

ABSTRAK

Mas'odi, 2021, Strategi Pemasaran Segmenting, Targeting, Positioning Pada produk Lasisma di BMT NU Cabang Batuputih, Skripsi Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Madura. Dosen Pembimbing Dr. H. Rudy Haryanto, SST. MM

Strategi pemasaran merupakan salah satu ujung tombak dari sebuah perusahaan. maka sangat dibutuhkan strategi pemasaran sebagai alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan. Perusahaan harus dapat melakukan strategi pemasaran yang tepat agar dapat melayani seluruh pelanggan yang jumlahnya tidak sedikit serta memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda-beda.

Fokus penelitian tersebut adalah 1. Bagaimana Strategi Pemasaran *Segmenting, Targeting* dan *Positioning* Pada Produk Lazisma di BMT NU Cabang Batuputih. 2. Bagaimana Peluang dan Tantangan Pemasaran *Segmenting, Targeting*, dan *Positioning* Pada Produk Lazisma di BMT NU Cabang Batuputih.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Sumber data yang diperoleh melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini adalah kepala cabang, bagian Lasisma, bagian pembiayaan, dan juga beberapa Nasabah Lasisma. Sedangkan pengecekan keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini ialah menggunakan perpanjangan keikutsertaan, ketekunan pengamatan dan triangulasi.

Hasil penelitian yang pertama menunjukkan bahwa dengan ditetapkannya strategi pemasaran yang terarah akan dapat membantu perusahaan dalam menyampaikan produk kepada Nasabah sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya, yaitu dengan cara menerapkan strategi pemasaran *segmenting, targeting, dan positioning* pada produk Lasisma dan juga peluang dan tantangan strategi pemasaran *segmenting, targeting, dan positioning* pada produk Lasisma di BMT NU Cabang Batuputih. Hasil yang kedua menunjukkan bahwa peluang dan tantangan yang pertama kita harus mengamati kebutuhan yang dibutuhkan oleh para konsumen dengan mengeluarkan produk Lasisma dan produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka dan tantangan dikarenakan adanya lembaga lain yang juga menerapkan sistem strategi yang sama maka akan secara otomatis membuat BMT NU Cabang Batuputih.