**ABSTRAK**

Shofia Noer Qomary, Strategi *Segmenting*, *Targeting* dan *Positioning* Pada produk tabungan gaul ib berbasis *fintech*  dalam meningkatkan Minat nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan, Skripsi, Perbankan Syariah, Ekonomi dan Bisnis Islam, Pembimbing Ainol Yakin, M.M

Kata kunci: *Strategi, Segmenting*, *Targeting* dan *Positioning, Minat Nasabah*

Perkembangan teknologi informasi dalam rangka meningkatkan layanan kepada masyarakat, perbankan harus melakukan perubahan sesuai tuntutan masyarakat yang menginginkan dalam proses pelayanan mendapat kemudahan dan cepat. Di era saat ini masyarakat mengalami perubahan pola konsumsi dan perilaku dalam memanfaatkan layanan atau jasa keuangan, mereka menginginkan sesuatu yang instan atau mudah didapatkan, jadi perlu adanya inovasi produk perbankan disesuaikan dengan kebutuhan nasabah.

Berdasarkan hal tersebut maka ada 2 permasalahan yang menjadi kajian pokok dalam penelitian ini *pertama,* bagaimana Penerapan Strategi *Segmenting, targeting* dan *positioning* Pada produk tabungan gaul ib berbasis *fintech*  dalam meningkatkan Minat nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan. *Kedua,*bagaimana minat nasabah setelah diterapkan Strategi *Segmenting, targeting* dan *positioning* Pada produk tabungan gaul ib berbasis *fintech* di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan jenisnya diskriptif. Sumber data diperoleh melalui metode wawancara, observasi dan dokumentasi, informannya adalah Karyawan BPRS Bhakti Sumekar cabang Pamekasan dan Nasabah pada bulan Maret sampai dengan bulan Mei 2021 sebanyak 6 orang. Sedangkan pengecekan keabsahan data dilakukan melalui perpanjangan keikutsertaan, ketekunan pengamatan dan triangulasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Penerapan *Segmenting*, *Targeting* dan *Positioning* di BPRS Bhakti Sumekar Pamekasan. Segmentasi pasar berdasarkan geografis pada tabungan gaul ib meliputi masyarakat yang berada di sekitar kabupaten Pamekasan seperti Pamekasan Kota, Pademawu, Proppo, Palengaan dan kecamatan lain diseluruh Pamekasan. Demografis tentang jenis kelamin, usia, pendidikan dan pendapatan. Yaitu semua jenis kelamin dari usia 17-35 tahun yang memiliki kartu identitas tanpa membedakan kelas sosial dan pengetahuan nasabah. Psikografis disasarkan pada masyarakat yang gemar menabung dan gemar menggunakan *smartphone* disegala aktifitasnya terutama dalam keuangan. Berdasarkan Perilaku diarahkan pada masyarakat yang menginginkan kemudahan dan manfaat yang akan didapatkan. *Targeting* tabungan gaul ib disesuaikan dengan segmentasi pasar yang sudah ditetapkan . Evaluasi penetapan target pasar dengan melakukan strategi ukuram dan pertumbuhan pasar serta menetapkan target pasar berdasarkan *Difirianted Marketing*. *Positioning* memosisikan produknya atas dasar atribut sebagai produk tabungan yang mudah dan praktis, Dan juga berdasarkan kategori produk, tabungan gaul ib tidak hanya untuk menabung namun juga bisa sebagai sarana investasi. Efektifitas Strategi *Segmentng, Targeting* dan *Positioning* yang dierapkan oleh BPRS Bhakti Sumekar cabang Pamekasan efektif, karena walaupun tabungan gaul ib terbilang masih baru namun jumlah nasabah sudah bisa dikatakan banyak. Dan mendapat respon positif dari nasabah tabungan gaul ib sesuai dengan kebutuhan nasabah.