



**AKTIVITAS BAURAN KOMUNIKASI PEMASARAN PROGRAM KREDIT
USAHA RAKYAT MIKRO BRI DALAM MENINGKATKAN
AWARENESS DAN MENDAPATKAN NASABAH
DI MASA PANDEMI**

**(Studi deskriptif kualitatif pada Bank BRI cabang Unit Sooko
tahun 2021)**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1
(S-1) Komunikasi Bidang Studi Komunikasi Pemasaran dan Periklanan

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun Oleh :

Erlin Dewi Astari

44318110064

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA
2023**

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Erlin Dewi Astari
NIM : 44318110064
Program Studi : Marcomm & Advertising
Judul Laporan Skripsi :Aktivitas Bauran Komunikasi
Pemasaran Program Kredit Usaha Rakyat Mikro BRI Dalam
Meningkatkan Awareness dan Mendapatkan Nasabah Di Masa
Pandemi

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 10 Maret 2023


(Erlin Dewi Astari)

HALAMAN PENGESAHAN I PEMBIMBING

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Erlin Dewi Astari
NIM : 44318110064
Program Studi : Marcomm&Advertising
Judul Laporan Skripsi : Aktivitas Bauran Komunikasi Pemasaran
Program Kredit Usaha Rakyat Mikro BRI Dalam Meningkatkan
Awareness dan Mendapatkan Nasabah Di Masa Pandemi

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Riki Arswendi M.Ikom ()
NIDN : 0316088503
Ketua Penguji : Dewi Sad Tanti M.Ikom ()
NIDN : 0726067701
Penguji Ahli : Engga Probi Endri M.A ()
NIDN : 0317089402

Jakarta, 11 Maret 2023

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan segala berkat rahmat dan hidayat sehingga penulis mendapatkan kemudahan dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini dengan judul “AKTIVITAS BAURAN KOMUNIKASI PEMASARAN PROGRAM KREDIT USAHA RAKYAT MIKRO BRI DALAM MENINGKATKAN *AWARENESS* DAN MENDAPATKAN NASABAH DI MASA PANDEMI”. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi Marketing & Pemasaran.

Selama proses penyusunan skripsi ini tentunya peneliti mengalami adanya kesalahan karena kekurangan akibat keterbatasan pengalaman serta pengetahuan yang dimiliki. Maka penulis haturkan Puji Syukur yang pertama kepada Allah Yang Maha Esa telah mencurahkan anugerahnya dan juga menyampaikan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Riki Arswendi M.Ikom selaku Dosen Pembimbing yang telah dengan segenap hati membantu Penulis serta dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Ibu Dewi Sad Tanti M.Ikom selaku Dosen Ketua Sidang
3. Bapak Engga Probi Endri M.A selaku Dosen Ahli Penguji
4. Bapak Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
5. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
6. Orang Tua tercinta Ibu Yunanti Heri Purwitarini dan Alm. Bapak Subiyono yang telah banyak memberikan doa serta dukungan.
7. Kakak tercinta Indra Suwandita yang telah mengarahkan saya untuk melanjutkan pendidikan agar meraih gelar sarjana.
8. Partner saya Perdana Arief Riswanta yang telah membantu saya dalam

menuangkan ide, pengetahuan, tenaga dan dukungannya agar saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.

9. PT. Bank BRI Unit Sooko yang memberikan kontribusi besar kepada penulis dalam menyelesaikan Penelitian Tugas Akhir.
10. Semua pihak yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT mencurahkan limpahan rahmat dan mendapatkan balasan yang berlipat lipatan kepada semua orang yang telah membantu. Kepada semua pihak terkait tiada imbalan yang layak disampaikan, hanya iringan doa dan semoga kebaikannya dibalas dengan yang lebih baik dan Allah SWT memuliakan kita semua melalui rahmat, petunjuk, dan pertolongan-Nya. Semoga skripsi ini dapat membawa manfaat bagi pembaca dan semua pihak yang berkepentingan. Aamiin YRA.



Jakarta, 10 Februari 2023



Erlin Dewi Astari

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Erlin Dewi Astari
NIM : 44318110064
Program Studi : Marcomm & Advertising
Judul Laporan Skripsi : Aktivitas Bauran Komunikasi
Pemasaran Program Kredit Usaha Rakyat Mikro BRI Dalam
Meningkatkan Awareness dan Mendapatkan Nasabah Di Masa Pandemi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 10 Maret 2023
Yang menyatakan,



(Erlin Dewi Astari)

ABSTRAK

Nama : Erlin Dewi Astari
NIM : 44318110064
Program Studi : Marcomm & Advertising
Judul Laporan Skripsi : Aktivitas Bauran Komunikasi Pemasaran Program Kredit Usaha Rakyat Mikro BRI Dalam Meningkatkan *Awareness* dan Mendapatkan Nasabah Di Masa Pandemi
Pembimbing : Riki Arswendi M.Ikom

Pandemi covid-19 memberikan dampak yang besar ke seluruh aspek kehidupan manusia termasuk ke segala sektor usaha. Dengan adanya pencegahan wabah di lakukan penerapan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) oleh pemerintah. Dengan adanya PPKM maka keterbatasan aktivitas perusahaan dalam melakukan promosi penjualan.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui aktivitas bauran komunikasi pemasaran yang dilaksanakan oleh PT. Bank BRI Unit Sooko dalam meningkatkan *awareness* dan mendapatkan nasabah dimasa pandemi periode juli-oktober 2021.

Penelitian ini menggunakan teori komunikasi pemasaran, strategi bauran pemasaran terdiri dari *product, price, place, promotion, people, physical evidence* dan *process* yang dikenal dengan istilah 7P serta teori bauran pemasaran di dalamnya terdapat elemen penting yaitu *segmenting, targeting* dan *positioning*. Penelitian ini menggunakan paradigm post-positivisme, metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Subjek penelitiannya adalah PT. Bank BRI (persero), Tbk. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini adalah Pemerintah melalui BRI melakukan bantuan penyaluran Kredit Usaha Rakyat (KUR) dengan kebijakan PPKM Mikro untuk mendorong pemulihan ekonomi akibat pandemi. Penerapan berbagai strategi komunikasi pemasaran telah dilakukan. Selanjutnya didapatkan pula hasil terkait *awareness* BRI Unit Sooko pada tingkatan *Top Of Mind* karena BRI tidak hanya fokus pada penyaluran namun memiliki strategi untuk menjaga kualitas KUR.

Kata Kunci : Bauran Komunikasi Pemasaran, KUR BRI, *awareness*

ABSTRACT

Name : Erlin Dewi Astari
NIM : 44318110064
Study Program : *Marcomm & Advertising*
Title of Thesis Report : *Marketing Communication Mix Activities BRI Micro People's Business Credit Program in Increasing Awareness and Getting Customers During a Pandemic*
Advisor : Riki Arswendi M.Ikom

The Covid-19 pandemic has had a major impact on all aspects of human life, including all business sectors. With the prevention of outbreaks, the government implemented the Implementation of Restricting Community Activities (PPKM). With the existence of PPKM, the company's activities are limited in conducting sales promotions.

The purpose of this study was to determine the marketing communication mix activities carried out by PT. Bank BRI Sooko Unit in increasing awareness and getting customers during the pandemic period July-October 2021.

This study uses marketing communication theory, the marketing mix strategy consists of product, price, place, promotion, people, physical evidence and process known as the 7P's and marketing mix theory in which there are important elements, namely segmenting, targeting and positioning. This study uses a post-positivism paradigm, the method used is descriptive qualitative with a case study approach. The research subject is PT. Bank BRI (Persero), Tbk. Data obtained through in-depth interviews, observation and documentation.

The results of this study are that the Government through BRI is providing assistance in the distribution of People's Business Credit (KUR) with the PPKM Micro policy to encourage economic recovery due to the pandemic. Implementation of various marketing communication strategies has been carried out. Furthermore, results were obtained related to awareness of the BRI Sooko Unit at the Top Of Mind level because BRI does not only focus on distribution but has a strategy to maintain KUR quality.

Keywords: *Marketing Communication Mix, KUR BRI, awareness*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Fokus Penelitian	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Kajian Teori	16
2.3 Komunikasi Pemasaran	16
2.3.1 Tujuan Komunikasi Pemasaran	17
2.4 Bauran Komunikasi Pemasaran	18
2.4.1 Segmenting, Targeting dan Positioning (STP)	26
2.4.2 Brand Awareness	30
2.4.3 Tingkatan Brand Awareness	31
2.5 Nasabah	32
2.5.1 Prinsip Mengenal Nasabah	33
2.6 Jasa Perbankan	34
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	36
3.1 Paradigma Penelitian.....	36
3.2 Metode Penelitian.....	37
3.3 Subjek Penelitian.....	37
3.4 Teknik Pengumpulan Data	40

3.4.1 Data Primer	40
3.4.2 Data Sekunder	41
3.5 Teknik Analisa Data	41
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	43
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	46
4.1.1 Profil Perusahaan.....	46
4.1.2 Visi dan Misi.....	47
4.1.3 Struktur Organisasi.....	48
4.1.4 Tugas dan Tanggung Jawab.....	49
4.1.5 Logo Perusahaan.....	50
4.1.6 Alamat Bank BRI Unit Sooko	51
4.2 Hasil Penelitian	51
4.2.1 Komunikasi Pemasaran	52
4.2.2 Bauran Komunikasi Pemasaran 7P	54
4.2.3 Komunikasi Pemasaran pada Bankk BRI Unit Sooko	70
4.2.4 Segmenting, Targeting dan Positioning (STP).....	70
4.2.5 Brand Awarenes	74
4.3 Pembahasan	77
4.3.1 Komunikasi Pemasaran	77
4.3.2 Bauran Komunikasi Pemasaran	78
4.3.3 Strategi Segmentation, Targeting, Positioning	83
4.3.4 Jasa Layanan KUR Mikro	87
4.3.5 Brand Awareness	88
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	90
5.1 Kesimpulan.....	90
5.2 Saran	91
5.2.1 Saran Akademis	92
5.2.2 Saran Praktis	92
DAFTAR PUSTAKA.....	94
DAFTAR LAMPIRAN	97
CV PENELITI	116

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Statistik Perbankan	3
Gambar 2.1 Piramida <i>Brand Awareness</i>	31
Gambar 3.1 Triangulasi sumber	45
Gambar 4.1 Sruktur Organisasi	48
Gambar 4.2 Logo BRI	51
Gambar 4.3 Brosur KUR Mikro	63
Gambar 4.4 Brosur Kebijakan PPKM	63
Gambar 4.5 Sales Promotion.....	64
Gambar 4.6 <i>Survey</i>	65
Gambar 4.7 Kegiatan sosial	66
Gambar 4.8 Komunikasi WA.....	67
Gambar 4.9 Aplikasi BRIspot	67
Gambar 4.10 Kuis.....	68
Gambar 4.11 Bazarr UMKM	70



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pekerjaan Utama dan Jenis Kelamin	4
Tabel 1.2 bank penyalur KUR.....	5
Tabel 1.3 Data Nasabah KUR Mikro 2020.....	6
Tabel 1.4 Data Nasabah KUR Mikro 2021	6
Tabel 2.1 Daftar Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3.1 Subjek Penelitian.....	39

