



**STRATEGI PEMASARAN PT. BANK TABUNGAN NEGARA
(PERSERO) Tbk. DALAM Mendukung PROGRAM SEJUTA
RUMAH**

LAPORAN TUGAS AKHIR

NAIA ANDIRA SYAHIDINNA

2210101004

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN
JAKARTA**

2025



**STRATEGI PEMASARAN PT. BANK TABUNGAN NEGARA
(PERSERO) Tbk. DALAM Mendukung PROGRAM SEJUTA
RUMAH**

LAPORAN TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mempeoleh Gelar Ahli
Madya**

NAIA ANDIRA SYAHIDINNA

2210101004

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN
JAKARTA**

2025

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Laporan Tugas Akhir ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Naia Andira Syahidinna

NIM : 2210101004

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 25 JUNI 2025

Yang menyatakan,



Naia Andira Syahidinna

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Naia Andira Syahidinna
NIM : 2210101004
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Diploma Tiga Perbankan dan Keuangan
Jenis Karya : Laporan Tugas Akhir

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Tugas Akhir saya yang berjudul :

STRATEGI PEMASARAN PT. BANK TABUNGAN NEGARA (PERSERO) Tbk. DALAM Mendukung PROGRAM SEJUTA RUMAH

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 25 Juni 2025

Yang menyatakan


Naia Andira Syahidinna

LEMBAR PENGESAHAN

PENGESAHAN LAPORAN TUGAS AKHIR

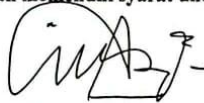
STRATEGI PEMASARAN PT. BANK TABUNGAN NEGARA (PERSERO) TBK. DALAM MENDUKUNG PROGRAM SEJUTA RUMAH

Dipersiapkan dan disusun oleh

Naia Andira Syahidinna

2210101004

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 1 Juli 2025
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Diana Tri Wardhani, SE., MM., PhD

Ketua Penguji


Agus Kusmana, SE., MM.
Penguji 1
Suharyati, SE., MM.
Penguji II (Pembimbing)
Dr. Yudi Nur Supriadi, Sos.I, MM, CMA
Ketua Jurusan
Kery Utami, SE., M.Si
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta

Pada tanggal : 1 Juli 2025

LEMBAR BERITA ACARA



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450

Telepon 021-7656971, Fax 021-7656904

Laman : www.feb.upnvj.ac.id , e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

BERITA ACARA SIDANG TUGAS AKHIR SEMESTER GENAP TA. 2024/2025

Pada hari ini, Selasa, tanggal 1 Juli 2025, telah dilaksanakan Sidang Tugas Akhir
bagi mahasiswa:

Nama : Naia Andira Syahidinna

NIM : 2210101004

Program Studi : Perbankan dan Keuangan D-III

Judul Tugas Akhir :

Strategi Pemasaran PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. dalam Mendukung
Program Sejuta Rumah

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus/Sidang Ulang**, dengan Nilai Rata-Rata *81,87*
dan Nilai Huruf *A*.....

Tim Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Diana Tri Wardhani, SE., MM., PhD	Ketua	
2	Agus Kusmana, SE, MM	Anggota I	
3	Suharyati, SE, MM	Anggota II <i>*)</i>	

Keterangan:

- *) Coret yang tidak perlu
**) Dosen Pembimbing

Nilai dalam Skala

85 - 100	= A
80 - 84.99	= A-
75 - 79.99	= B+
70 - 74.99	= B
65 - 69.99	= B-
60 - 64.99	= C+
55 - 59.99	= C
40 - 54.99	= D
0 - 39.99	= E

Jakarta, 1 Juli 2025

Mengesahkan
a.n. DEKAN

Koordinator Prodi Perbankan dan Keuangan D-III

Kery Utami, SE, M.Si

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

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena sudah memberikan nikmat kesehatan dan kelancaran dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Laporan Tugas Akhir (TA) ini dilaksanakan sejak bulan Februari sampai dengan Mei 2025 dengan judul "**Strategi PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Dalam Mendukung Program Sejuta Rumah**". Maksud dari penulis membuat laporan ini untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan tugas akhir pada studi Perbankan dan Keuangan Program Diploma Tiga yang telah sudah ditetapkan.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Kepala Program Studi Diploma Tiga Perbankan dan Keuangan, Ibu Kery Utami SE., M, Si. Ibu Suharyati, SE., MM selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberi arahan serta bantuan yang sangat bermanfaat. Di samping itu, ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Almarhumah Ibunda saya tercinta karena berkat beliau saya semangat menyelesaikan pendidikan terakhir saya, terima kasih juga kepada ayah, adik serta keluarga yang sudah memberikan banyak dukungan. Penulis juga banyak mengucapkan terimakasih kepada kekasih saya Adrian Adi Putra, teman kecil saya Shofi, teman kuliah Aisyah Putri Ramadhina, Dinda Clara Urbaningrum dan Nadira Faras Putri serta teman lainnya yang selalu setia menemani dan mendukung selesainya tugas akhir ini.

Penulis menyadari masih banyak kurangnya dalam menyusun Tugas Akhir. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun dari pembaca agar laporan ini menjadi lebih baik lagi.

Jakarta, 24 Februari 2025



Naia Andira Syahidinna

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
LEMBAR BERITA ACARA	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Tujuan Penelitian	4
1.3 Manfaat Penelitian.....	4
BAB II	6
TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Teori Perbankan.....	6
2.2 Teori Pemasaran.....	6
2.2.1 Definisi dan Konsep Pemasaran	6
2.2.2 Strategi Pemasaran.....	8
2.3 Peran PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. dalam Program Sejuta Rumah.....	12
2.4 Teori Marketing Mix PT. Bangunan Tabungan Negara (Persero) Tbk. dalam Mendukung Program Sejuta Rumah.....	13
BAB III.....	15
METODE PENELITIAN	15
3.1 Jenis Penulisan	15
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	15
3.3 Jenis dan Sumber Data yang Digunakan.....	16
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	16

BAB IV	18
HASIL DAN PEMBAHASAN	18
4.1 Gambaran Umum Bank Tabungan Negara.....	18
4.2 Dukungan Bank Tabungan Negara dalam Program Sejuta Rumah.....	19
4.2.1 KPR Subsidi BTN iB.....	21
4.2.2 KPR Non Subsidi BTN iB	25
4.3 Alur Proses Pengajuan KPR Subsidi dan Non Subsidi	31
4.4 Hasil Wawancara Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Konvensinoal Bandung dalam Penerapan Marketing Mix Strategy.....	39
4.5 Tantangan dan Hambatan Yang Dihadapi PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Dalam Mengimplementasi Program Sejura Rumah.....	47
BAB V	50
PENUTUP.....	50
5.1 Kesimpulan.....	50
5.2 Saran	52
DAFTAR PUSTAKA	54

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Pedoman Wawancara 7P	17
Tabel 2 Program KPR Bersubsidi	22
Tabel 3 Program KPR Bersubsidi	22
Tabel 4 Segmentasi Proses KPR Subsidi.....	23
Tabel 5 Tahapan Pencairan Rumah Tapak	28
Tabel 6 Tahapan Pencairan Rumah Susun/Apartement	28
Tabel 7 Kelengkapan Dokumen	40
Tabel 8 Simulasi KPR FLPP 2022.....	42
Tabel 9 Syarat, Kriteria dan Ketentuan.....	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Alur Proses KPR Tapera	25
Gambar 2 Margin Promo (Fixed Income)	27
Gambar 3 Margin Promo (Non Fixed Income).....	27
Gambar 4 Ujroh Promo (Fixed Income).....	30
Gambar 5 Bukti Fisik BTN Properti.....	47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembaran Formulir Kartu Monitoring dan Pengesahan Judul	58
Lampiran 2 Data Wawancara	59
Lampiran 3 Dokumentasi Wawancara	63