

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji metode untuk meningkatkan pengetahuan dan keunggulan kompetitif usaha kecil dan menengah (UKM) ketika menggunakan alat transaksi BRI. Penelitian ini dilakukan di antara klien UKM Kantor Cabang BRI Thamrin City. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari wawancara dan distribusi langsung kuesioner penelitian. Populasi penelitian ini terdiri dari 1.247 klien UKM BRI. 140 orang menanggapi sebagai konsekuensi dari penggunaan sampling yang bertujuan. Pendekatan analisis Model Persamaan Struktural (SEM) digunakan dalam penyelidikan ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan, sikap, dan perilaku semuanya memiliki dampak yang baik pada kesadaran pedagang, yang pada gilirannya memiliki dampak positif pada keunggulan kompetitif; semakin tinggi kesadaran pedagang, semakin besar keunggulan kompetitif. Implikasi manajerial dalam penelitian ini menunjukkan bahwa BRI harus mengawasi memegang teguh terhadap komitmen bersama dengan para pedagang sebagai nasabahnya terhadap perjanjian, kebijakan kerjasama, penyusunan dan implementasi strategi dalam mempertahankan dan memenangkan pasar terutama dalam mendistribusikan dan berinovasi dalam penggunaan alat transaksi BRI.

Kata Kunci : *Awareness* Pedagang, Keunggulan Bersaing, Alat Transaksi BRI

