

ABSTRAK

Subaidi, 2022, “Analisa *Segmenting, Targeting, dan Positioning* Dalam Upaya Meningkatkan Minat Nasabah Pada Tabungan Barokah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran” Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Madura, Pembimbing: Dr. Sri Handayani, M.M

Kata kunci: Analisa *Segmenting, Targeting, dan Positioning*, Minat Nasabah Pada Tabungan Barokah

Keberhasilan suatu lembaga keuangan syariah dalam mempertahankan kontinuitas atau kelangsungan hidupnya bisa dicapai bila lembaga keuangan syariah tersebut memiliki pandangan keluar dan selalu memonitor keadaan lingkungan yang berubah-ubah serta menyesuaikan usaha pemasarannya berdasarkan peluang yang dimiliki. Pemasaran memiliki peranan pokok dalam peta bisnis suatu perusahaan dan berkontribusi terhadap strategi produk agar produk yang mau dipasarkan diminati oleh nasabah. Salah satu cara agar produk bisa diminati oleh nasabah dengan melakukan analisa *segmenting, targeting, dan positioning* terhadap produk yang mau dipasarkan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “Analisa *Segmenting, Targeting, dan Positioning* Dalam Upaya Meningkatkan Minat Nasabah Pada Tabungan Barokah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran” dua persoalan pokok, sehingga menghasilkan fokus penelitian. *Pertama* bagaimana Analisa *Segmenting, Targeting, dan Positioning* Dalam Upaya Meningkatkan Minat Nasabah Pada Tabungan Barokah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran yang ke dua bagaimana peluang dan hambatan Analisa *Segmenting, Targeting, dan Positioning* Dalam Upaya Meningkatkan Minat Nasabah Pada Tabungan Barokah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Sumber data diperoleh melalui wawancara, observasi dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa. *Pertama* bagaimana Analisa *Segmenting, Targeting, dan Positioning* Dalam Upaya Meningkatkan Minat Nasabah Pada Tabungan Barokah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran. yaitu Segmentasi disini di fokuskan pada para nelayan dan orang-orang di pasar bandaran berdasarkan geografis, Demografi, dan Psikografi sedangkan Penetapan target pasar lebih fokus kepada mereka yang berprofesi sebagai nelayan. *ke dua* Bagaimana Peluang dan Hambatan Analisa *Segmenting, Targeting, dan Positioning* Dalam Upaya Meningkatkan Minat Nasabah Pada Tabungan Barokah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran

Peluang dan hambatan dari segmentasi berdasarkan georafinya gampang memberikan informasi Sedangkan hambatannya adalah jalur aksesnya terlalu sempit, Berdasarkan demografi dapat bersosialisasi secara umum sedangkan hambatannya adalah kadang kalah dengan arisan. Berdasarkan Psikografi peluangnya untuk promosi besar, hambatannya adanya arisan, midreng, dan juga dari. Peluang *targeting* adalah targetnya semua golongan, sedangkan hambatannya ada lembaga lain disekitarnya.