

Implementasi Marketing Mix (7P) dalam Promosi QRIS pada Instagram Bank Indonesia = Implementation of Marketing Mix (7P) in QRIS Promotion on Instagram Bank Indonesia

Kautsar Mirza Ahmadi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920516128&lokasi=lokal>

Abstrak

Tingginya persaingan QR payment antar dompet digital dan bank digital dengan jumlah pengguna yang besar mendorong Bank Indonesia untuk meluncurkan QRIS. Dalam rangka menjangkau pengguna QRIS dengan luas, dibutuhkan strategi pemasaran untuk promosi, salah satunya marketing mix. Penelitian ini telah menganalisis implementasi marketing mix 7P (product, price, place, promotion, people, process dan physical evidence) pada Bank Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah menggambarkan penerapan strategi 7P dalam promosi QRIS pada media sosial Instagram resmi Bank Indonesia. Metode yang digunakan adalah content media analysis untuk menganalisis isi konten media promosi Instagram resmi Bank Indonesia. Temuan menunjukkan bahwa Bank Indonesia sudah mengimplementasikan ketujuh elemen marketing mix, dengan mengutamakan elemen product.

.....The high competition for QR payments between digital wallets and digital banks with a large number of users prompted Bank Indonesia to launch QRIS. In order to reach QRIS users broadly, a marketing strategy is needed for promotion, one of which is the marketing mix. This study has analyzed the implementation of the 7P marketing mix (product, price, place, promotion, people, process and physical evidence) at Bank Indonesia. The purpose of this study is to describe the implementation of the 7P strategy in the promotion of QRIS on Bank Indonesia's official Instagram social media. The method used is content media analysis to analyze the content of the official Instagram promotional media content of Bank Indonesia. The findings show that Bank Indonesia has implemented the seven elements of the marketing mix, by prioritizing the product element.