

**ANALISIS PROMOSI DAN AWARENESS PRODUK KUR PT.
BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) UNIT NUSANTARA
DEPOK**

***PROMOTION AND AWARENESS ANALYSIS OF KUR
PRODUCT PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) UNIT
NUSANTARA DEPOK***

**PUTI AYU APRIANTI SARI
8223097613**



**Karya Ilmiah ini disusun untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
mendapatkan Gelar Ahli Madya
Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI D-III MANAJEMEN PEMASARAN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2011**

ABSTRAK

PUTI AYU APRIANTI SARI 2012. 8223097613. Analisis Promosi dan Awareness Produk KUR PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Nusantara Depok. Program studi D III Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Karya ilmiah ini bertujuan untuk mengetahui tentang alat promosi produk KUR yang digunakan oleh BRI Nusantara Depok dan *awareness* nasabah terhadap produk KUR. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dengan metode pengumpulan data melalui studi pustaka dan survei. Dan teknik untuk pengumpulan data menggunakan kuesioner dan wawancara.

Dari hasil penulisan dapat diketahui bahwa BRI Nusantara Depok menggunakan alat promosi berupa *advertising* dan *personal selling* dengan media berupa iklan tv, iklan media cetak, *Customer Service*, *Account Officer*, dan *website*.

Sebagian besar dari nasabah mengetahui produk KUR melalui media iklan tv dan iklan media cetak. Dan untuk *awareness* nasabah terhadap produk KUR diketahui masih rendah. Dengan penilaian nasabah terhadap iklan tv yaitu mudah didapatkan, mudah dipahami dan menarik. Namun dibutuhkan iklan produk KUR yang dibuat khusus dari perusahaan. Dan untuk media iklan brosur dinilai sangat cukup lengkap serta mendorong nasabah untuk menggunakan produk KUR. Sedangkan penilaian terhadap AO dan CS, nasabah menilai bahwa merasa kurang mendapat kejelasan mengenai produk KUR dari tenaga penjual serta sulit menghubungi mereka. Namun bagi nasabah yang pernah bertemu dan mendapat penjelasan mengenai produk KUR menilai tenaga penjual mampu menjawab pertanyaan nasabah dengan baik dan sopan. Media iklan yang terakhir nasabah nilai dari BRI Nusantara adalah *website*. Dengan menilai *website* mudah diakses, namun kurang memberikan penjelasan mengenai produk KUR yang terdapat pada BRI Nusantara dan juga dianggap kurang menarik.

Kata Kunci : Promosi, *Awareness*

ABSTRACT

PUTI AYU APRIANTI SARI 2012. 8223097613. Promotion and Awareness of KUR Product PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Nusantara Depok. Diploma Degree of Marketing on Management Development, Faculty of Economic, State University of Jakarta.

This paper has a purpose to know about promotion tools of KUR product that used by BRI Nusantara Depok and awareness client to KUR product. Method that used in these research is descriptive analysis, with searching data through library and survey. And the technical to searching data used questioner and interview.

From writing result concluded that BRI Nusantara Depok used promotion tools is advertising and personal selling with media television advertising, media print advertising, Customer Service, Account Officer, and website.

A lot of client known of KUR product with media television advertising and media print advertising. And for awareness client to product KUR knowing still lower. With Assessment client to television advertising that is easy to got, easy for understood, and interesting. But must required special television advertising that made by company. And then for media advertising like brochure assessed very completed and make client want to uses KUR product. While a assessment to AO and CS, client assessing that them get a less explain about KUR product from the seller and complicated for calling the seller. But for the client that ever to met and get a explain about KUR product assessing seller could answer question of client better and respectably. And the last media that client from BRI Nusantara Depok assess is website. With assessing about website are easy to access, a less explain about KUR product there on BRI Nusantara Depok and not interesting assumed too for the website.

Key Word : Promotion, Awareness

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN

Pembimbing

Tanda Tangan

Tanggal



Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si.
NIP. 19720617 199903 1 001

.....

.....

Jakarta, 09 Juli 2012

Ketua Jurusan

Ketua Program Studi

Manajemen

DIII Manajemen Pemasaran



Agung Wahyu Handaru, ST.,MM
NIP. 19781127 200604 1 001



Agung Kresnamurti, R.P, ST.,MM
NIP. 19740416 200604 1 001

LEMBAR PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi – Universitas Negeri Jakarta



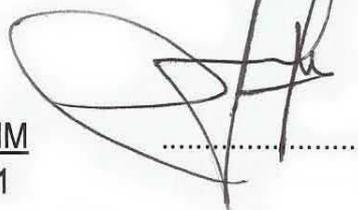
Dra. Hj. Nurahma Hajat., M.Si
NIP.19531002 198503 2 001

Nama
Ketua Penguji

Tanda Tangan

Tanggal

Agung Kresnamurti R. ST, MM
NIP. 19740416 200604 1 001



30 Juli 2012

Penguji Ahli

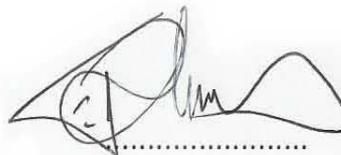
Dra. Sholikhah, MM
NIP. 19620623 199903 2 001



30 Juli 2012

Dosen Pembimbing

Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si
NIP. 19720617 199903 1 001



27 Juli 2012

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan Puji syukur kepada Tuhan YME yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan Karya Ilmiah ini tepat pada waktunya.

Karya ilmiah yang berjudul Analisis Promosi dan *Awareness* produk KUR PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) ini ditulis untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar ahli madya di bidang pemasaran pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Penulis menyadari bahwa karya ilmiah ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis berteimakasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini.. Secara khusus penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sedalam-dalamnya atas bantuan yang telah diberikan, terutama kepada:

1. Setyo Ferry Wibowo, SE, Msi sebagai dosen pembimbing materi penulisan karya ilmiah.
2. Dra. Hj. Nurahma Hajat, M.Si sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Agung Wahyu Handaru, ST, MM sebagai Ketua Jurusan Manajemen.
4. Agung Kresnamurti RP, ST, MM sebagai Ketua Prodi D-III Manajemen Pemasaran.

5. Kepala Unit BRI Nusantara Depok, dan seluruh Staf atas segala bantuannya.
6. Orang tua tercinta dan adik tersayang yang selalu melindungi, menyayangi dan mendoakan.
7. Teman-teman angkatan 2009 Universitas Negeri Jakarta yang telah banyak memberikan bantuan moril.

Penulis menyadari bahwa karya ilmiah ini jauh dari sempurna, baik bentuk isi maupun teknik penyajian, oleh sebab itu kritik yang bersifat membangun dari berbagai pihak penulis terima dengan tangan terbuka. Semoga kehadiran karya ilmiah ini dapat bermanfaat dan memberikan sumbangsih dalam masalah promosi pemasaran perbankan di tanah air.

Jakarta, Juli 2011

Penulis