

SRTATEGI PEMASARAN PT. BANK TABUNGAN NEGARA (PERSERO) Tbk. DALAM MENDUKUNG PROGRAM SEJUTA RUMAH

Oleh :

Naia Andira Syahidinna

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis strategi pemasaran yang digunakan Bank Tabungan Negara (BTN) untuk mendukung Program Sejuta Rumah yang telah diimplementasikan pemerintah. Tujuan program ini adalah menyediakan lingkungan yang aman dan sehat bagi masyarakat yang menderita kemiskinan. Sebagai bank yang berfokus pada transformasi bisnis, BTN mempertahankan operasi strategis melalui berbagai taktik pemasaran, seperti segmentasi pasar, promosi produk KPR bersubsidi, kolaborasi dengan pengembang, dan optimalisasi saluran distribusi tradisional dan digital. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini meliputi bauran 7P (Produk, Harga, Tempat, Promosi, Orang, Proses, dan Bukti Fisik). Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif yang mengumpulkan data melalui dokumentasi dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran BTN berfokus pada penciptaan nilai bagi konsumen dengan pendekatan komunikasi terpadu dan layanan yang adaptif terhadap kebutuhan pasar sasaran. Implementasi strategi ini terbukti efektif dalam meningkatkan realisasi pembiayaan rumah subsidi serta memperluas jangkauan layanan BTN kepada masyarakat luas. Temuan ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi lembaga keuangan lain dalam mendukung program perumahan nasional secara berkelanjutan.

Kata kunci : Strategi Pemasaran, Bank Tabungan Negara, Program Sejuta Rumah, 7P, KPR Subsidi, Perumahan Rakyat

**MARKETING STRATEGY OF PT. BANK TABUNGAN NEGARA (PERSERO)
Tbk. IN SUPPORTING THE ONE MILLION HOUSES PROGRAM**

By :

Naia Andira Syahidinna

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the marketing strategy used by Bank Tabungan Negara (BTN) to support the One Million Houses Program implemented by the government. The program's goal is to provide a safe and healthy environment for people suffering from poverty. As a bank focused on business transformation, BTN maintains strategic operations through various marketing tactics, such as market segmentation, promotion of subsidized mortgage products, collaboration with developers, and optimization of traditional and digital distribution channels. The methodology used in this study includes the 7P mix (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, and Physical Evidence). This is a qualitative descriptive study that collects data through documentation and literature studies. The results show that BTN's marketing strategy focuses on creating value for consumers with an integrated communication approach and services that are adaptive to the needs of the target market. The implementation of this strategy has proven effective in increasing the realization of subsidized housing financing and expanding the reach of BTN's services to the wider community. These findings are expected to serve as a reference for other financial institutions in supporting the national housing program in a sustainable manner.

Keywords : Marketing Strategy, State Savings Bank, One Million Homes Program, 7P, Subsidized Mortgage, Public Housing