

ABSTRAK

Nur Diana Weny Yanti, 2021, *Strategi Segmentasi, Target Dan Posisi Pasar Pada Produk Pembiayaan Qardhul Hasan Dalam Upaya Peningkatan Jumlah Mitra Di KSPP Syariah BMT Nuansa Umat Jawa Timur Cabang Guluk-guluk Sumenep*, Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Madura (IAIN), Dosen Pembimbing Shalehoddin, Lc, M.M.

Kata Kunci : *Segmentasi Target Posisi Pasar, Qardhul Hasan*

Pada hakikatnya setiap lembaga keuangan syariah memerlukan strategi pemasaran untuk meningkatkan dan memperluas pangsa pasarnya. Segmentasi pasar, target pasar dan posisi pasar merupakan elemen terpenting dalam pemasaran yang dapat menentukan keberhasilan suatu lembaga keuangan syariah dalam memilih pasar mereka. BMT NU Cabang Guluk-guluk menerapkan strategi *segmenting, targeting* dan *positioning* sebagai proses awal sebelum menawarkan produk-produk pembiayaannya. Salah satu produknya yaitu pembiayaan *Qardhul Hasan* dimana produk ini merupakan suatu pinjaman lunak yang diberikan atas dasar kewajiban sosial semata. Dengan diterapkannya strategi STP ini, BMT NU Cabang Guluk-guluk mampu menawarkan produk-produk pembiayaannya dengan tepat sasaran.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif yaitu data yang dikumpulkan berupa kata-kata bukan angka-angka. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Pengumpulan data diperoleh melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis data melalui empat tahapan; pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Pengecekan keabsahan data melalui dua teknik; ketekunan pengamatan dan triangulasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan KSPPS BMT Nuansa Umat Jawa Timur Cabang Guluk-guluk Sumenep dalam upaya peningkatan jumlah mitra yaitu pertama, menerapkan segmentasi geografis, demografis, psikografis dan tingkah laku. Kedua, target pasar menunjuk pada masyarakat dengan tingkat perekonomian menengah ke bawah seperti pengusaha kecil dan petani. Ketiga, posisi pasar dilakukan dengan mendesain citra lembaga dengan baik. Strategi STP yang diterapkan di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Guluk-guluk Sumenep pada produk pembiayaan *Qardhul Hasan* dapat dikatakan efektif.