

**PERSEPSI UMKM TERHADAP *BRAND AWARENESS* BANK BJB KANTOR
CABANG SURAKARTA**



**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat-Syarat Guna
Memperoleh Gelar Ahli Madya Pada Program Studi Diploma III
Keuangan dan Perbankan**

Oleh:

Emanuela Areta Indrasari

F3616018

PROGAM STUDI DIPLOMA III KEUANGAN DAN PERBANKAN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS SEBELAS MARET

SURAKARTA

2019

ABSTRAK**PERSEPSI UMKM TERHADAP *BRAND AWARENESS* BANK BJB KOTA SURAKARTA****EMANUELA ARETA INDRASARI****F3616018**

Perkembangan perbankan yang terus meningkat tiap tahunnya mengakibatkan adanya persaingan yang ketat antar bank dalam menarik minat masyarakat untuk menggunakan produk yang ditawarkan. Untuk menarik minat nasabah tersebut diperlukan strategi yang tepat, setiap bank perlu mempunyai brand yang melekat dihati masyarakat. Untuk itu setiap bank perlu membangun *brand awareness* kepada masyarakat. *Brand awareness* berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan masyarakat. Jika tingkat *brand awareness* tinggi akan meningkatkan kepercayaan masyarakat untuk menggunakan suatu produk. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana persepsi *Brand Awareness* UMKM terhadap Bank BJB Kantor Cabang Surakarta, dan strategi yang diambil pihak Bank BJB Kantor Cabang Surakarta dalam meningkatkan *brand awareness*.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari jawaban responden mengenai persepsi *brand awareness* Bank BJB Kantor Cabang Surakarta dan wawancara langsung dengan pihak Bank BJB Kantor Cabang Surakarta. Data sekunder diperoleh dari buku dan sumber lainnya. Hasil pengumpulan data tersebut disajikan dalam bentuk tabel dan diagram.

Berdasarkan kuisioner terhadap 50 responden menunjukkan bahwa kebanyakan responden berjenis kelamin laki – laki sebesar 66%, responden dengan tingkat pendidikan terakhir SMA sebesar 38%, responden berusia 30 – 37 tahun sebesar 24%, responden dengan jenis pekerjaan wiraswasta sebesar 74%, responden pelaku industri kreatif subsektor Kuliner sebesar 18%, dan responden yang pernah menggunakan layanan perbankan sebesar 90%. Tanggapan responden terhadap analisis *Brand Awareness* pada tingkat *Top of Mind* sebesar 2%, tingkat *Brand Recall* sebesar 2%, tingkat *Brand Recognition* sebesar 18%, dan tingkat *Unaware of Brand* sebesar 72%.

Kata Kunci : Industri Kreatif, *Brand awareness*, Bank BJB KC Surakarta

ABSTRACT**PERCEPTION UMKM OF BRAND AWARENESS BJB BANK SURAKARTA****EMANUELA ARETA INDRASARI****F3616018**

The development of banking which continues to increase each year results in intense competition between banks in attracting the public to use the products offered. To attract customers' interest, the right strategy is needed, each bank needs to have a brand that is inherent in the community. For this reason, each bank needs to build brand awareness for the community. Brand awareness affects the level of public trust. If the level of high brand awareness will increase public confidence in using a product. The purpose of this study was to find out how the perception of MSME Brand Awareness on BJB Bank Surakarta Branch Office, and strategies taken by the Bank BJB Surakarta Branch Office in increasing brand awareness.

The analytical method used in this study is descriptive analysis. The data used are primary and secondary data. Primary data obtained from respondents' answers regarding perceptions of brand awareness Bank BJB Surakarta Branch Office and direct interviews with Bank BJB Surakarta Branch Office. Secondary data is obtained from books and other sources. The results of data collection are presented in the form of tables and diagrams.

Based on questionnaires on 50 respondents, it was shown that most respondents were male by 66%, respondents with the last education level of senior high school were 38%, respondents aged 30-37 years were 24%, respondents with entrepreneurial jobs were 74%, respondents were industry players creative Culinary subsector by 18%, and respondents who have used banking services amounted to 90%. Respondents' response to Brand Awareness analysis at the Top of Mind level was 2%, Brand Recall level was 2%, Brand Recognition rate was 18%, and the Unaware of Brand rate was 72%.

Keywords: Creative Industry, Brand awareness, Bank BJB KC Surakarta

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas akhir dengan judul ;

PERSEPSI UMKM TERHADAP *BRAND AWARENESS* BANK BJB KANTOR CABANG SURAKARTA

Disusun oleh :

Nama : Emanuela Areta Indrasari

NIM : F3616018

Disetujui oleh Dosen Pembimbing untuk diujikan dihadapan Penguji Tugas Akhir
Program Studi Diploma III Keuangan dan Perbankan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Surakarta, Mei 2019

Diterima dan disetujui oleh

Pembimbing



Johadi, SE., Msc

NIP : 1980091420151201

HALAMAN PENGESAHAN**PERSEPSI UMKM TERHADAP *BRAND AWARENESS* BANK BJB KANTOR
CABANG SURAKARTA**

Disjukan Oleh :

Emanuela Areta Indrasari

F3616018

Telah disahkan oleh Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi Diploma III Keuangan
dan Perbankan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Tim Penguji Tugas Akhir

Tim Penguji Tugas Akhir

1. Muhammad Yusuf Indra Purnama S.E., M.Rech
NIP. 1982110320130201

(.....)

2. Johadi, S.E., M.Sc
NIP. 1980091420151201

(.....)

Disahkan oleh

Kepala Program Studi Keuangan dan
PerbankanLely Ratumanan S.E., M.Sc

NIP. 1983072220130201

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta :

Nama : EMANUELA ARETA INDRASARI
NIM : F3616018
Program Studi : KEUANGAN DAN PERBANKAN
Judul Tugas Akhir (TA) : PERSEPSI UMKM TERHADAP *BRAND*
AWARENESS BANK BJB KANTOR CABANG
SURAKARTA

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa Tugas Akhir yang saya buat ini benar – benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan hasil jiplakan / salinan/ sanduran dari karya orang lain.

Apabila ternyata dikemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa penarikan ijazah dan pencabutan gelar akademik.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar – benarnya

Surakarta, Mei 2019

Mahasiswa



EMANUELA ARETA INDRASARI

NIM : F3616018

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Lakukan yang terbaik dan serahkan semua pada Tuhan

(Penulis)

Hari kemarin telah berlalu, besok belum kunjung tiba, yang ada hanya hari ini, maka
mari kita mulai

(Bunda Teresa)

Jika salah perbaiki, Jika gagal coba lagi, Tapi jika kamu menyerah semuanya selesai

(Mario Teguh)

Tugas akhir ini saya persembahkan kepada

- Kedua orang tua yang senantiasa memberikan dukungan
- Teman – teman seperjuangan D3 Keuangan dan Perbankan FEB UNS
- Dan untuk almamater tercinta

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis haturkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena dengan segala berkat dan karunia-Nya, saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “PERSEPSI *BRAND AWARENESS* UMKM TERHADAP BANK BJB KANTOR CABANG SURAKARTA”. Penulisan Tugas Akhir ini tidak dapat terselesaikan dengan baik tanpa adanya bimbingan dan pendampingan dari berbagai pihak. Meskipun dalam penulisannya penulis menghadapi masalah dan banyak kekurangan, namun karena semangat dan motivasi dari berbagai pihak, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada berbagai pihak yang secara langsung dan tidak langsung membantu sehingga tersusunnya tugas akhir ini:

1. Bapak Prof. Drs. Djoko Suhardjanto, M.Com.(Hons)., Ph.,Ak.CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Ibu Lely Ratwianingsih S.E., M.Sc selaku Kepala Program Studi Diploma III Keuangan dan Perbankan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta.
3. Bapak Johadi, S.E.,M.Sc selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu dan pemikirannya untuk memberikan pengarahan dan bimbingan dalam penulisan Tugas Akhir ini.
4. Ibu Nurul Istiqomah SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu membantu kelancaran aktivitas perkuliahan 3 tahun ini.

5. Bapak Sugeng Budiarto SE. selaku pendamping Institusi Mitra di Kantor Cabang PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten, Tbk Surakarta yang telah berkenan memberikan ijin kegiatan magang untuk penulisan Tugas Akhir ini dan memberikan bimbingan selama kegiatan magang.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis khusus pada Dosen Program Studi Keuangan dan Perbankan yang telah memberikan banyak pengetahuan.
7. Semua pegawai PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten, Tbk yang memberikan bimbingan serta membantu penulis mengumpulkan data selama kegiatan magang untuk menulis tugas akhir ini.
8. Ibu, Bapak, dan keluarga yang tidak henti memberikan dukungan berupa doa, kasih sayang maupun materil kepada penulis.
9. Seluruh teman-teman Program Studi D3 Keuangan dan Perbankan yang telah menemani saya 3 tahun ini.
10. Semua pihak yang telah membantu doa dan semangat kepada penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan tugas akhir ini sehingga penulis menerima kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak untuk menyempurnakan tugas akhir ini.

Surakarta, Juni 2019

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
SURAT PERNYATAAN	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii - ix
DAFTAR ISI	x - xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1 -5
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6 -7
E. Metode Penelitian	
1. Lokasi Magang	7
2. Ruang Lingkup Penelitian	7
3. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	8
4. Sumber Data	9
5. Metode Pengumpulan Data	9 – 10
6. Teknik Analisis Data	10 – 11
BAB II STUDI PUSTAKA	
A. Bank	
1. Pengertian Bank	12
2. Asas, Fungsi dan Tujuan Perbankan Indonesia	13

3. Fungsi Khusus Bank	13 - 14
4. Jenis Bank	14 - 16
B. Strategi Pemasaran	
1. Pengertian Pemasaran	17
2. Pengertian Strategi Pemasaran	17 - 18
3. Unsur – Unsur Strategi Pemasaran	18 - 19
C. Merek	
1. Pengertian Merek	20
2. Fungsi Merek	20 - 21
D. Keputusan Pembelian	
1. Pengertian Keputusan Pembelian	21
2. Tahapan Pengambilan Keputusan Konsumen	21 - 22
E. Kesadaran Merek	
1. Pengertian Kesadaran Merek	23
2. Bagian <i>Brand Awareness</i>	24
3. Konsep Kesadaran Pengenalan Merek	24
4. Pengukuran Kesadaran Merek	25 - 26
F. UMKM	
1. Pengertian UMKM	27
2. Kriteria UMKM	28
G. Industri Kreatif	
1. Pengertian Industri Kreatif	28 - 29
2. Ciri – Ciri Industri Kreatif	29
3. Subsektor Industri Kreatif	29 - 33

BAB III PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan	
1. Sejarah Perusahaan	34 - 35
2. Visi, Misi, dan Motto	36
3. Budaya Perusahaan	37
4. Struktur Organisasi	38
5. <i>Job Description</i>	39 - 41
B. Pembahasan Masalah	
1. Analisis Profil Responden	42 - 56
2. Analisis Deskriptif Kesadaran Merek	56 - 62
3. Strategi BJB Surakarta Meningkatkan <i>Brand Awareness</i>	63 - 65

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan	66
B. Saran	67 - 68

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

1.1 Tabel Distribusi PDRB Menurut Lapangan Usaha	4
2.1 Tabel Asas, Fungsi, dan Tujuan Perbankan Indonesia.....	13
2.2 Tabel Pengertian UMKM	27
2.3 Tabel Kriteria UMKM	28
3.1 Tabel Budaya Perusahaan	37
3.2 Tabel Jumlah Kelurahan Tiap Kecamatan	42
3.3 Tabel Jumlah Responden Tiap Kecamatan	44
3.4 Tabel Jenis Kelamin	45
3.5 Tabel Tingkat Pendidikan	46
3.6 Tabel Tingkat Usia	48
3.7 Tabel Jenis Pekerjaan	50
3.8 Tabel Subsektor Industri Kreatif	52
3.9 Tabel Penggunaan Layanan Perbankan	55
3.10 Tabel Analisis <i>Top of Mind</i>	56
3.11 Tabel Analisis <i>Brand Recall</i>	58
3.12 Tabel Analisis <i>Brand Recognition</i>	59
3.13 Tabel Sumber Media atau Informasi	61

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR GAMBAR

1.1 Gambar Tingkatan <i>Brand Awareness</i>	2
3.1 Gambar Struktur Organisasi	38
3.2 Gambar Jumlah Kelurahan Tiap Kecamatan	43
3.3 Gambar Jumlah Responden Tiap Kecamatan	44
3.4 Gambar Jenis Kelamin	45
3.5 Gambar Tingkat Pendidikan	47
3.6 Gambar Tingkat Usia	48
3.7 Gambar Jenis Pekerjaan	50
3.8 Gambar Subsektor Industri Kreatif	53
3.9 Gambar Penggunaan Layanan Perbankan	55
3.10 Gambar Analisis <i>Top of Mind</i>	57
3.11 Gambar Analisis <i>Brand Recall</i>	58
3.12 Gambar Analisis <i>Brand Recognition</i>	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Konfirmasi Penerimaan Izin Magang

Lampiran 2. Lembar Monitoring Dosen Pembimbing Magang

Lampiran 3. Daftar Hadir Magang

Lampiran 4. Kegiatan Harian Magang

Lampiran 5. Penilaian Magang

Lampiran 6. Kuisioner

Lampiran 7. Hasil Wawancara

Lampiran 8. Kegiatan Magang

