

ABSTRAK

Hotijah 2019, *Strategi Segmentasi Penentuan Target dan Posisi Pasar pada Produk Simpanan Lebaran (SABAR) BMT NU Kantor Cabang Galis Pamekasan*. Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Pembimbing Farid Firmansyah, MM.

Kata Kunci: *Segmentasi, Penentuan Target, dan Penentuan Posisi Pasar*

Suatu lembaga keuangan syariah (*Baitul Mal Wa Tamwil*) dapat dikatakan berhasil jika mampu mengembangkan produk usaha yang dimilikinya agar dapat memenuhi kebutuhan para konsumen secara tepat dan menciptakan produk yang bermanfaat dengan biaya yang murah dan dengan cara yang mudah. Seperti yang telah diketahui bahwa pasar untuk suatu produk itu sangat luas dan penuh dengan persaingan, untuk memenangkan persaingan tersebut maka lembaga keuangan syariah harus menyusun strategi segmentasi, penentuan target pasar, dan posisi pasar yang tepat agar konsumen tertarik dengan produk yang ditawarkan. Dalam penelitian ini, ada dua fokus yang menjadi kajian pokok dalam penelitian ini yaitu: *pertama*, bagaimana strategi segmentasi, penentuan target dan posisi pasar yang dilaksanakan oleh *Baitul Mal Wa Tamwil* Nuansa Umat Galis Pamekasan pada produk simpanan lebaran, *kedua* yaitu bagaimana perkembangan jumlah anggota simpanan lebaran *Baitul Mal Wa Tamwil* Nuansa Umat Galis setelah strategi segmentasi, penentuan target, dan posisi pasar dilaksanakan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian *deskriptif*. Sumber data yang diperoleh yaitu melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini adalah kepala cabang, juru tabungan, dan anggota simpanan lebaran. Kemudian sumber data tersebut dianalisis untuk mencapai tujuan akhir melalui beberapa tahapan yang sudah ditentukan.

Baitul Mal Wa Tamwil Nuansa Umat Cabang Galis Pamekasan memiliki beberapa produk tabungan, yakni setiap tabungan memiliki segmentasi pasar tersendiri. Sedangkan untuk produk simpanan lebaran lebih disegmentasikan kepada calon anggota yang tinggal di kecamatan larangan, kecamatan galis, dan kecamatan pademawu. Selain itu juga disegmentasikan kepada calon anggota yang berprofesi sebagai pedagang dan ibu rumah tangga.

Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa: variabel segmentasi produk simpanan lebaran yang digunakan oleh *Baitul Mal Wa Tamwil* Nuansa Umat Cabang Galis Pamekasan adalah segmentasi geografis, dan segmentasi demografis. Sedangkan untuk penentuan target pasarnya menggunakan strategi pemasaran cakupan pasar dengan pembedaan, dan untuk penentuan posisi pasarnya, *Baitul Mal Wa Tamwil* Nuansa Umat Cabang Galis Pamekasan lebih menggunakan atas dasar atribut dan kesempatan penggunaan. Sehingga, setelah strategi STP tersebut terlaksana, produk SABAR setiap tahunnya mengalami jumlah peningkatan anggota. Dari kesimpulan tersebut, maka disarankan kepada pihak kantor untuk lebih berhati-hati dalam menentukan target pasarnya agar target yang sudah ditentukan dapat menguntungkan bagi kantor sendiri.