

ABSTRAK

Perbankan saat ini dihadapkan oleh beragam keunggulan produk dan layanan dari bank kompetitor dimana setiap bank memiliki strategi masing-masing dalam mengembangkan keberlanjutan bisnisnya salah satu bentuk pengembangan perbankan saat ini yakni dengan menawarkan layanan prioritas. Bank-bank saat ini memiliki layanan prioritas yang beragam sehingga masyarakat saat ini memiliki banyak pilihan terhadap layanan prioritas. Penelitian bertujuan untuk mengetahui dimanakan posisi Bank Jatim jika dibandingkan dengan Bank pesaing yakni Bank BTN, Bank BJB, Bank Mega dan Bank Bukopin mengingat Bank Jatim sebagai Bank Pembangunan Daerah yang sedang bertansformasi menjadi bank berskala nasional mempersepsikan sebagai bank yang memberikan layanan prioritas yang berkelas dengan minimum penempatan yang rendah yakni hanya Rp.250 juta jika dibandingkan dengan bank pesaing.

Oleh sebab itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Bank Jatim dipersepsikan sebagai bank yang memiliki keunggulan pada tujuh atribut layanan prioritas serta penelitian ini menggunakan *perceptua mapping* untuk mengetahui *positioning* Bank Jatim dibandingkan bank pesaing dengan menggunakan *Multidimensional Scaling*. Dari hasil pemetaan persepsi terlihat bahwa Bank Jatim hanya unggul pada atribut layanan *Airport Lounge* dibandingkan dengan atribut lainnya. Oleh sebab itu perlu dilakukan *Focus Group Discussion* dengan manajemen Bank Jatim untuk menyusun strategi *Marketing Mix* dalam mengembangkan Layanan Jatim Prioritas.

Kata kunci : *Multidimensional Scaling, Positioning, Bank Jatim, Marketing Mix*