS.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Penulisan ini diharapkan dapat menambah pemahaman penulis mengenai penerapan strategi bauran promosi secara langsung di dunia perbankan, khususnya dalam meningkatkan jumlah *merchant* QRIS.

b. Bagi Bank Rakyat Indonesia KC Sudirman Semanggi

Penulisan ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan pertimbangan bagi Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Sudirman Semanggi dalam mengoptimalkan penerapan strategi bauran promosi yang sudah dilakukan sehingga dapat meningkatkan jumlah *merchant* QRIS.

c. Bagi Politeknik Negeri Jakarta

Penulisan ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi mahasiswa dalam mempelajari penerapan strategi bauran promosi pada layanan perbankan digital, selain itu dapat melengkapi materi perkuliahan dan dapat dimanfaatkan menjadi studi kasus yang relevan dengan mata kuliah Manajemen Pemasaran Bank maupun Pemasaran Digital.

1.4 Metode Penulisan

Penulisan Tugas Akhir ini menggunakan beberapa metode untuk menunjang keperluan penulisan di antaranya:

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penulisan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung oleh penulis dari sumber pertama dan diolah sesuai dengan kebutuhan penulisan Laporan Tugas Akhir. Data ini berasal dari wawancara dan percakapan singkat dengan *Relationship Manager Funding and Transaction (RMFT)*, dan *Universal Banker (UB)* di Bank Rakyat Indonesia KC Sudirman Semanggi.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh penulis melalui media perantara atau secara tidak langsung, bukan dari sumber utama. Data ini berasal dari berbagai sumber yang telah dipublikasikan secara umum, seperti buku, jurnal ilmiah, serta artikel instansi terkait. Data sekunder digunakan sebagai data pendukung dari data primer serta untuk memperkuat landasan teoritis yang relevan dengan topik penulisan.

2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan dalam penulisan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

a. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan mengajukan pertanyaan secara langsung kepada informan untuk mendapatkan informasi yang berkaitan dengan topik penelitian. Dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir, penulis melakukan wawancara dan percakapan singkat dengan pihak *Relationship Manager Funding and Transaction (RMFT)* dan *Universal Banker (UB)* BRI KC Sudirman Semanggi. Pelaksanaan wawancara mengacu pada pedoman wawancara yang disusun berdasarkan indikator bauran promosi dan disajikan pada lampiran 7.

b. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengumpulkan berbagai dokumen yang berkaitan dengan objek penelitian. Data dokumentasi dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir diperoleh dari dokumentasi internal perusahaan, data jumlah merchant QRIS, foto kegiatan, serta dokumen pendukung lainnya yang berkaitan dengan



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

penerapan strategi bauran promosi di Bank Rakyat Indonesia KC Sudirman Semanggi.

c. Studi Pustaka

Studi Pustaka merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mempelajari berbagai literatur yang berkaitan dengan penerapan strategi bauran promosi dalam meningkatkan jumlah *merchant* QRIS. Data diperoleh dari situs resmi bank Bank Rakyat Indonesia, buku, artikel dan jurnal akademik.

3. Metode Kajian

Metode kajian yang digunakan dalam penulisan Tugas Akhir ini adalah dengan melalui pendekatan kualitatif, yaitu dengan mendeskripsikan secara rinci mengenai penerapan strategi bauran promosi dalam meningkatkan jumlah *merchant* QRIS pada Bank Rakyat Indonesia KC Sudirman Semanggi. Strategi bauran promosi yang dikaji meliputi Periklanan (*advertising*), Promosi Penjualan (*sales promotion*), Penjualan Personal (*personal selling*), Pemasaran Langsung (*direct marketing*), dan Hubungan Masyarakat (*public relations*). Selain itu, kajian ini juga mengidentifikasi kendala yang dihadapi dalam penerapan strategi bauran promosi tersebut.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan Tugas Akhir secara garis besar terdiri dari lima bab yang saling berkaitan antara satu bab dengan bab lainnya. Adapun uraian masing-masing bab tersebut adalah sebagai berikut:

Bab 1 Pendahuluan

Pada bab ini menjelaskan terkait latar belakang, tujuan penulisan, manfaat penulisan, metode penulisan, serta sistematika penulisan.

Bab 2 Tinjauan Pustaka

Pada bab ini menjelaskan terkait teori yang mendukung penulisan Topik Tugas Akhir, seperti teori strategi pemasaran, bauran pemasaran (*marketing mix*), bauran promosi (*promotion mix*), dan sistem pembayaran digital QRIS.

Bab 3 Gambaran Umum Perusahaan

Pada bab ini menjelaskan terkait gambaran umum perusahaan yang terdiri dari profil perusahaan, visi dan misi perusahaan, budaya kerja perusahaan, struktur



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

organisasi perusahaan serta bidang usaha perusahaan pada Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Sudirman Semanggi.

Bab 4 Pembahasan

Pada bab ini menjelaskan hasil pembahasan terkait uraian dari tujuan penulisan yaitu mendeskripsikan penerapan strategi bauran promosi dan mengidentifikasi kendala yang dihadapi dalam penerapan strategi bauran promosi untuk meningkatkan jumlah *merchant* QRIS pada Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Sudirman Semanggi.

Bab 5 Penutup

Pada bab ini menjelaskan terkait kesimpulan pembahasan yang diperoleh berdasarkan hasil pembahasan, serta pemberian saran yang diharapkan dapat menjadi masukan dan manfaat bagi seluruh pihak yang membutuhkan.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Setelah melakukan pembahasan mengenai penerapan strategi bauran promosi dalam meningkatkan jumlah *merchant* QRIS pada BRI KC Sudirman Semanggi, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Penerapan strategi bauran promosi (*promotion mix*) dalam meningkatkan jumlah *merchant* QRIS di BRI KC Sudirman Semanggi belum mencakup seluruh elemen bauran promosi yang disebutkan oleh Kotler dan Keller secara optimal. Dari lima elemen dalam bauran promosi tersebut, penjualan personal (*personal selling*) merupakan strategi yang paling dominan dan efektif karena RMFT dan UB berperan langsung dalam melakukan pendekatan, edukasi, serta pendampingan kepada calon *merchant* sehingga mampu membangun kepercayaan dan mendorong keputusan pendaftaran QRIS. Selain itu, hubungan masyarakat (*public relations*) juga berkontribusi dalam peningkatan jumlah *merchant* QRIS melalui kegiatan kerjasama bazar dan sosialisasi. Sementara itu, periklanan (*advertising*) tetap dijalankan melalui media sosial meskipun pelaksanaannya masih terbatas. Promosi penjualan (*sales promotion*) telah diterapkan dalam bentuk pemberian reward atau hadiah kepada *merchant*, tetapi lebih fokus pada upaya mempertahankan loyalitas *merchant* yang sudah ada sehingga belum berkontribusi terhadap akuisisi *merchant* baru. Adapun pemasaran langsung (*direct marketing*) belum diterapkan sama sekali dalam strategi pemasaran QRIS. memberikan kontribusi yang signifikan dalam akuisisi *merchant* QRIS. Dengan demikian, penerapan strategi bauran promosi dalam meningkatkan jumlah *merchant* QRIS dinilai cukup efektif, namun belum memanfaatkan seluruh potensi bauran promosi secara menyeluruh.
2. Kendala yang dihadapi BRI KC Sudirman Semanggi dalam penerapan strategi bauran promosi (*promotion mix*) untuk meningkatkan jumlah *merchant* QRIS berasal dari dua faktor, yaitu faktor eksternal dan faktor internal. Dari sisi faktor eksternal, kendala yang dihadapi meliputi rendahnya literasi pembayaran digital pada sebagian *merchant* skala kecil yang menyebabkan kurangnya pemahaman



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

mengenai fungsi, manfaat, dan keamanan QRIS, serta persaingan yang semakin ketat dengan kompetitor seperti GoPay dan bank lain yang juga menawarkan layanan QRIS *merchant*, hal ini menyebabkan sebagian *merchant* merasa tidak memiliki kebutuhan untuk menggunakan QRIS BRI karena telah menggunakan layanan yang sama dari penyedia lain sehingga proses penawaran menjadi lebih kompleks. Dari sisi faktor internal, kendala yang dihadapi berupa keterbatasan pemanfaatan media promosi dalam kegiatan promosi QRIS. Promosi yang dilakukan masih memanfaatkan media digital yang terbatas sehingga penyebaran informasi mengenai QRIS belum dapat menjangkau seluruh calon *merchant* secara luas.

5.2 Saran

Penerapan strategi promosi di BRI KC Sudirman Semanggi telah memberikan kontribusi dalam meningkatkan jumlah *merchant* QRIS. Namun, terdapat beberapa hal yang memerlukan evaluasi lebih lanjut agar dampak strategi tersebut dapat dioptimalkan secara berkelanjutan, di antaranya:

1. Optimalisasi pemasaran langsung (*direct marketing*), BRI KC Sudirman Semanggi perlu mengimplementasikan pemasaran langsung (*direct marketing*) secara lebih terstruktur melalui pemanfaatan fitur *broadcast message* pada WhatsApp Business. Pesan dapat dikirimkan secara berkala sebagai sarana *follow up* kepada calon *merchant* yang telah dikunjungi oleh pihak RMFT, namun belum melakukan pendaftaran QRIS. Dengan demikian, komunikasi dengan calon *merchant* tetap terjaga secara efisien tanpa harus selalu mengandalkan kunjungan langsung.
2. Peningkatan edukasi kepada *merchant*, BRI KC Sudirman Semanggi perlu meningkatkan kegiatan edukasi kepada *merchant*, khususnya pelaku usaha skala kecil yang berada di wilayah kerja guna meningkatkan pemahaman mengenai manfaat, legalitas, dan keamanan penggunaan QRIS. Edukasi tersebut dapat dilakukan melalui kegiatan sosialisasi, pendampingan hingga pemanfaatan media digital. Dalam penyampaian materi, pihak RMFT dan UB dapat menjelaskan bahwa QRIS merupakan standar kode QR nasional yang ditetapkan oleh Bank Indonesia (BI). Selain itu, perlu disampaikan bahwa BRI merupakan bank yang beroperasi sesuai dengan ketentuan OJK yang berlaku.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Dengan adanya edukasi tersebut, diharapkan pemahaman dan kepercayaan calon *merchant* terhadap penggunaan QRIS dapat meningkat sehingga mendukung program akuisisi *merchant* secara lebih optimal.

3. Peningkatan promosi keunggulan layanan QRIS BRI, Untuk menghadapi persaingan yang ketat dengan kompetitor lainnya, BRI KC Sudirman Semanggi perlu menekankan keunggulan layanan QRIS BRI dalam kegiatan promosi, keunggulan QRIS BRI seperti penggunaan aplikasi BRI Merchant yang dapat memudahkan pemantauan transaksi secara *real time*, penyediaan laporan transaksi, hingga proses pencairan dana yang cepat hingga bisa dilakukan 4x dalam satu hari. Hal ini yang perlu dikomunikasikan secara lebih optimal agar calon *merchant* dapat memahami nilai tambah yang ditawarkan dibandingkan layanan sejenis dari kompetitor.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR PUSTAKA

- ASPI. (2025, December). *Statistik QRIS*. <https://aspi-indonesia.or.id/statistik-qrisk/>
- Bank Indonesia. (n.d.-a). *Elektronifikasi*. Retrieved May 2, 2026, from Elektronifikasi
- Bank Indonesia. (n.d.-b). *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*. Retrieved April 13, 2026, from <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/ritel/kanal-layanan/qrisk/default.aspx>
- Bank Indonesia. (2025, August 4). *QRIS Jelajah Indonesia 2025 Dorong Digitalisasi Dengan Wisata Budaya*. https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_2717025.aspx
- Bank Rakyat Indonesia. (2025). *Membangun Ekonomi Kerakyatan: BRI Tumbuh, Negara Tangguh*. [https://www.ir-bri.com/newsroom/AnnualReport2025-BBRI-att3_\(1\).pdf](https://www.ir-bri.com/newsroom/AnnualReport2025-BBRI-att3_(1).pdf)
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing*. Pearson uk.
- Darsana, I. M., Rahmadani, S., Salijah, E., Akbar, A. Y., Bahri, K. N., Amir, N. H., Jamil, S. H., Nainggolan, H. L., Anantdja, S. P., & Nugroho, A. (2023). *Strategi Pemasaran* (M. A. Wardana, Ed.). Infesmedia. <https://repository.ipmi.ac.id/2351/1/eBooks%20Strategi%20Pemasaran.pdf>
- Ardiyansyah, F. D., Noviarini, D., Sentagi Asa, R., Studi, P. S., & Digital Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta, B. (2026). *Faktor-Faktor yang Memengaruhi Continuance Intention Penggunaan QRIS BRI Merchant oleh Pelaku UMKM di Jakarta*. <https://doi.org/10.63822/82yav816>
- Haerawati, N. (2024). *Analisis Strategi Pemasaran Produk Layanan QRIS BTN Syariah KCP Parepare*.
- Harahap, N. (2024). *Implementasi Promotion Mix Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Sipirok*. UIN SYEKSH ALI HASAN AHMAD AD-DARY.
- Izzati, F. N., & Triyanto, A. (2024). Pengaruh Bauran Pemasaran (7P) Terhadap Keputusan Orang Tua Memilih Sekolah (Studi Kasus: SMPIT Ihsanul Fikri Mungkid). *GREAT: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam*, 1(2). <https://doi.org/10.62108/great.v1i2.759>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Principle of Marketing* (8th European Edition).
- Kotler, Philip., & Keller, K. Lane. (2016). *Marketing management*. Pearson Education Ltd.
- Kotler, Philip., & Keller, K. Lane. (2022). *Marketing Management Sixteenth Edition*.
- Melati. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Deepublish.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Nur, A., Rahma Nurzianti, & Citra Particia. (2025). Penerapan Strategi Pemasaran 7P Dalam Peningkatan Pembiayaan Mitraguna Berkah. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 5(3), 3443–3458. <https://doi.org/10.53625/jirk.v5i3.10964>
- Nurhanifah, L. (2025). Promotional Strategies By BSI KCP Pare In Increasing The Number Of QRIS Merchants. *Ar-Rihlah : Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 5(2), 176–191. <https://doi.org/10.35194/arps.v5i2.5350>
- OpenAI. (2026). ChatGPT (GPT-5.5) [Large Language Model]. <https://chat.openai.com>
- Permana, R., Attaullah, R., Pratiwi, Y., Yanti, S. A., Darmawan, A., & Nasution, D. P. (2024). Dampak Implementasi QRIS Terhadap Perubahan Sistem Keuangan Nasional. In *Jurnal Pendidikan Sosial dan Humaniora* (Vol. 3, Number 1). <https://publisherqu.com/index.php/pediaqu>
- PerplexityAI. (2026). Perplexity AI [AI Powered Answer Engine]. <https://www.perplexity.ai/>
- Rahmathunnisa, R. (2023). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Manfaat dan Risiko Pengguna QRIS Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia KC Banjarmasin A. Yani 1 dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi*. <http://idr.uin-antasari.ac.id/id/eprint/21921>
- Rizal, S., & Robby, F. (2024). Strategi Bauran Promosi Pembiayaan Cicilan Emas Dalam Meningkatkan Investasi Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Tebet Barat Jakarta Selatan. *Jurnal Manajemen Dakwah*, XII(1), 116–140. <http://journal.uinjkt.ac.id/index.php/jmd>
- Saputri, F. A., & Syakir, A. (2025). Strategi Pemasaran Tabungan Pada Bank Sumut Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Baru. *Jurnal Publikasi Manajemen Informatika*, 4(2), 80–89. <https://doi.org/10.55606/jupumi.v4i2.3776>
- Saragih, I. K., Nugraha, A. T., & Wahyudi, R. (2023). Analisis Kepuasan Pelanggan dengan Menggunakan Metode 7P pada Kedai AA. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Keuangan Dan Bisnis (JIKABI)*, 2(1), 40–50. <https://doi.org/10.31289/jbi.v2i1.1715>
- Sari, A., & Alita, D. (2022). *Penerapan E-Marketing Menggunakan Model Oohdm Dan Strategi Marketing 7P (Studi Kasus: Sudden Inc)*.
- Sartika, P. S. (2022). *Implementasi Aplikasi Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Aceh (Studi Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Daud Beureueh 1*.
- Setiawan, I. M. P., & Muzdalifah, N. (2025). Digitalisasi Transaksi Dengan Qris: Analisis Tingkat Konsumsi Mahasiswa Di Era Modern Intan Maharani Putri Setiawan¹, Nailah Muzdalifah GP². *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 11(D), 131–141. <https://doi.org/https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/10723>



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Sriyono, S., Adam, J., Dwi Kinasih, R., Agustina, D., Maulidah, U., & Al Adawiyah, E. R. (2024). Faktor - Faktor Yang Mendorong Adopsi Qris sebagai Solusi Pembayaran Digital untuk Mempermudah Transaksi UMKM. *Expensive: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 3(3), 383–394. <https://doi.org/10.24127/exclusive.v3i3.7373>

Tjiptono, F., & Diana, A. (2015). *Pelanggan Puas? Tak Cukup!* ANDI.

Uluwiyah, A. N. (2022). *Strategi Bauran Promosi (Promotional Mix) dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat* (B. Kurniawan & S. Fatimah, Eds.). Multi Pustaka Utama.





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 1. Surat Pernyataan Dosen Pembimbing

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dini Ayuning Ratri Sukimin, S.Sy., M.Ak.

NIP : 199208092022032012

Adalah dosen tetap atau dosen yang ditunjuk oleh Jurusan Akuntansi PNJ menyatakan bersedia sebagai pembimbing penulisan laporan tugas akhir untuk:

Nama : Desinta Dwi Mulyaningtias

NIM : 2304321035

Program Studi : D3 Keuangan dan Perbankan

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Meluangkan waktu minimal sekali dalam seminggu untuk membimbing mulai dari diterimanya surat penunjukan, hingga minimal 8 kali bimbingan.
2. Membuat kesepakatan waktu bimbingan dengan mahasiswa.
3. Menyesuaikan jadwal bimbingan tugas akhir sesuai dengan kalender akademik.
4. Apabila saya tidak melaksanakan tugas tersebut maka saya bersedia digantikan oleh dosen lain.

Demikian surat pernyataan ini saya sampaikan, atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

Depok,

Pembuat pernyataan

Dini Ayuning Ratri Sukimin, S.Sy., M.Ak.
NIP. 199208092022032012

Catatan: Apabila tidak bersedia membimbing karena berbagai alasan maka saya akan mengembalikan form ini ke KPS masing masing dengan membuat memo tertulis



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 2. Lembar Bimbingan Tugas Akhir



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI,
SAINS, DAN TEKNOLOGI
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JURUSAN AKUNTANSI

Jl. Prof. Dr. G. A. Siwabessy, Kampus UI, Depok, 16425
Telepon (021) 7863534, 7864827, 786426, 7270042, 7270035
Fax (021) 7270034, (021) 7270036 Hunting
Laman: <http://www.pnj.ac.id> e-pos: humas@pnj.ac.id

LEMBAR BIMBINGAN PENULISAN TUGAS AKHIR

1. Nama Mahasiswa : Desinta Dwi Mulyaningtias
2. NIM : 2304321035
3. Program Studi : D3 Keuangan dan Perbankan
4. Judul Tugas Akhir : Penerapan Strategi Bauran Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Merchant QRIS Pada Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Sudirman Semanggi
5. Dosen Pembimbing : Dini Ayuning Ratri Sukimin, S.Sy., M.Ak.

No.	Tanggal	Materi Bimbingan	TTD Dosen Pembimbing
1	10/2/2026	Kerangka Penuisani	
2	25/2/2026	Identifikasi Masalah	
3	12/3/2026	Bab I	
4	24/4/2026	Revisi Bab I, lanjut Bab II	
5	6/5/2026	Revisi Bab II, lanjut Bab III	
6	20/5/2026	Bab IV dan Bab V	
7	15/6/2026	Revisi Bab IV dan Bab V	
8	17/6/2026	Bab I - V, ACC	

Menyetujui KPS D3 Keuangan dan Perbankan
Depok, 17-06-2026

Heti Suryani Fitri, S.ST., M.M.
NIP. 199004252024062002



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 3. Lembar Persetujuan Sidang Akhir

LEMBAR PERSETUJUAN UNTUK UJIAN SIDANG TUGAS AKHIR

Pada tanggal 17-06-2016 tugas akhir yang disusun oleh:

Nama : Desinta Dwi Mulyaningtias

NIM : 2304321035

Program Studi : D3 Keuangan dan Perbankan

Judul : Penerapan Strategi Bauran Promosi Dalam Meningkatkan
Jumlah *Merchant* QRIS Pada Bank Rakyat Indonesia
Kantor Cabang Sudirman Semanggi

Telah disetujui untuk diteruskan ke tahap sidang akhir sesuai dengan jadwal yang akan ditetapkan kemudian.

Disetujui oleh:

Dosen Pembimbing,

Dini Ayuning Ratri Sukimin, S.Sy., M.Ak.
NIP. 199208092022032012

Diketahui oleh:

KPS D3 Keuangan dan Perbankan,

Heti Suryani Fitri, S.ST., M.M.
NIP. 199004252024062002



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 4. Lembar Revisi Sidang TA – Dosen Pembimbing



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI,
SAINS, DAN TEKNOLOGI
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JURUSAN AKUNTANSI
Jl. Prof. Dr. G. A. Siwabessy, Kampus UI, Depok, 16425
Telepon (021) 7863534, 7864827, 786426, 7270042, 7270035
Fax (021) 7270034, (021) 7270036 Hunting
Laman: <http://www.pnj.ac.id> e-pos: humas@pnj.ac.id

LEMBAR REVISI SIDANG TUGAS AKHIR – PEMBIMBING

1. Nama Mahasiswa : Desinta Dwi Mulyaningtias
2. NIM : 2304321035
3. Program Studi : D3 Keuangan dan Perbankan
4. Judul Tugas Akhir : Penerapan Strategi Bauran Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Merchant QRIS Pada Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Sudirman Semanggi
5. Dosen Pembimbing : Dini Ayuning Ratri Sukimin, S.Sy., M.Ak.

No.	Revisi	Hasil Revisi	Keterangan
1.	Perbaiki penulisan abstrak.	Penambahan LB sebelum tujuan LTA	ACC

Depok, 3 Juli 2026
Dosen Pembimbing

Dini Ayuning Ratri Sukimin, S.Sy., M.Ak.
NIP. 199208092022032012

Note: Dosen memberikan tanda tangan setelah mahasiswa menyelesaikan revisi



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 5. Lembar Revisi Sidang TA – Dosen Penguji



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI,

SAINS, DAN TEKNOLOGI

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

JURUSAN AKUNTANSI

Jl. Prof. Dr. G. A. Siwabessy, Kampus UI, Depok, 16425
 Telepon (021) 7863534, 7864827, 786426, 7270042, 7270035
 Fax (021) 7270034, (021) 7270036 Hunting
 Laman: <http://www.pnj.ac.id> e-pos: humas@pnj.ac.id

LEMBAR REVISI SIDANG TUGAS AKHIR – PENGUJI

1. Nama Mahasiswa : Desinta Dwi Mulyaningtias
2. NIM : 2304321035
3. Program Studi : D3 Keuangan dan Perbankan
4. Judul Tugas Akhir : Penerapan Strategi Bauran Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Merchant QRIS Pada Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Sudirman Semanggi
5. Dosen Pembimbing : Heti Suryani Fitri, S.ST., M.M.

No.	Revisi	Hasil Revisi	Keterangan
1.	Penulisan Bab ① + Bab I	Sudah diperbaiki	Acc
2.	Sumber Tabel kiri, berkolom ditambah	Sudah diperbaiki	Acc
3.	Tambahkan teori terkait macam-macam ^{macam-macam} jenis-jenis ^{jenis-jenis} public relation dan bahas di bab 4. yg sudah dilaksanakan Btl seperti mp	Sudah ditambahkan	Acc
4.	Hal parisi dikasah margin 3	Sudah diperbaiki	Acc
5.	SARAN konstruktif.	Sudah diperbaiki	Acc

Depok, 3 Juli 2026
 Dosen Pembimbing

Heti Suryani Fitri, S.ST., M.M.
 NIP. 199004252024062002

Note: Dosen memberikan tanda tangan setelah mahasiswa menyelesaikan revisi



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 6. Surat Pernyataan *Generative AI*

SURAT PERNYATAAN PENGGUNAAN *GENERATIVE AI* DALAM TUGAS AKHIR

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Desinta Dwi Mulyaningtias
 NIM : 2304321035
 Program Studi : D3 Keuangan dan Perbankan
 Judul Tugas Akhir : Penerapan Strategi Bauran Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Merchant QRIS Pada Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Sudirman Semanggi

Menyatakan dengan sebenarnya terkait penggunaan alat *Generative AI* (seperti ChatGPT, Gemini, Claude, dll) dalam penyusunan tugas ini:

A. Status Penggunaan (Pilih salah satu):

- ☐ **Tidak Menggunakan AI:** Saya tidak menggunakan alat AI generatif dalam bagian mana pun dari tugas ini.
- ☒ **Menggunakan AI secara Terbatas:** Saya menggunakan AI hanya untuk tujuan pendukung (seperti perbaikan tata bahasa, pencarian ide, atau struktur outline).
- ☐ **Menggunakan AI secara Signifikan:** Saya menggunakan AI untuk menghasilkan sebagian konten dengan verifikasi dan pengolahan kembali oleh saya sendiri.

B. Rincian Penggunaan:

Artificial Intelligence Disclosure (AID) Statement:

Artificial Intelligence Tool: ChatGPT-5.5 dan Perplexity AI [*Conceptualization*]: ChatGPT digunakan untuk membantu mengembangkan kerangka pemikiran dan menyusun alur pembahasan pada bab 4. Perplexity AI digunakan untuk membantu mencari sumber referensi literatur terkait strategi promosi QRIS; [*Writing-Review & Editing*]: ChatGPT digunakan untuk merevisi tata bahasa dan perbaikan struktur kalimat agar lebih sistematis dan mudah dipahami; [*Human Verifications*]: Seluruh hasil penggunaan AI telah saya tinjau, sesuaikan dan verifikasi kembali berdasarkan literatur, wawancara dengan pihak perusahaan serta pemahaman saya secara mandiri.

C. Pernyataan Integritas: Saya menyadari bahwa penggunaan AI tanpa deklarasi yang jujur atau penggunaan AI untuk menggantikan proses berpikir kritis saya sepenuhnya dapat dikategorikan sebagai tindakan pelanggaran etika akademik/plagiarisme. Saya bertanggung jawab penuh atas seluruh isi tugas ini.

Depok, 17 Juni 2026

Mahasiswa,

Desinta Dwi Mulyaningtias



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 7. Pedoman Wawancara

PEDOMAN WAWANCARA

Judul Penelitian:

“Penerapan Strategi Bauran Promosi dalam Meningkatkan Jumlah *Merchant* QRIS pada Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Sudirman Semanggi”

Pertanyaan:

1. Apa saja keuntungan dari penggunaan QRIS BRI?
2. Berapa target akuisisi merchant QRIS setiap bulannya?
3. Apakah target tersebut umumnya tercapai?
4. Apa saja media yang digunakan untuk mempromosikan QRIS kepada calon merchant?
5. Seberapa efektif media iklan dalam menarik minat calon merchant menggunakan QRIS BRI?
6. Apa saja program promosi yang diberikan BRI untuk menarik merchant menggunakan QRIS?
7. Bagaimana tanggapan merchant terhadap program promosi yang diberikan oleh BRI?
8. Seberapa efektif program promosi dilakukan dalam menarik minat calon merchant menggunakan QRIS BRI?
9. Bagaimana proses penawaran QRIS dilakukan secara langsung oleh pihak RMFT/UB?
10. Informasi apa saja yang disampaikan saat menawarkan QRIS BRI ke calon merchant?
11. Bagaimana respon dari calon merchant terhadap penawaran QRIS BRI?
12. Seberapa efektif kunjungan langsung yang dilakukan oleh RMFT dalam menarik minat calon merchant menggunakan QRIS BRI?
13. Kegiatan apa saja yang diselenggarakan atau disponsori oleh BRI KC Sudirman Semanggi untuk mempromosikan QRIS kepada masyarakat atau calon merchant?
14. Bagaimana efektivitas penyelenggaraan kegiatan masyarakat dalam menarik minat calon merchant?

(Lanjutan)

15. Apa media yang digunakan untuk menghubungi atau menawarkan QRIS secara langsung kepada calon merchant?
16. Seberapa efektif penggunaan media komunikasi langsung dalam memperoleh merchant baru?
17. Dari berbagai kegiatan promosi yang dilakukan, strategi promosi mana yang dinilai paling efektif untuk meningkatkan jumlah merchant QRIS?
18. Apa saja kendala yang dihadapi saat proses promosi ke calon merchant?
19. Upaya yang dilakukan untuk mengatasi kendala saat proses promosi ke calon merchant?
20. Apakah terdapat kendala dalam penggunaan QRIS yang pernah dirasakan oleh merchant?

Keterangan: Daftar pertanyaan di atas merupakan pertanyaan pokok yang dapat dikembangkan lebih lanjut sesuai kondisi dan jawaban informan saat wawancara berlangsung.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

(Lanjutan)



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

TRANSKIP REKAMAN WAWANCARA

Nama Informan : Bambang Cahyono
 Jabatan : RMFT
 Tanggal : 27 April 2026

	Materi Wawancara
Peneliti	Bagaimana produk layanan QRIS BRI?
Informan 1	QRIS itu terbagi menjadi dua jenis utama, yaitu QRIS Dinamis dan QRIS Statis. QRIS Dinamis itu yang ada di mesin EDC nominalnya muncul otomatis dari mesin tersebut. Perbedaan lainnya itu ada di MDR nya (Merchant Discount Rate). Untuk yang dinamis, MDR nya sebesar 0,7%. Jadi kalau transaksinya 100 ribu, potongannya 70 perak, dan yang masuk ke rekening merchant itu sekitar Rp99.930. Kalau yang statis itu yang bentuknya stiker, di mana pembeli sendiri yang menulis nominalnya. MDRnya tergantung kategori pendaftaran oleh RMFT. Ada kategori UMI (Ultra Mikro) untuk transaksi sampai Rp500.000 itu tidak ada potongan MDR sama sekali alias 0%. Tapi kalau di atas itu, atau untuk kategori mikro dan retail, MDRnya berkisar antara 0,3% sampai 0,5%. Kami biasanya pakai UMI buat pedagang kecil, seperti tukang bakso, karena kasihan kalau masih dipotong lagi untuk MDR.
Peneliti	Apa keunggulan QRIS BRI dibanding kompetitor lain?
Informan 1	Pertama, kita punya aplikasi BRI Merchant yang gratis di Play Store untuk kontrol transaksi. Keunggulan lainnya, aplikasi ini bisa mengeluarkan suara notifikasi saat uang masuk, mirip seperti GoPay tapi ini gratis tanpa perlu biaya alat tambahan. Untuk pencairan dananya sendiri biasanya H+1.
Peneliti	Untuk pemasarannya sendiri, apakah BRI KC SS memakai brosur atau iklan di media sosial pak?
Informan 1	Pemasaran produk perbankan itu beda dengan barang konsumsi seperti Coca-Cola. Kita lebih <i>segmented</i> kepada orang yang butuh, yaitu pedagang. Jadi, kita tidak perlu bikin brosur atau iklan medsos untuk akuisisi merchant di zona kerja. Strategi utamanya adalah <i>door to door</i> . Kalau saya posting di media sosial, itu tujuannya lebih ke <i>branding</i> BRI secara umum dan mengedukasi pengguna Brimo, bukan target akuisisi di zona khusus.
Peneliti	Bagaimana proses penawaran QRIS secara langsung ke calon merchant?

(Lanjutan)



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Informan 1	1. RMFT datang langsung ke pedagang di zona wilayah kerjanya, disesuaikan dengan Pipeline yang telah submit ke manajemen BO. 2. RMFT bertanya ke pedagang apakah sudah menerapkan pembayaran Cashless di toko nya. 3. Apabila sudah menjalankan Cashless payment maka RMFT memberikan penawaran penggunaan Qris Statis BRI. 4. Apabila sudah ada Qris Statis milik bank lain atau dari gopay/shopee maka RMFT menyampaikan keunggulan manfaat toko yg menggunakan Qris Statis BRI. 5. Apabila toko menolak maka RMFT menjadwalkan kembali menyapa toko tersebut 1 Minggu lagi utk penawaran hal yang sama. 6. RMFT juga bisa melakukan pendekatan kepada ketua paguyuban pedagang, pemilik sentra kuliner, atau sentra sentra pedagang lainnya di wilayah zona kerjanya utk membantu pemasaran Qris Statis, misal dengan memberikan fasilitas sponsorship ke paguyuban/sentra kuliner tersebut.
Peneliti	Bagaimana kalau ada calon nasabah yang menolak, pak? Misalnya sudah didatangi berkali-kali tapi tetap tidak mau menggunakan QRIS BRI?
Informan 1	Saya pernah menghadapi calon merchant yang menolak beberapa kali karena menganggap pembayaran tunai masih lebih dominan atau karena sudah menggunakan QRIS dari penyelenggara lain. Namun, kami tetap memberikan edukasi mengenai manfaat QRIS BRI, seperti kemudahan pencairan dana ke rekening BRI dan dukungan layanan dari pihak bank. Jika belum berhasil melakukan akuisisi, merchant tersebut tetap kami jadikan pipeline dan akan kami follow up kembali pada kesempatan berikutnya.
Peneliti	Seberapa efektif kunjungan langsung ini dibandingkan cara lain? Dan bagaimana respon calon merchant biasanya?
Informan 1	Sangat efektif karena kita jadi cepat tahu mereka mau atau tidak, peluangnya lebih gede. Responnya beragam; ada yang langsung mau, tapi banyak juga yang menolak karena sudah punya EDC bank lain.
Peneliti	Apakah ada pesan broadcast atau email langsung ke calon merchant pak untuk menawarkan QRIS?
Informan 1	Kita tidak pakai BC atau email seperti itu mba
Peneliti	Bagaimana dengan program promosi? Apa ada program khusus dari BRI untuk menarik minat mereka?
Informan 1	Mengadakan racing sales volume Qris Statis ke pedagang di zona wilayah kerjanya RMFT, dengan hadiah yang telah disetujui manajemen BO dan RO.
Peneliti	Apakah BRI KC Sudirman Semanggi juga mengadakan kegiatan atau sponsor tertentu untuk promosi?
Informan 1	Tentu. Kita rutin mensponsori kegiatan masyarakat seperti Bazaar Ramadhan (Bazaar Benhil) tiap tahun. Ada juga

(Lanjutan)

	event besar seperti UMKM Expo atau Brilian Fashion Festival (BFF). BRI hadir di sana memberikan sponsor, seperti tenda atau seragam, tujuannya agar BRI menguasai ekosistem pembayaran di wilayah tersebut dan memperkuat <i>branding</i> bahwa BRI bisa buat QRIS.
Peneliti	Kalau bicara target pak, biasanya berapa target akuisisi merchant yang harus dicapai setiap bulannya? Dan apakah biasanya target itu tercapai?
Informan 1	Target nya sendiri setiap bulan itu 75 merchant baru. Kalau lagi banyak kerjasama event itu tercapai bahkan lebih karena banyak daftarin merchant baru kan. Tapi kadang juga belum tercapai karena saat ini bener-bener udah susah banget cari merchant baru yang belum punya QRIS sama sekali rata-rata udah pada pake dari GOPAY.
Peneliti	Selain kendala nya di kompetitor apakah ada lagi pak kendala lainnya?
Informan 1	Selain kompetitor, kendala lainnya itu masih ada merchant yang kurang paham teknologi digital jadi perlu dijelaskan secara bertahap mengenai penggunaan QRIS. Kemudian, media promosi yang kami gunakan juga masih terbatas. Promosi lebih banyak dilakukan melalui WhatsApp, Instagram, dan kunjungan langsung, sehingga jangkauan promosi kepada calon merchant belum bisa seluas yang diharapkan.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

(Lanjutan)



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

TRANSKIP REKAMAN WAWANCARA

Nama Informan : Ahmad Revy Fachreza
 Jabatan : UB
 Tanggal : 20 April 2026

	Materi Wawancara
Peneliti	Apakah UB turut memperkenalkan atau menawarkan QRIS kepada nasabah yang datang ke kantor cabang?
Informan 2	Iya UB turut memperkenalkan dan menawarkan QRIS kepada nasabah yang datang ke kantor cabang, terutama nasabah yang memiliki usaha dan berpotensi menjadi merchant QRIS.
Peneliti	Bagaimana proses penawaran QRIS kepada nasabah mas?
Informan 2	Kita menawarkan QRIS kepada nasabah yang memiliki usaha atau berdagang. Biasanya kita tanya lebih dulu apakah usahanya sudah menggunakan QRIS atau belum. Jika belum, kita akan menjelaskan layanan QRIS BRI beserta manfaat dan keuntungannya. Apabila nasabah berminat, kita bisa minta nomor kontakanya untuk diteruskan kepada RMFT atau langsung minta dokumen persyaratan agar proses pendaftaran dapat segera dilakukan.
Peneliti	Apakah UB menggunakan media promosi tertentu saat menjelaskan QRIS kepada calon merchant?
Informan 2	Engga pake media. Biasanya kita hanya menjelaskan secara langsung kepada nasabah. Kita tidak menggunakan media promosi seperti poster atau brosur saat menawarkan QRIS.
Peneliti	Bagaimana prosedur yang dilakukan UB dalam membantu pendaftaran QRIS?
Informan 2	Prosedurnya hampir sama seperti yang dilakukan RMFT, yaitu mengumpulkan dokumen persyaratan dari calon merchant dan memasukkan data pendaftaran melalui web MMS.
Peneliti	Apakah UB bekerja sama dengan RMFT dalam proses akuisisi merchant QRIS?
Informan 2	Kami bekerja sama dengan RMFT. Apabila diperlukan tindak lanjut terkait proses akuisisi merchant QRIS, maka calon merchant akan kami koordinasikan kepada RMFT untuk melanjutkan proses akuisisi dan pendaftarannya.