

## **ANALISIS PENERAPAN STRATEGI SEGMENTING, TARGETING DAN POSITIONING TERHADAP TABUNGAN PRIMA IB BANK TABUNGAN NEGARA SYARIAH PROBOLINGGO**

**Halima<sup>1</sup>, Maula Nasrifah<sup>2</sup>, Anat Admati<sup>3</sup>**

*<sup>1&2</sup>Universitas Islam Zainul Hasan Genggong*

*<sup>3</sup>Stanford University, Amerika Serikat*

Jl. Raya Panglima Sudirman No.360, Semampir, Kec. Kraksaan, Kabupaten Probolinggo, Jawa Timur 67282

**Nama Penulis: Halima**

E-mail: [halimalee37@gmail.com](mailto:halimalee37@gmail.com)

### **Abstract**

*This research aims to find out how the segmenting, targeting and positioning (STP) strategy is implemented in a company, where the STP strategy itself has an important role in increasing a company's profits from iB prime savings at Bank Tabungan Negara Syariah Probolinggo (BTN). This method uses qualitative methods in collecting interview data (In-depth interviews), focus group discussions (FGD) and is equipped with documentation carried out with 3 sources, namely customer service and 2 members of the finance office of BTN Syariah Probolinggo bank. The results of this research show that the Prima iB Savings at BTN Syariah Bank Probolinggo applies the STP strategy to its products. Implementation of segmentation for Prima iB Savings through geographic, behavioral and democratic segmentation. Meanwhile, targeting is applied to entrepreneurs, developers and notaries because the target market itself is customers from the upper middle class economy because they have quite high mobility. Finally, the application of positioning 1. Social media 2. Large events 3. Through verbal 4. Bank BTN Syariah Probolinggo marketing. This research is equipped with obstacles and solutions to overcome problems that exist in a company in the Prima iB Savings product.*

**Keywords:***STP goal strategy, Prima iB Savings, Sharia State Savings Bank.*

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan mengetahui bagaimana penerapan strategi segmenting, targeting dan positioning (STP) dalam perusahaan, dimana strategi STP itu sendiri mempunyai peran penting untuk meningkatkan laba suatu perusahaan terhadap Tabungan prima iB pada Bank Tabungan Negara Syariah Probolinggo (BTN). Metode ini menggunakan metode kualitatif dalam pengumpulan data wawancara (In-depth interview), focus group discussion (FGD) dan dilengkapi dengan dokumentasi yang dilakukan dengan 3 narasumber yakni customer service dan 2 finance office bank BTN Syariah Probolinggo. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwasanya Tabungan Prima iB pada bank BTN Syariah probolinggo menerapkan strategi STP pada suatu produknya. Penerapan adanya segmentasi terhadap Tabungan Prima iB melalui segmentasi geografis, perilaku dan demokratis. Sementara dari penerapan targeting untuk kalangan pengusaha, developer, dan notaris karena target pasarnya sendiri ialah para nasabah dengan ekonomi golongan menengah ke atas karena mempunyai mobilitas yang cukup tinggi. Terakhir penerapan positioning 1. Media sosial 2. Adanya Event event besar 3. Melalui lisan 4. Marketing marketing Bank BTN Syariah Probolinggo. Penelitian ini dilengkapi kendala dan solusi untuk mengatasi permasalahan yang ada disuatu perusahaan dalam produk Tabungan Prima iB.

**Keywords ;** Strategi tujuan STP, Tabungan Prima iB, Bank Tabungan Negara Syariah.



## **PENDAHULUAN**

Perbankan telah menjadi peran yang sangat penting sebagai sarana penunjang transaksi keuangan dalam membantu perekonomian masyarakat. Seiring globalisasi yang semakin tumbuh dan berkembang, pertumbuhan sektor perbankan telah menempatkan posisinya sebagai pemain utama dalam percaturan ekonomi tanah air. Bank Syariah atau biasa dikenal dengan bank islam yang tidak mengandalkan pada sistem bunga, dan bisa dikatakan sebagai lembaga keuangan yang operasional nya ataupun produk nya di kembangkan berdasarkan pada al-Qur'an dan hadist Nabi Muhammad SAW. Salah satu Bank Syariah yang mampu bertahan hingga saat ini ialah Bank Tabungan Negara Syariah (BTN). Bank Tabungan Negara Syariah merupakan Unit Usaha Syariah (UUS) dari Bank Tabungan Negara Konvensional yang mulai beroperasi pada tanggal 29 April 1998 sebagai Bank Umum Milik Negara.<sup>1</sup>

Pencapaian laba Bank Tabungan Negara Syariah saat ini meningkat sebesar 40% dibandingkan pada periode kuartal pertama tahun lalu yang hanya tercatat Rp.75,4 miliar. Pertumbuhan ini didukung oleh pertumbuhan bisnis yang cukup stabil sehingga penyaluran pembiayaan BTN Syariah akhir maret 2023 yang tumbuh 15,52% secara tahunan menjadi Rp.32,63 triliun dibandingkan akhir maret 2022. Seiring dengan pertumbuhan kinerjanya yang memuaskan, BTN Syariah meraih 10 penghargaan lewat ajang Bank Service Excellence Monitor 2023. Penghargaan ini membuktikan pelayanan BTN Syariah tidak kalah dengan bank besar lainnya. Apresiasi ini akan memacu untuk lebih meningkatkan pelayanan prima kepada seluruh nasabah BTN Syariah.. Bank Tabungan Negara Syariah Probolinggo juga tidak kalah untuk meningkatkan kualitas pertumbuhan nasabah, dimana posisi Bank BTN Syariah Probolinggo menduduki peringkat pertama dalam ajang pertumbuhan KPR terbanyak seprobolinggo raya dari bank lainnya. Hal itu juga merupakan bentuk apresiasi Bank untuk lebih meningkatkan layanan,kualitas dalam produk.

Bank Tabungan Negara Syariah mempunyai beberapa produk yang sangat membantu perekonomian nasabah, juga di andalkan untuk memudahkan bagi para nasabah menghimpun dana yaitu Tabungan Prima iB yang menggunakan akad mudharabah mutlaqah (investasi) bagi hasil yang menguntungkan kerjasama antara kedua pihak<sup>2</sup>. Tabungan Prima iB merupakan produk tabungan yang menggunakan prinsip akad Mudharabah Mutlaqah dimana adanya kerjasama anatara dua pihak dengan keuntungan dan kerugian di bagi nisbah yang telah di sepakati kedua pihak. Tabungan Prima iB juga disebut tempat sarana penyimpanan dana untuk perorangan maupun perusahaan yang memiliki aktifitas bisnis tinggi sebagai alat yang menguntungkan bagi nasabah atas simpanan nya (Investasi). Dalam Persaingan dunia

---

<sup>1</sup> Trisadini P. Usanti dan Abd. Somad, *Transaksi Bank Syariah*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013)

<sup>2</sup> [www.btn.co.id](http://www.btn.co.id) (diakses pada tanggal 5 September 2023)

ekonomi, perusahaan perlu mendapatkan sejauh mungkin segala hal mengenai pesaingnya. Perusahaan harus terus menerus membandingkan produk, harga saluran dan promosi miliknya dengan milik pesaing lainnya. Nah dengan cara ini, perusahaan akan dapat menemukan kekurangan atau keunggulan kompetitif yang ada, bila mana dapat menyiapkan pertahanan yang kuat terhadap persaingan dunia usaha.<sup>3</sup>

Adapun penerapan suatu produk yang dapat dilakukan dengan kegiatan strategi modern, dimana strategi tersebut mempunyai suatu pencapaian luar biasa untuk meningkatnya kualitas perusahaan yaitu melalui adanya Strategi *Segmenting, Targeting dan Positioning*. *Segmenting* adalah suatu strategi untuk memahami kebutuhan dan keinginan konsumen, sedangkan *targeting* adalah kegiatan untuk memilih konsumen yang akan di jadikan target, dan terakhir *positioning* adalah upaya untuk memasarkan suatu produk pada konsumen yang telah di targetkan sebelumnya. Untuk mendapat hasil yang optimal, pemasaran harus terlebih dahulu menyiapkan produk apa yang akan nantinya ditawarkan pada konsumen. Tujuan adanya proses *segmenting* ini untuk meningkatkan efektifitas strategi pemasaran produk yang ditawarkan. Sebab, dengan adanya pengetahuan akan target konsumen, proses marketing suatu bisnis akan jauh lebih terarah, mulai dari promosi, produksi, distribusi dan lain sebagainya.<sup>4</sup>

Selanjutnya, mengenai targeting yang mana memilih pasar yang akan di jadikan target ataupun sasaran produk perusahaan. *Targeting* berfokus pada memilih konsumen dari hasil target yang telah di analisis sebelumnya. Nah, tujuan dari adanya kegiatan *targeting* ini yang dapat mempermudah mencapai segmen pasar yang ingin diraih dan memberikan kepuasan kepada pihak konsumen. Langkah langkah dalam proses *targeting* untuk menarik konsumen antara lain seperti mulai dari asumsi yang mana jika sudah memiliki produk yang di pasarkan cobalah untuk menganalisis konsumen ana saat ini dengan membuat target pasar yang potensial bagi pihak konsumen, selalu mencermati persaingan pasar, berkomunikasi baik dengan para konsumen dan menjelaskan seperti apa keunggulan produk tersebut.<sup>5</sup>

Terakhir *positioning* merupakan salah satu aktifitas perusahaan dalam merancang produknya serta kombinasi dari sebuah pemasaran yang digunakan agar mendapatkan tempat khusus dalam pikiran konsumen. Tujuan dari positioning ini untuk menempatkan merek dalam pikiran konsumen agar dapat memaksimalkan manfaat potensial bagi perusahaan. Langkah dalam melakukan proses positioning ini diantaranya mengenali keunggulan dalam hubungan dengan competitor,

---

<sup>3</sup> Wawancara dengan Bapak Sinar Billy (*Customer Service* Bank BTN Syariah Probolinggo), tanggal 21 Agustus 2023 di kantor BTN Syariah Probolinggo.

<sup>4</sup> Bayhaqi, H., & Aslami, N. (2022). Identifikasi Pasar, Segmen Dan Target Pasar Sasaran Bisnis Asuransi. MAMEN: Jurnal Manajemen

<sup>5</sup> <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie>

---

memilih keunggulan yang paling kuat ataupun menonjol dan menyampaikan keunggulan itu secara efektif pada target konsumen.

Penelitian ini yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana pentingnya *segmenting*, *targeting* dan *positioning* dalam suatu perusahaan terutama pada Tabungan Prima iB, yang mana dapat membawa pengaruh positif agar dapat mempermudah berjalannya bisnis sesuai arah yang telah ditentukan sebelumnya. Dari hasil pemaparan diatas peneliti sangat tertarik dengan pentingnya menerapkan strategi *segmenting*, *targeting* dan *positioning* pada Tabungan Prima iB , maka dari itu peneliti ingin mengetahui lebih mendalam terkait penerapan strategi tersebut melalui artikel yang berjudul “Analisis Penerapan Strategi *Segmenting*, *Targeting* dan *Positioning* Terhadap Tabungan Prima iB Pada Bank Tabungan Negara Syariah Probolinggo”.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif yaitu memaparkan beberapa teori teori yang berkaitan dengan penerapan strategi *segmenting*, *targeting* dan *positioning* terhadap Tabungan Prima iB. Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer melalui hasil dari wawancara (*Indepth interview*), *focus group discussion* (FGD) dan dokumentasi dengan 3 narasumber di Bank Tabungan Negara Syariah Probolinggo yaitu Bapak Sinar Billy selaku *Customer Servise* mengenai penerapan strategi *STP* untuk memahami kebutuhan keinginan konsumen serta seperti apa target konsumen yang sesuai dengan kriteria perusahaan<sup>6</sup>. Selanjutnya dengan Bapak Frasetyo dan Ibu Mariana selaku *Finance Office* wawancara mengenai promosi apa saja yang dilakukan untuk meningkatkan suatu produk bank dan juga kendala atau solusi apa yang dapat meningkatkan kembali layanan, kualitas dan keunggulan suatu produk perusahaan.<sup>7</sup> Sedaangkan data sekunder diperoleh dari kajian kepustakaan dalam proses pengumpulan data seperti buku, catatan, jurnal ilmiah yang berkenaan dengan fokus penelitian dan website resmi bank tabungan negara.

Objek yang di terapkan dalam penelitian ini, adanya penerapan strategi *segmenting*, *targeting* dan *positioning*, Bank Tabungan Negara Syariah Probolinggo menjadi tambah maju untuk mengikuti strategi modern dengan perkembangan zaman saat ini.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Penerapan Strategi *Segmenting* terhadap Tabungan Prima iB pada Bank Tabungan Negara Syariah Probolinggo**

---

<sup>6</sup> Wawancara dengan Bapak Sinar Billy (*Customer Servise* Bank BTN Syariah Probolinggo), tanggal 21 Agustus 2023 di kantor BTN Syariah Probolinggo.

<sup>7</sup> Wawancara dengan Bapak Frasetyo dan Ibu Mariana (*Finance Office* Bank BTN Syariah Probolinggo), tanggal 24 Agustus 2023 di kantor BTN Syariah Probolinggo.

---

*Segmenting* adalah salah satu strategi marketing yang dilakukan perusahaan untuk mengidentifikasi target konsumen yang ingin dicapai sesuai karakteristik<sup>8</sup>, dengan adanya segmentasi pasar ini dapat mengetahui target konsumen yang cocok untuk usaha yang diajalkan. Dalam Bank BTN Syariah Probolinggo menerapkan beberapa segmentasi yang mana diantaranya yaitu;

1. Segmentasi Geografis

Segmentasi Geografis adalah suatu pengelompokan target yang berdasarkan aspek lokasi. Karena segmentasi geografis ini mengupayakan karena kebutuhan dan kegunaan suatu produk atau jasa akan berbeda beda seperti dilihat dari lokasi tempat tinggal calon nasabah.

2. Segmentasi Perilaku

Penerapan ini membantu bagaimana mengetahui perilaku konsumen terhadap suatu bisnis, hal ini dapat dilihat dari segmentasi perilaku seperti sikap, kriteria konsumen dan pengetahuannya.

3. Segmentasi Demografis

Segmentasi Demografis adalah suatu untuk mengetahui bagaimana konsumen memakai produk serta berapa jumlah yang bersedia membayar untuk produk tersebut. Misal, didasarkan pada usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, kebangsaan, kondisi keluarga, pekerjaan, penghasilan, dan sebagainya.<sup>9</sup>

### **Penerapan Strategi *Targeting* terhadap Tabungan Prima iB pada Bank Tabungan Negara Syariah Probolinggo**

*Targeting* adalah kegiatan mengevaluasi dan memilih suatu pasar yang akan dijadikan sasaran penawaran produk-produk perusahaan. Menurut hasil wawancara dengan bapak Sinar Billy selaku *Customer Service* Bank BTN Syariah Probolinggo bahwasanya Tabungan Prima iB itu sendiri disebut *concentrated market* yaitu hanya fokus pada satu target saja yang mana hanya sekelompok konsumen yang berpenghasilan lebih dan juga mempunyai banyak jangkauan yang sangat besar salah satunya untuk kalangan pengusaha, developer, dan notaris Bank BTN Syariah Probolinggo.

Tabungan Prima bersifat fleksibel karena jika mempunyai uang banyak maupun rezeki lebih maka hal itu sudah di jadikan target awal. Keunggulan dari Tabungan Prima iB itu bisa mendapat kan bagi hasil yang jauh lebih besar dari pada tabungan yang lain, dan Tabungan Prima iB ini bisa kita tarik sewaktu waktu juga bisa kita ambil di mesin atm karena tabungan ini menggunakan *mobile banking*<sup>10</sup>. Dari hasil

---

<sup>8</sup> <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie>

<sup>9</sup> Wawancara dengan Bapak Sinar Billy (*Customer Service* Bank BTN Syariah Probolinggo), tanggal 21 September 2023 di kantor BTN Syariah Probolinggo.

<sup>10</sup> Wawancara dengan Bapak Sinar Billy (*Customer Service* Bank BTN Syariah Probolinggo), tanggal 21 September 2023 di kantor BTN Syariah Probolinggo.

---

penelitian ini dapat dipaparkan bahwasanya target dalam Tabungan Prima iB ini sekelompok konsumen yang memiliki uang lebih karna fokus dibagi hasil dan bisnis. Maka dari itu tidak akan sama sekali dirugikan dengan mempunyai Tabungan Prima iB di Bank Tabungan Negara Syariah Probolinggo.

### **Penerapan Strategi *Positioning* terhadap Tabungan Prima iB pada Bank Tabungan Negara Syariah Probolinggo**

*Positioning* adalah strategi untuk menguasai pikiran konsumen dengan apa yang ditawarkan oleh perusahaan. Strategi *positioning* ini juga termasuk kombinasi dari tindakan pemasaran yang digunakan untuk memberikan gambaran konsep *positioning* kepada konsumen yang ditargetkan, seperti atribut produk, harga produk, pamakaian produk, kelas produk dan pesaing. Strategi ini suatu kegiatan yang sangat penting untuk menempatkan produk di posisi yang lebih unggul dalam benak konsumen. Dari pemaparan bapak frasetyo dan ibu mariana selaku *finance officer* Bank BTN Syariah Probolinggo, penerapan strategi yang dapat di ambil dalam memasarkan produk itu di lakukan bisa melalui

#### 1. Sosial Media,

Sosial media adalah pemasaran yang memperluas adanya sarana untuk memperkenalkan produk kepada calon nasabah, serta guna untuk meningkatkan popularitas suatu produk yang di tawarkan lebih tinggi dan menarik .

#### 2. Adanya *Event event* besar

Karena adanya event sangat membantu memperkenalkan produk kepada audien yang lebih luas dan juga menunjukkan persepsi positif tentang produk secara manual yang membantu meningkatkan pengetahuan masyarakat

#### 3. Melalui Lisan

Pada saat bersama sekelompok konsumen itu sebuah kesempatan besar agar bisa memasarkan produk Tabungan Prima iB

#### 4. Marketing marketing di Bank BTN Syariah Probolinggo.<sup>11</sup>

Bank Tabungan Negara dalam memasarkan produknya menggunakan strategi yang diterapkan BTN Syariah yaitu dengan menciptakan program-program baru sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nasabah. Untuk melaksanakan berbagai kegiatan promosi strategi pemasaran yang digunakan adalah memberikan ciri khas yang membedakan bank satu dengan yang lainnya. BTN Syariah dikenal berperan aktif dalam mendukung sektor perumahan dan sekaligus menjadi fokus utama yang mana sesuai dengan visinya yaitu “Menjadi bank syariah yang terdepan di Indonesia dalam pembiayaan perumahan dan industri ikutannya” .

---

<sup>11</sup> Wawancara dengan Ibu Mariana (*Finance Office* Bank BTN Syariah Probolinggo), tanggal 24 Agustus 2023 di kantor BTN Syariah Probolinggo.

---

### **Kendala yang dihadapi**

Berikut hasil dari wawancara bapak prasetyo selaku finance offie bank BTN Syariah probolinggo yang belum sepenuhnya maksimal untuk menerapkan strategi segmenting, targeting dan positioning maka dari itu perlu adanya penelitian dengan membangun Bank lebih maju antara lain:

- a. Masalah Tabungan Prima iB itu memang adanya pada saldo mengendapnya yang jauh lebih besar dari pada tabungan yang lain. Saldo mengendap pada Tabungan Prima iB itu 200.000 (dua ratus ribu rupiah) sedangkan Tabungan Batara iB itu hanya 100.000 (seratus ribu rupiah) dan Tabungan Emas 50.000 (lima puluh ribu rupiah) dan yang terakhir Tabungan Haji hanya 100.000 (seratus ribu rupiah). Dari hal itu beberapa konsumen merasa keberatan jika hanya mempunyai uang yang jauh lebih rendah dari saldo minimum tersebut.
- b. Kurangnya pemahaman dari masyarakat tentang Tabungan Prima iB pada Bank Tabungan Negara Syariah Probolinggo. Hal itu juga berkurangnya tingkatan konsumen pada perusahaan, dan juga masyarakat banyak tidak mengetahui apa itu Bank Syariah yang mana tanggapan masyarakat sama hal nya dengan Bank konvensional.
- c. Terlambatnya proses pemasaran yang ingin disalurkan kepada masyarakat, artinya minimnya SDM perbankan dalam bank syariah untuk meningkatkan jumlah nasabah.
- d. Adanya persaingan dalam sektor perbankan yang mana menjadi pesaing dalam dunia perbankan khususnya Bank Tabungan Negara Syariah Probolinggo. Hal itu juga menjadi penghambat bagi perusahaan untuk selalu meyiapkan suatu strategi.<sup>12</sup>

### **Solusi dalam mengatasi kendala**

Beberapa solusi dari wawancara dengan ibu mariana selaku finance office bank BTN Syariah Probolinggo yang mungkin bisa menjadi pertahanan perusahaan agar tetap meningkatkan layanannya, dan kualitas suatu produk, dalam mengatasi kendala Bank Tabungan Negara Syariah Probolinggo terhadap sistem Tabungan Prima iB perlu juga adanya solusi atau saran untuk mengatasi setiap permasalahan antara lain:

- a. Membuat strategi dimana untuk mendorong masyarakat bertransaksi di bank syariah melalui beberapa tahapan seperti mengadakan edukasi pemahaman melalui obrolan tatap muka bersama masyarakat agar kepercayaan masyarakat membantu layanan penggunaan produk Tabungan Prima iB. Hal itu juga menjadi pendorong sangat penting untuk menambah perkembangan suatu perusahaan.
- b. Dalam hal ini manajemen harus melakukan kontrol dan perbaikan kualitas layanannya untuk mengurangi minim nya nasabah Tabungan Prima iB, karena

---

<sup>12</sup> Wawancara dengan Bapak Dwi Prasetyo (*Finance Office* Bank BTN Syariah Probolinggo), tanggal 25 Agustus 2023 di kantor BTN Syariah Probolinggo.

---

berkurangnya suatu nasabah juga sangat berdampak mengurangi laba yang diperoleh oleh bank syariah.

- c. Strategi yang bisa dilakukan adalah dengan cara memanfaatkan pengembangan bank syariah yaitu selalu meningkatkan kualitas layanan, kerjasama dan meningkatkan kualitas SDM, serta memanfaatkan adanya digitalisasi yang menjadi sasaran utama dunia usaha dengan mengembangkan promosi dan sosialisasi terhadap produk produk bank syariah.<sup>13</sup>

### **Gambaran Umum Produk Tabungan Prima iB**

Tabungan Prima iB merupakan produk tabungan yang menggunakan akad mudharabah mutlaqah (investasi) yang dapat di artikan kerja sama antara kedua pihak. Dimana pihak pertama (shahibul maal) menyediakan modal dan memberikan kewenangan penuh kepada pihak lainnya (mudharib) dalam menentukan jenis dan tempat investasi. Keuntungan dan kerugian bagi hasil menurut nisbah yang telah di sepakati dimuka. Prinsip mudharabah adalah kerja sama dua pihak dimana pihak pertama sebagai penyedia modal (shahibul maal) dan pihak lainnya sebagai pengelola (mudharib)<sup>14</sup>. Keuntungan usaha dibagi berdasarkan kesepakatan awal dan jika mengalami kerugian maka akan ditanggung oleh pemilik modal. Apabila terjadi kelalaian yang diakibatkan oleh pengelola maka si pengelola yang bertanggung jawab atas kerugian yang terjadi.

Peran bank BTN dalam manajemen dana ialah untuk menunjukkan bahwa dengan berdirinya BTN menjadikan lembaga yang sangat penting bagi masyarakat. Yang upayanya untuk menumbuhkan kesadaran masyarakat agar berinvestasi/menabung di BTN dengan prinsip syariah yang berlaku dengan tenang, aman dan mendapatkan barokah-Nya. Aktivitas bank BTN yang memberikan suatu peran penting untuk nasabah ber investasi dengan nilai tinggi agar masyarakat bisa menikmati keluasan dalam ber investasi dan menguntungkan bagi para nasabah dalam menunjang aktivitas keuangannya. Tabungan Prima iB salah satu produk yang kegiatannya berfokus pada investasi. Untuk target pasarnya sendiri ialah para nasabah dengan ekonomi golongan menengah ke atas karena mempunyai mobilitas yang cukup tinggi. Bank BTN telah menghadirkan fasilitas untuk para penabung dengan mempermudah para nasabah untuk menarik dana sewaktu-waktu yang mereka butuhkan/inginkan. Jadi banyak sekali keunggulan yang dimiliki dalam produk Tabungan Prima iB untuk membantu masyarakat mendapatkan bagi hasil yang sangat tinggi dari pada jenis tabungan yang lain.

### **Perkembangan Produk Tabungan Prima iB**

---

<sup>13</sup> Wawancara dengan Bapak Dwi Prasetyo (*Finance Office* Bank BTN Syariah Probolinggo), tanggal 25 Agustus 2023 di kantor BTN Syariah Probolinggo.

<sup>14</sup> Slamet Santosa, Muhammad Tho'in, and Sumadi Sumadi, "Analisis Tingkat Kesehatan Bank Syariah Menggunakan Rasio Permodalan, Profitabilitas, Pembiayaan, Dan Risiko Kredit," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6, no. 2 (2020): 367

---



Perkembangan minat nasabah terhadap Tabungan Prima iB semakin pesat yang mana tabungan tersebut mempunyai banyak keunggulan mulai dari bagi hasil yang begitu besar dari pada jenis tabungan yang lain. Pada tahun 2023 saat ini mengalami peningkatan dari pada tahun sebelumnya sebanyak 135 nasabah, hal ini juga menjadi acuan bank untuk menjadi salah satu sumber dana utamanya. Minat nasabah terhadap Tabungan Prima iB luas karena tabungan ini menjadi salah satu investasi yang banyak mendapatkan keuntungan dari bagi hasil tersebut.<sup>15</sup>

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah diuraikan diatas bahwasanya Tabungan Prima iB mempunyai jangkauan yang begitu luas, karena produk tabungan ini menjadi satu satunya yang memiliki keuntungan banyak dengan sistem bagi hasilnya. Maka dapat disimpulkan bahwa penerapan strategi *segmenting, targeting dan positioning* terhadap Tabungan Prima iB pada Bank Tabungan Negara Syariah Probolinggo menggunakan segmentasi geografis dan demokrafis, target konsumen yang dipilih melalui *concentrated market* yaitu hanya fokus pada satu target saja yang mana hanya sekelompok konsumen yang berpenghasilan lebih, selanjutnya *positioning* yang mana kombinasi dari tindakan pemasaran yang digunakan untuk memberikan gambaran konsep *positioning* kepada pembeli yang ditargetkan, seperti atribut produk, harga produk, pemakaian produk, kelas produk dan pesaing dalam produk tersebut.

Bank Tabungan Negara Syariah juga menjadi indikator meningkat nya kualitas pertumbuhan ekonomi, yang mana dari layanan dan kualitas Tabungan Prima iB sangat mendukung bagi masyarakat yang ingin berinvestasi. Bank Tabungan Negara Syariah Probolinggo telah menjadi leader diprobolinggo raya, dari beberapa bank lainnya yang mampu meningkatkan jumlah nasabah KPR terbanyak. Penerapan adanya segmentasi terhadap Tabungan Prima iB melalui segmentasi geografis, perilaku dan demokrafis. Sementara dari penerapan targeting untuk kalangan pengusaha, developer, dan notaris karena target pasarnya sendiri ialah para nasabah dengan ekonomi golongan menengah ke atas karena mempunyai mobilitas yang cukup tinggi. Terakhir penerapan positioning 1. Media sosial 2. Adanya *Event event* besar 3. Melalui lisan 4. Marketing marketing Bank BTN Syariah Probolinggo.

## DAFTAR PUSTAKA

Bayhaqi, H., & Aslami, N. (2022). Identifikasi Pasar, Segmen Dan Target Pasar Sasaran Bisnis Asuransi. MAMEN: Jurnal Manajemen

---

<sup>15</sup> Wawancara dengan Bapak Sinar Billy (*Customer Service* Bank BTN Syariah Probolinggo), tanggal 21 September 2023 di kantor BTN Syariah Probolinggo.

---

Skripsi, rizaukmi Farida, 'Implementasi akad mudharabah mutlaqah pada Tabungan Prima Ibdid PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Syariah Jombang', Semarang 2018

Trisadini P. Usanti dan Abd. Somad, *Transaksi Bank Syariah*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013)

Slamet Santosa, Muhammad Tho'in, and Sumadi Sumadi, "Analisis Tingkat Kesehatan Bank Syariah Menggunakan Rasio Permodalan, Profitabilitas, Pembiayaan, Dan Risiko Kredit," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6, no. 2 (2020): 367

[www.btn.co.id](http://www.btn.co.id) (diakses pada tanggal 5 September 2023)

<https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie> (diakses pada tanggal 5 September 2023)

Wawancara dengan Bapak Sinar Billy (Customer Service Bank BTN Syariah Probolinggo), tanggal 20 Agustus 2023 di kantor BTN Syariah Probolinggo.

Wawancara dengan Bapak Sinar Billy (Customer Service Bank BTN Syariah Probolinggo), tanggal 21 Agustus 2023 di kantor BTN Syariah Probolinggo.

Wawancara dengan Bapak Prasetyo dan Ibu Mariana (Finance Office Bank BTN Syariah Probolinggo), tanggal 24 Agustus 2023 di kantor BTN Syariah Probolinggo.

Wawancara dengan Bapak Sinar Billy (Customer Service Bank BTN Syariah Probolinggo), tanggal 21 September 2023 di kantor BTN Syariah Probolinggo.

Wawancara dengan Bapak Sinar Billy (Customer Service Bank BTN Syariah Probolinggo), tanggal 21 September 2023 di kantor BTN Syariah Probolinggo.

Wawancara dengan Ibu Mariana (Finance Office Bank BTN Syariah Probolinggo), tanggal 24 Agustus 2023 di kantor BTN Syariah Probolinggo.

Wawancara dengan Bapak Dwi Prasetyo (Finance Office Bank BTN Syariah Probolinggo), tanggal 25 Agustus 2023 di kantor BTN Syariah Probolinggo.

Wawancara dengan Bapak Dwi Prasetyo (Finance Office Bank BTN Syariah Probolinggo), tanggal 25 Agustus 2023 di kantor BTN Syariah Probolinggo.

Wawancara dengan Bapak Sinar Billy (Customer Service Bank BTN Syariah Probolinggo), tanggal 21 September 2023 di kantor BTN Syariah Probolinggo.