

ABSTRACT

IMPLEMENTATION OF SEGMENTATION, TARGETING, AND POSITIONING STRATEGIES IN MARKETING MULTIPURPOSE FINANCING PRODUCTS AT BANK JABAR BANTEN SYARIAH KCP SINGAPARNA

By:

MUHAMAD ZAM ZAM
193404060

Guidance I : Agi Rosyadi, S.E., M.M
Guidance II : Hj. Noneng Masitoh, Ir., M.M.

Writing this final project aims to determine the strategy of Segmentation Targeting and Positioning in marketing multipurpose financing products at Bank Jabar Banten Syariah (BJBS) KCP Singaparna. This final project uses a qualitative descriptive method. Type Primary and secondary data sources. The research was carried out at Bank Jabar Banten Syariah (BJBS) KCP Singaparna, while the data collection techniques used in this study were direct observation, in-depth interview techniques and documentation from informants who were considered masters of how a bank marketed a product. The data analysis technique used is descriptive qualitative. The results of this study aim to find out how the segmentation, targeting, and positioning strategies are applied by the Bank in product marketing, especially multipurpose financing, and with this research it shows that the establishment of a targeted marketing strategy will be able to assist the Bank in delivering products to prospective customers in accordance with desires and needs, one of which is by implementing a Targeting and Positioning Segmentation strategy in marketing products, especially Multipurpose financing.

Keywords: Targeting and Positioning Segmentation Strategy, Bank

ABSTRAK

PENERAPAN STRATEGI SEGMENTASI, *TARGETING*, DAN *POSITIONING* DALAM MEMASARKAN PRODUK PEMBIAYAAN SERBAGUNA DI BANK JABAR BANTEN SYARIAH KCP SINGAPARNA

Oleh:

MUHAMAD ZAM ZAM

193404060

Pembimbing I : Agi Rosyadi, S.E., M.M
Pembimbing II : Hj. Noneng Masitoh, Ir., M.M.

Penulisan tugas akhir ini bertujuan untuk mengetahui strategi Segmentasi *Targeting* dan *Positioning* dalam memasarkan produk pembiayaan serbaguna di Bank Jabar Banten Syariah (BJBS) KCP Singaparna. Tugas Akhir ini menggunakan Metode Deskriptif Kualitatif. Jenis Sumber data primer dan sekunder. Penelitian dilaksanakan di Bank Jabar Banten Syariah (BJBS) KCP Singaparna, adapun teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah pengamatan langsung, Teknik wawancara mendalam dan dokumentasi dari informan yang dianggap menguasai tentang bagaimana suatu bank dalam memasarkan suatu produk. Teknik analisis data yang digunakan adalah Deskriptif Kualitatif. Hasil penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi segmentasi, *targeting*, dan *positioning* yang diterapkan Bank dalam pemasaran produk terutama pembiayaan serbaguna, dan dengan adanya penelitian ini menunjukkan bahwa dengan ditetapkannya strategi pemasaran yang terarah akan dapat membantu pihak Bank dalam menyampaikan produk kepada calon nasabah sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya yang salah satunya adalah dengan cara menerapkan strategi Segmentasi *Targeting* dan *Positioning* dalam memasarkan produk khususnya pembiayaan Serbaguna.

Kata Kunci: Strategi Segmentasi *Targeting* dan *Positioning*, Bank