

## ABSTRAK

**Ahmad Fawaz Ikromi**, 2023, *Implementasi Segmenting, Targeting, dan Positioning Pada Produk Tabungan Mudharabah (TABAH) di KSPPS BMT Nuansa Umat Cabang Pragaan Sumenep*, Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Madura (IAIN), Dosen Pembimbing: Dr. R. Agoes Kamaroellah, M.Si.

**Kata Kunci:** Implementasi *Segmenting, Targeting, dan Positioning*, KSPPS BMT Nuansa Umat Cabang Pragaan Sumenep, Tabungan Mudharabah (TABAH).

KSPPS BMT Nuansa Umat Cabang Pragaan merupakan koperasi yang bergerak dalam bidang jasa simpan pinjam kepada masyarakat. Salah satunya ialah produk tabungan mudharabah (TABAH). Tabungan ini merupakan tabungan yang sangat digemari dan banyak peminatnya. 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 dengan strategi pemasaran STP. Maka berdasarkan konteks penelitian diatas yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah: *Pertama*, Bagaimana Penerapan Segmenting, Targeting, dan Positioning Pada Produk Tabungan Mudharabah (TABAH) di KSPPS BMT Nuansa Umat Cabang Pragaan Sumenep. *Kedua*, Bagaimana Hambatan Dalam Penerapan Segmenting, Targeting, dan Positioning Pada Produk Tabungan Mudharabah (TABAH) di KSPPS BMT Nuansa Umat Cabang Pragaan Sumenep.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian deskriptif dengan memperoleh sumber data dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Pada penelitian ini informan terdiri dari Kepala Cabang, Bagian Tabungan, Staff Administrasi, serta Anggota KSPPS BMT Nuansa Umat Cabang Pragaan Sumenep.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan segmenting, targeting, dan positioning pada produk tabungan mudharabah (TABAH) di KSPPS BMT Nuansa Umat Cabang Pragaan Sumenep antara lain *Pertama*, memilih Segmentasi berdasarkan Geografis, Demografis, dan Psikografis. *Kedua*, Targeting atau target pasar dari KSPPS BMT Nuansa Umat Cabang Pragaan Sumenep lebih mengarah kepada masyarakat dari segi ekonomi menengah kebawah seperti pedagang, petani, nelayan, dan lain-lain. *Ketiga*, Positioning dari KSPPS BMT Nuansa Umat Cabang Pragaan Sumenep adalah dengan memperlihatkan keunikan atau ciri khas dari tabungan mudharabah (TABAH) seperti dalam tabungan ini bisa diambil kapan saja, memperoleh bagi hasil 40% setiap bulannya dan juga mendapatkan bonus berupa sembako. Hambatan dalam penerapan segmenting, targeting, dan positioning pada produk tabungan mudharabah di KSPPS BMT NU Cabang Pragaan dibagi menjadi tiga macam yaitu yang pertama adalah hambatan dalam melakukan segmentasi. Yang kedua adalah hambatan dalam melakukan targeting. Yang ketiga adalah hambatan dalam melakukan positioning.