

STRATEGI PEMASARAN JASA PERBANKAN
(Studi Kasus Pada Panin Bank KCP Jombang)

ABSTRAK

Oleh:

Steven Fabillio Santoso

Dosen Pembimbing

Wenda Wahyu C, SE., MM

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap strategi pemasaran jasa perbankan yang dilakukan oleh Panin Bank KCP Jombang. Strategi pemasaran difokuskan pada strategi (*segmenting, targeting, positioning*) Jenis penelitian ini adalah kualitatif *eksploratif* dengan menggunakan pendekatan *case study*. Penulis melakukan dua kali wawancara dengan tiga informan yang memiliki posisi utama di Panin Bank KCP Jombang yaitu *Sub Branch Manager, Area Mikro Manager, Tabungan mikro*. Berdasarkan analisis hasil, untuk menyempurnakan strategi *segmenting, targeting, positioning* yang telah dirumuskan Panin Bank KCP Jombang memaksimalkan pelayanan kepada calon nasabah. Pelayanan (*Customer Service*) digunakan untuk mencari referral dan pembentukan *differentiation* yang mana sangat menunjang perkembangan dan pendapatan dari Panin Bank KCP Jombang yang selalu naik walau ditengah pandemi.

Kata Kunci : *Segmenting, Targeting, Positioning, Differentiation, Customer Service*

BANKING MARKETING STRATEGY
(Case Study at Panin Bank KCP Jombang)

ABSTRACT

By:

Steven Fabillio Santoso

Mentor:

Wenda Wahyu C, SE., MM

This study aims to reveal the marketing strategy of banking services carried out by Panin Bank KCP Jombang. Marketing strategy based on strategy (segment, targeting, positioning) This type of research is qualitative exploratory using a case study approach. The author conducted interviews twice with three informants who have main positions at Panin Bank KCP Jombang, namely the Head of Sub-Branch, Micro Area Manager, Micro Savings. Based on the analysis of the results, to improve the segmentation, targeting, positioning strategies that have been formulated, Panin Bank KCP Jombang maximizes services to prospective customers. Customer Service is used to seek referrals and establish differentiation that strongly supports the development and income of Panin Bank KCP Jombang which always rises even in the midst of a pandemic.

Keywords: *Segmentation, Targeting, Positioning, Differentiation, Customer Service*