

## ABSTRAK

**Inayatul Mustafidah**, 2021, *Implementasi Strategi Pemasaran (Segmenting Targeting dan Positioning) Pada Produk Tabungan Mudharabah (TABAH) Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Di KSPPS BMT NU Cabang Kadur*, Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Madura, Dosen Pembimbing: Sholehoddin, Lc, M.M.

**Kata Kunci:** Implementasi Strategi Pemasaran (*Segmenting Targeting dan Positioning*) Produk Tabungan Mudharabah (TABAH).

KSPPS BMT NU Cabang Kadur merupakan koperasi yang bergerak dalam bidang memberikan jasa simpanan kepada masyarakat. Salah satunya adalah produk tabungan mudharabah (TABAH). Tabungan ini merupakan tabungan yang paling banyak peminatnya dan sangat digemari. Dengan adanya tingkat persaingan yang semakin ketat antar BMT dan lembaga keuangan lainnya, maka dalam memasarkan produknya tersebut diperlukan strategi agar bisa menarik minat calon anggota, salah satunya yaitu strategi pemasaran STP. Maka berdasarkan konteks diatas yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah: *pertama*, Bagaimana Implementasi Strategi Pemasaran (*Segmenting Targeting dan Positioning*) Pada Produk Tabungan Mudharabah (TABAH) dalam Meningkatkan Jumlah Anggotanya di KSPPS BMT NU Cabang Kadur. *Kedua*, Bagaimana Efektifitas Stategi Pemasaran (*Segmenting Targeting dan Positioning*) Pada Produk Tabungan Mudharabah (TABAH).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian kualitatif deskriptif, yang dalam hal ini menggunakan tiga teknik pengumpulan data, yaitu teknik observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, Implementasi Strategi Pemasaran (*Segmenting Targeting dan Positioning*) Pada Produk Tabungan Mudharabah (TABAH) dalam meningkatkan Jumlah Anggota di KSPPS BMT NU Cabang Kadur meliputi *Pertama*, yaitu **Segmentasi** Geografis, demografis, dan psikografis. *Kedua*, **Targeting** yaitu KSPPS BMT NU Cabang Kadur lebih fokus pada pedagang dan petani. *Ketiga*, **Positioning** yakni KSPPS BMT NU Cabang Kadur memperlihatkan keuanikan atau ciri khas dari tabungan mudharabah (TABAH) seperti tabungan bisa diambil kapan saja, mudah, memperoleh bagi hasil 40% setiap bulannya juga mendapatkan bonus berupa sembako. Efektifitas Stategi Pemasaran STP Pada Produk Tabungan Mudharabah (TABAH), yaitu dinilai efektif dan berhasil, hal ini terbukti dengan selalu meningkatnya jumlah anggotanya dari tahun 2018 hingga tahun 2020 secara signifikan, juga dengan adanya respon positif dari anggota.