

**ANALISIS STRATEGI SEGMENTASI PASAR  
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH  
PRODUK TABUNGAN MUDHARABAH (TABAH)  
DI KSPP.SYARIAH BMT NUANSA UMAT JAWA TIMUR  
CABANG MAYANG JEMBER**



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

Oleh :  
**ALFIA MAULIDA**  
**NIM. E20161137**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI AHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
JUNI 2023**

**ANALISIS STRATEGI SEGMENTASI PASAR  
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH  
PRODUK TABUNGAN MUDHARABAH (TABAH)  
DI KSPP. SYARIAH BMT NUANSA UMAT JAWA TIMUR  
CABANG MAYANG JEMBER**

**SKRIPSI**

diajukan Kepada Universitas Kiai Haji Ahmad Siddiq Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi Perbankan Syariah



Oleh :  
**ALFIA MAULIDA**  
NIM. E20161137

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI AHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
JUNI 2023**

**ANALISIS STRATEGI SEGMENTASI PASAR  
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH  
PRODUKTABUNGAN MUDHARABAH (TABAH) DI KSPP. SYARIAH  
BMT NUANSA UMAT JAWA TIMUR CABANG MAYANG JEMBER**

**SKRIPSI**

diajukan kepada Universitas Islam Negeri KH. Achmad Siddiq Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi Perbankan Syariah

Oleh

**ALFIA MAULIDA**  
NIM. E20161137

Disetujui Pembimbing :



**Nur Hidayat, S.E., M.M**

NIP. 201603132

**ANALISIS STRATEGI SEGMENTASI PASAR  
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH  
PRODUK TABUNGAN MUDHARABAH (TABAH) DI KSPP. SYARIAH  
BMT NUANSA UMAT JAWA TIMUR CABANG MAYANG JEMBER**

**SKRIPSI**

telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu  
persyaratan memperoleh gelar sarjana ekonomi (S.E)

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi Perbankan Syariah

Hari : Rabu  
Tanggal : 21 Juni 2023

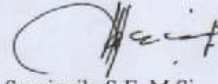
Tim Penguji

Ketua



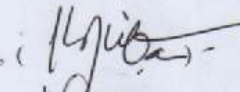
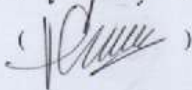
M. Saiful Anam, M.Ag  
NIP.197111142003121002

Sekretaris



Suprianik, S.E, M.Si  
NIP.198404162019032008

Anggota:

1. Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si., (  )
2. Nur Hidayat, S.E., M.M (  )

Mempersetujui

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si.,  
NIP.196808072000031001

## MOTTO

لَهُ مُعَقِّبَاتٌ مِنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ يَحْفَظُونَهُ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ  
مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ ۗ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ ۗ وَمَا  
لَهُمْ مِنْ دُونِهِ مِنْ وَالٍ

Artinya:

“Bagi manusia ada malaikat-malaikat yang selalu mengikutinya bergiliran, di muka dan di belakangnya, mereka menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap sesuatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya; dan sekali-kali tak ada pelindung bagi mereka selain Dia. (QS.Ar-Ra’d:11)”<sup>1</sup>



<sup>1</sup> CV. Alfatih Berkah Cipta, *Alquran dan Terjemahannya*, ( Surabaya: Mushaf Khadijah, 2002), 250.

## PERSEMBAHAN

Dengan menyebut nama Allah SWT yang maha pengasih lagi maha penyayang dan bagi Rasul Nabi Muhammad SAW, semoga skripsi ini dapat ridho di sisinya, dan sebagai tanda terimakasih, saya persembahkan karya sederhana ini kepada:

1. Kedua orang tuaku tercinta, Ibu Saodah dan Bapak Suneto yang tidak berhenti-hentinya mendokan, mendukung dan selalu memberikan motivasi ketika mulai putus asa, dan selalu mendukung dari awal kuliah hingga saat ini.
2. Kakakku Alfan Soebandi serta seluruh keluargaku yang selalu memberikan semangat.
3. Seluruh Guru Sekolah mulai SD sampai SMA, Guru Mengaji dan Dosen telah memberikan Ilmu selama ini.
4. Rekan-rekanku kelas PS4 Perbankan Syariah tercinta yang saling memberikan dukungan dan saling memotivasi dalam menyelesaikan tugas akhir.
5. Nurul laily alfin sahabat tercinta yang selalu mendukung dan membantu untuk menyelesaikan tugas akhir
6. Babus sofyani sauri yang selalu mendukung dan bersabar menunggu untuk menyelesaikan tugas akhir.

## KATA PENGANTAR



Dengan menyebut nama Allah yang maha pengasih lagi maha penyayang. Segala puji bagi Allah SWT sang penguasa alam semesta. Semoga sholawat serta keselamatan tercurahkan selalu kepada Nabi dan Rasul termulia, Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabat-sahabatnya. Sungguh atas nikmat dan anugerah-Nya, perencanaan, pelaksanaan, dan penyelesaian skripsi sebagai salah satu syarat menyelesaikan program sarjana. Sehingga dapat terselesaikan skripsi dengan judul **“ANALISIS STRATEGI SEGMENTASI PASAR DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PRODUK TABUNGAN MUDHARABAH (TABAH) DI KSP. SYARIAH BMT NUANSA UMAT JAWA TIMUR CABANG MAYANG JEMBER”**.

Terselasaikannya skripsi ini berkat adanya bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak yang terkait. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyadari dan menyampaikan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto , SE., MM selaku Rektor UIN KH Ahmad Siddiq Jember..
2. Bapak Dr. Khamdan Rifa’I, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KH Ahmad Siddiq Jember beserta staffnya yang telah memberi kesempatan kepada penyusun melaksanakan hasil studi selama di bangku perkuliahan.
3. Ibu Hj. Nurul Setianingrum, SE,M.M Selaku koordinator prodi Perbankan Syariah yang telah memberikan kesempatan kepada penyusun melaksanakan hasil studi selama di bangku perkuliahan.
4. Bapak Nur Hidayat, S.E., M.M selaku dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, mencurahkan pikiran, pengarahan serta memberikan bimbingan dalam menyusun skripsi ini.
5. Semua pihak yang telah membantu penulisan baik secara langsung maupun tidak langsung dalam menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca demi kesempurnaan skripsi di masa mendatang.

Semua skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan terutama penulis sendiri.



Jember, 21 Juni 2023

Penulis

**ALFIA MAULIDA**

**NIM. E20161137**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R



## ABSTRAK

**Alfia Maulida, Nur Hidayat, S.E., M.M 2023:** *Analisis Strategi Segmentasi Pasar Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Mudharabah (Tabah) di KSPP. Syariah BMT Nuansa Umat Jawa Timur Cabang Mayang Jember*

Sebagai salah satu lembaga keuangan syariah. BMT dipercaya lebih mempunyai peluang untuk berkembang dibandingkan dengan lembaga keuangan lain yang berpotensi secara konvensional. Meskipun untuk mencapai tujuan ini diperlukan kerja keras untuk mewujudkannya. Namun, disamping itu BMT mampu menciptakan strategi segmentasi pasar yang bagus agar dapat meningkatkan jumlah nasabah.

Fokus penelitian ini adalah “Bagaimana strategi segmentasi pasar yang dilakukan pada KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Mayang Jember, Apa kendala yang di hadapi KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Mayang Jember dalam mengimplementasikan strategi segmentasi pasar untuk meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan Mudharabah (Tabah).

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan strategi segmentasi pasar dan kendala yang di hadapi KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Mayang Jember dalam mengimplementasikan strategi segmentasi pasar untuk meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan mudharabah (Tabah). Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan etnografi menggunakan teknik observasi, interview, dan dokumentasi. Subyek penelitian menggunakan teknik *purposive*. Adapun analisis datanya menggunakan reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan. Sedangkan untuk menguji keabsahan datanya menggunakan triangulasi sumber yaitu mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.

Analisis terhadap hasil temuan data, penelitian ini dapat menyimpulkan bahwa analisis strategi segmentasi pasar dalam meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan mudharah (Tabah) di KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Mayang Jember menggunakan pendekatan demografi, geografik dan Psikologik/ psikografis. BMT NU memasarkan produk tabungan mudharabahnya melewati promosi (promotion) dengan penyebaran brosur dengan melakukan *door to door* ke rumah nasabah atau instansi-instansi dan juga adanya sistem jumpot bola yang dapat mempermudah nasabah. BMT NU selalu memperhatikan kepuasan nasabah juga, kualitas pelayanan, guna menciptakan loyalitas pelanggan. Karena apabila nasabah puas maka nasabah akan loyal.

Kata kunci: *Segmentasi pasar, Tabungan Mudharabah (Tabah)*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Konteks Penelitian .....	1
B. Fokus Penelitian.....	5
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	6
E. Definisi Istilah.....	8
F. Sistematika Pembahasan .....	9
<b>BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN .....</b>	<b>11</b>
A. Penelitian Terdahulu .....	11
B. Kajian Teori .....	28
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	35
B. Subyek Penelitian.....	35
C. Lokasi Penelitian.....	36
D. Teknik Pengumpulan Data.....	37
E. Analisis Data .....	39
F. Keabsahan Data.....	40
G. Tahap-tahap Penelitian.....	41
<b>BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS .....</b>	<b>45</b>
A. Gambaran Obyek Penelitian .....	45

B. Penyajian Data danr Analisis .....	65
C. Pembahasan Temuan.....	74
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>82</b>
A. Kesimpulan .....	82
B. Saran-saran .....	83
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>84</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
1. Pernyataan Keaslian Tulisan	
2. Matrik Penelitian	
3. Permohonan Ijin Peneltian	
4. Jurnal Peneltian	
5. Surat Keterangan Selesai Penelitian	
6. Dokumentasi Penelitian	
7. Biodata Penulis	



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
 KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
 J E M B E R

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Jumlah Bank Dan Kantor Bank (Unit) di Indonesia.....	1
Tabel 1.2 Daftar jumlah nasabah produk tabungan mudharabah (Tabah) BMT NU Cabang Mayang Jember .....	4
Tabel 1.3 Penelitian Terdahulu .....	19
Tabel 1.4 Struktur BMT NU Jawa Timur Cabang Mayang Jember .....	52



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Problem ekonomi saat ini adalah belum tuntasnya masalah kemiskinan dan tingkat pengangguran yang cukup besar, hal ini dikarenakan neraca pertumbuhan ekonomi lebih banyak pada sektor makro.<sup>2</sup> Untuk mengatasi permasalahan ekonomi mikro maka terbentuknya lembaga keuangan mikro yang telah terbukti efektif mengatasi kemiskinan di negara berkembang termasuk di Indonesia. Lembaga Keuangan Mikro (LKM) bersinggungan langsung dengan masyarakat sektor riil terutama pada usaha kecil dan menengah yang jumlahnya cukup banyak di Indonesia.

Tabel 1.1  
Daftar Jumlah Bank Dan Kantor Bank (Unit) di Indonesia

Kelompok Bank dan Kantor	Bank			Kantor bank (unit)		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021
Bank Umum Konvensional- Bank Persero	4	4	4	17622	17307	18166
Bank Umum Konvensional- Bank Pembangunan Daerah	24	25	25	4212	4226	5122

<sup>2</sup> Romadoni And Herianingrum, "Fungsi Lembaga Keuangan Mikro Syariah Dalam Mendorong Keuangan Inklusif Dan Sektor Rill (BMT NU Timur Di Sumenep)", 815.

Kelompok Bank dan Kantor	Bank			Kantor bank (unit)		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021
Bank Umum Konvensional- Bank Swasta Nasional	60	58	58	7352	7144	7193
Bank Umum Konvensional Kantor Cabang Asing	8	8	8	36	36	27
Bank Umum Syariah- Bank Pembangunan Daerah	2	2	2	184	195	190
Bank Umum Syariah- Bank Swasta Nasional	12	12	10	1721	1825	1833
Jumlah Bank Umum	110	109	107	31127	30733	32531
Bank Perkreditan/ Pembiayaan Rakyat- BPR Konvensional	1545	1560	1468	5943	5913	5871
Bank Perkreditan/ Pembiayaan Rakyat- BPR Syariah	164	163	164	619	627	659
Jumlah Bank Perkreditan/ Asian Development Bank (ADB) menjabarkan bahwa Lembaga keuangan mikro (LKM) merupakan lembaga penyedia jasa penyimpanan, kredit, pembayaran berbagai Pembiayaan Rakyat	1709	1669	1632	6562	6540	6530

Sumber : BPS.go.id (2021)

Melesatnya perkembangan Lembaga Keuangan Mikro di Indonesia kemudian terbentuklah Lembaga Keuangan Mikro Syariah. Mayoritas penduduk di Indonesia beragama berbagai lini kehidupan termasuk dalam bidang ekonomi. Salah satu Lembaga Keuangan Mikro Syariah yang melayani masyarakat, baik simpanan maupun pembiayaan adalah *Baitul Maal wat Tamwil* (BMT).<sup>3</sup>

BMT merupakan salah satu lembaga keuangan yang merupakan kelanjutan dari ekonomi islam. BMT adalah lembaga keuangan yang bergerak sesuai dengan prinsip syari'ah.<sup>4</sup> BMT terdaftar secara resmi sebagai koperasi Keuangan Syariah di Departemen Koperasi . BMT memiliki model tabungan dan pembiayaan yang beragam, salah satunya adalah tabungan Mudharabah (Tabah).

Mudharabah (Tabah) adalah tabungan yang oprasionalnya berdasarkan akad mudharabah.Tabungan mudharabah bersifat investasi. Produk tabungan dengan prinsip *mudharabah*, bank syariah menerima investasi dari nasabah untuk jangka waktu tertentu. Keuntungan dari hasil usaha atau investasi kemudian dibagikan pada nasabah dengan prinsip bagi hasil. Bank juga mendapat keuntungan secara proporsional sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati. Adapun jumlah nasabah pada produk tabungan mudharabah (Tabah) di KSPP. Syariah BMT NU Cabang Mayang Jember dapat dilihat pada tabel di bawah ini dalm kurun waktu 2016 sampai 2022

---

<sup>3</sup> Susio, “ *Mengentaskan Kemiskinan dan Kebodohan Ummat Melalui Inklusi Keuangan Syariah (Sharia Financial Inclusion)*”,2-3.

<sup>4</sup> Ramadoni And Hherianingrum, “*Fungsi Lembaga Keuangan Mikro Syariah Dalam Mendorong Keuangan Inklusif Dan Sektor Rill (BMT NU Timur Di Sumenep)*”, 817.

**Tabel 1.2**  
**Daftar jumlah nasabah produk tabungan mudharabah ( Tabah) BMT**  
**NU Cabang Mayang Jember.<sup>5</sup>**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Nasabah Mudharabah (Tabah)</b>
2016	700 Orang
2017	1040 Orang
2018	1025 Orang
2019	1440 Orang
2020	1220 Orang
2021	1560 Orang
2022	2530 Orang

Sumber: KSPP. BMT NU Cabang Mayang Jember.

Di lihat dari pertumbuhan tabel diatas, menunjukkan bahwa pertumbuhan nasabah tabungan Mudharabah (tabah) di BMT NU tidak fluktuaktif hal ini dapat terjadi karena beberapa hal seperti manajemen pemasaran yang tidak optimal. Dalam mengatasi permasalahan di atas, perlu strategi pemasaran yang sistematis dan efektif untuk mencapai tujuan perusahaan atau bank syariah. Salah satu strategi pemasaran yang digunakan di BMT NU Cabang Mayang saat ini yaitu segmentasi pasar.

Segmentasi pasar adalah kegiatan mengelompokkan pasar, dari pasar yang bersifat heterogen menjadi bagian-bagian pasar yang memiliki bersifar homogen. Pendekatan yang di lakukan untuk strategi segmentasi pasar dalam dunia perbankan di lihat dari segi Demografi, Geografis, Psikologis/ psikografis. Melakukan segmentasi pasar ini, baik untuk konsumen maupun pasar industri, bank dapat memilih beberapa variabel sekaligus.

<sup>5</sup> Lailur Rohman, *Wawancara*, 01 juni 2023.



Segmentasi pasar berperan penting dan menjadi dasar BMT untuk memposisikan produk agar berbeda dengan pesaingnya. Bisnis perbankan merupakan bisnis yang terbangun atas dasar kepercayaan yang tinggi. Seseorang memutuskan untuk menjadi nasabah karena dia percaya terhadap layanan perbankan tersebut.

Untuk mengetahui efektivitas segmentasi pasar yang digunakan di BMT NU Cabang Mayang Jember, dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan mudharabah (Tabah), maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Segmentasi Pasar Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Mudharabah (Tabah) di KSPP. Syariah BMT Nuansa Umat Jawa Timur Cabang Mayang Jember”**

## **B. Fokus Penelitian**

Perumusan masalah dalam penelitian kualitatif disebut dengan istilah fokus penelitian. Bagian ini mencantumkan semua fokus permasalahan yang akan di cari jawabannya melalui proses penelitian<sup>6</sup>. Dalam penelitian suatu masalah meliputi semua batasan pemecahannya, beserta harapan bahwa pemecahannya ditemukan. Fokus penelitian dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana strategi segmentasi pasar yang dilakukan pada KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Mayang Jember ?
2. Apa kendala yang di hadapi KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Mayang Jember dalam mengimplementasikan strategi segmentasi pasar

---

<sup>6</sup> Tim Penyusun IAIN Jember, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* ( Jember: Iain Jember Press, 2017), 43.

untuk meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan Mudharabah (Tabah)?

### C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan gambaran tentang arah yang akan dituju dalam melakukan penelitian, tujuan penelitian harus mengacu kepada masalah-masalah yang telah dirumuskan sebelumnya. Tujuan penelitian secara umum ialah untuk menemukan, mengembangkan, maupun koreksi atau menguji kebenaran ilmu pengetahuan yang ada.<sup>7</sup> Tetapi, secara spesifik tujuan penelitian dapat dilihat sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan strategi segmentasi pasar yang dilakukan pada KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Mayang Jember.
2. Untuk mendeskripsikan kendala yang di hadapi KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Mayang Jember dalam mengimplementasikan strategi segmentasi pasar untuk meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan mudharabah (tabah).

### D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian berisi tentang kontribusi apa yang akan diberikan setelah selesai melakukan penelitian. Oleh karena itu penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan sumbangsih pemikiran guna memperkaya khazanah keilmuan tentang

<sup>7</sup> Tim Penyusun IAIN Jember, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* ( Jember: Iain Jember Press, 2017), 44.

penerapan strategi segmentasi pasar dalam meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan mudharabah (tabah) di KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Mayang Jember.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian dapat memberikan manfaat dalam mengembangkan kompetensi penelitian dan dapat menambah wawasan pengetahuan terkait dengan penerapan strategi segmentasi pasar dalam meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan mudharabah (tabah) di KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Mayang Jember.

### b. Bagi Lembaga UIN Khai Haji Acmad Siddiq Jember

Dengan adanya penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi baru dan menambah literatur tentang penerapan strategi segmentasi pasar dalam meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan mudharabah (tabah) di KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Mayang Jember.

### c. Bagi KSPP. Syariah BMT NU JATIM Cabang Mayang Jember

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan dalam menjalankan kegiatan operasional di KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Mayang Jember khususnya tentang strategi segmentasi pasar dalam meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan mudharabah (tabah).

d. Bagi nasabah di KSPP. Syariah BMT NU Cabang Mayang

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan pengetahuan dan masukan bagi nasabah, di KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Mayang Jember agar lebih efektif dalam memilih produk tabungan mudharabah (tabah) yang ada pada KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Mayang Jember.

### E. Definisi Istilah

Definisi istilah brisi ntang pngrtian istilah- istilah penting yang menjadi titik terhadap perhatian peneliti didalam judul penelitian. Tujuannya agar tidak terjadi kesalah pahaman

#### 1. Segmentasi Pasar

Segmentasi merupakan ancangan yang amat bermanfaat bagi perusahaan kecil. Segmentasi memungkinkan perusahaan kecil menyelaraskan kompetensinya dengan kebutuhan pasar sasaran sedemikian rupa sehingga mampu menciptakan target pasar (*niche market*) yang dapat dipertahankan.<sup>8</sup>

#### 2. Nasabah

Nasabah didefinisikan sebagai seseorang atau badan usaha (korporasi) yang mempunyai rekening simpanan atau pinjaman dana melakukan transaksi simpanan dan pinjaman tersebut pada sebuah bank.

<sup>8</sup> Tjiptono, strategi pemasaran, edisi IV ( yogyakarta: ANDI, 2015).

Maka dari itu nasabah penabung termasuk juga nasabah bank yang harus dipenuhi keinginan dan kebutuhannya. (UUD No. 10 Tahun 1998)<sup>9</sup>

### 3. Tabungan Mudharabah

Tabungan Mudharabah adalah kesepakatan bagi hasil ketika pemilik modal menyediakan modal sepenuhnya untuk pengusaha dalam melakukan aktivitas sebelumnya dengan syarat keuntungan yang dihasilkan akan dibagi dua menurut kesepakatan yang ditentukan sebelumnya.<sup>10</sup>

## F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan berisi tentang deskripsi alur pembahasan skripsi yang dimulai dari bab pendahuluan hingga pada bab penutup. Sistematika pembahasan ini bertujuan untuk mempermudah pemahaman terhadap keseluruhan skripsi. Adapun sistematika pembahasan dalam penyusunan skripsi ini terbagi menjadi lima bab, yaitu sebagai berikut:

**BAB I** Pendahuluan. Bab ini berusaha memberikan gambaran secara singkat mengenai keseluruhan pembahasan sekaligus memberikan rambu-rambu untuk masuk pada bab-bab berikutnya. bab ini dimulai dari konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah dan sistematika pembahasan. Fungsi bab ini untuk memperoleh gambaran secara umum mengenai pembahasan dalam skripsi ini.

**BAB II** Berisi tentang kajian kepustakaan yang membuat penelitian terdahulu dan kajian teori berkenaan dengan masalah penelitian yang hendak

<sup>9</sup> Undang-undang Dasar No.10 tahun 1998.

<sup>10</sup> Fitriani And Asmuni, "*Strategi Penghimpunan Dana Tabungan Mudharabah Pada BMT Al-Ma'arif Way Kanan*", 53.

dipecahkan sesuai dengan fokus penelitian dan tujuan penelitian. Kajian teori mencakup tentang analisis strategi segmentasi pasar dalam meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan Mudharabah (Tabah) di KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Mayang Jember. Fungsi pada bab berikutnya guna menganalisis data yang diperoleh dari penelitian.

**BAB III** Berisi tentang metode penelitian, yaitu cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Dalam bab ini dibahas mengenai pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data dan keabsahan data. Fungsi Bab ini untuk memperoleh hasil kajian yang objektif.

**BAB IV** Menjelaskan mengenai gambaran objek penelitian, pengkajian data dan analisis data, serta membahas temuan. Bagian adalah pemaparan data yang diperoleh dilapangan dan juga untuk menarik kesimpulan dalam rangka menjawab masalah yang telah dirumuskan.

**BAB V** Merupakan Bab penutup, dalam bab ini akan mendeskripsikan mengenai kesimpulan dan saran-saran dari penelitian ini, kesimpulan ini berisi tentang berbagai temuan hasil analisa dari bab-bab sebelumnya. Sedangkan saran-saran merupakan tindak lanjut dan bersifat konstruktif.

## BAB II

### KAJIAN KEPUSTAKAAN

#### A. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini peneliti mencantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang hendak dilakukan, kemudian membuat ringkasannya, baik penelitian yang terpublikasi maupun penelitian yang belum terpublikasi (skripsi, tesis, disetasi, dan sebagainya). Dengan melakukan langkah ini, maka akan dapat dilihat sejauh mana orisinalitas dan posisi penelitian yang hendak dilakukan.

Adapun kajian yang mempunyai relasi atau keterkaitan dengan kajian ini di antara lain:

- a. Yunni Rusmawati, 2017. "*Penerapan Strategi Segmentasi Pasar dan Positioning Produk Dengan Pendekatan Analisis SWOT Untuk Peningkatan Penjualan Pada UD. Surya Gemilang Motor di Surabaya*".<sup>11</sup> Dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi segmentasi pasar dan positioning meningkatkan penjualan UD. Surya Gemilang Motor. Keefektifan strategi dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT dan menunjukkan bahwa strategi yang digunakan termasuk strategi agresif (SO).

---

<sup>11</sup> Rusmawati, "*Penerapan Strategi Segmentasi Pasar dan Positioning Produk Dengan Pendekatan Analisis SWOT Untuk Peningkatan Penjualan Pada UD. Surya Gemilang Motor di Surabaya*," 911.

Persamaan dari kedua peneliti terletak pada segmentasi pasar sebagai salah satu strategi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan.

Perbedaannya terletak pada analisis data, penelitian terdahulu tidak hanya menggunakan strategi segmentasi tetapi menggunakan strategi Positioning dan analisis SWOT. Sedangkan peneliti berfokus dengan strategi segmentasi pasar.

- b. Tri Wahyuni Elis, 2017. *“Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Kepuasan Pelanggan (Nasabah) Pada Bank BPR Jatim Cabang Ponorogo”*.<sup>12</sup> Dari penelitian ini menunjukkan bahwa Bank BPR Jatim Cabang Ponorogo menggunakan segmentasi pasar untuk memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah dan produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Persamaan kedua peneliti fokus menganalisis segmentasi pasar sebagai salah satu strategi pemasaran yang dilakukan perusahaan. Kedua peneliti mengobservasi bagaimana strategi segmentasi dapat berpengaruh terhadap ketertarikan masyarakat. Metode yang digunakan dalam menganalisis segmentasi pasar.

Perbedaannya terletak pada metode analisis data. Penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian kuantitatif untuk mengetahui dalam setiap prosentase pendekatan sehingga diperoleh nilai efektivitas segmentasi secara menyeluruh. Sedangkan peneliti menggunakan analisis metode kualitatif.

---

<sup>12</sup> Wahyuni, *“Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Kepuasan Pelanggan (Nasabah) Pada Bank BPR Jatim Cabang Ponorogo,”* 102.



- c. Fullcis Nurtahjani, Asmunah Rachmi, and Masrevariantuti, 2017. *“Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Keputusan Pembelian Produk Telkom Speedy Di PT Telekomunikasi Indonesia Cabang Malang”*.<sup>13</sup>

Dari penelitian ini menjelaskan bahwa Segmentasi pasar menggunakan pendekatan geografis, demografi, psikografis dan perilaku untuk menentukan keputusan pembeli pada PT Telekomunikasi Indonesia Cabang Malang.

Persamaan dari kedua peneliti fokus menganalisis segmentasi pasar sebagai salah satu strategi pemasaran yang dilakukan perusahaan. Kedua peneliti mengobservasi bagaimana strategi segmentasi pasar berpengaruh terhadap ketertarikan masyarakat. Pendekatan dalam penggunaan segmentasi pasar yang dianalisis juga memiliki persamaan, yaitu secara geografis, demografis, dan psikografis.

Perbedaannya terletak pada metode analisis data. Penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian kuantitatif untuk mengetahui pasar dalam setiap prosentase pendekatan sehingga memperoleh nilai efektivitas segmentasi secara menyeluruh. Sedangkan peneliti menggunakan analisis metode kualitatif.

- d. Tiris Sudrartono, 2019. *“Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Tingkat Penjualan Produk Fashion Usaha Mikro Kecil”*.<sup>14</sup> Dari penelitian ini menjelaskan bahwa Strategi segmentasi pasar yang digunakan untuk

<sup>13</sup>Nurtahjani, Rachmi and Masrevariantuti, *“Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Keputusan Pembelian Produk Telkom Speedy Di PT Telekomunikasi Indonesia Cabang Malang,”* 107.

<sup>14</sup> Sudrartono, *“Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Tingkat Penjualan Produk Fashion Usaha Mikro Kecil,”* 55.

meningkatkan tingkat penjualan produk Fashion Usaha mikro kecil. Berdasarkan hasil analisis uji regresi, strategi segmentasi pasar terbukti meningkatkan penjualan.

Persamaan dari kedua peneliti menganalisis segmentasi pasar sebagai salah satu strategi pemasaran yang dilakukan perusahaan. Kedua peneliti mengobservasi bagaimana strategi segmentasi pasar berpengaruh terhadap ketertarikan masyarakat.

Perbedaannya terletak pada analisis data, peneliti terdahulu menggunakan metode menggunakan analisis metode kuantitatif. Sedangkan peneliti menggunakan metode metode kualitatif.

- e. Cindy Luis Ung Patricia, Silvy Mandey and Rotinsulu Jopie Jorie, 2019.

*“Analisis Pengaruh Strategi Segmentasi Pasar Terhadap Peningkatan*

*Kinerja Penjualan Pada PT. Astragraphia Tbk Cabang Manado”*.<sup>15</sup>Dari

penelitian ini menunjukkan bahwa segmentasi pasar untuk meningkatkan penjualan PT. Astragraphis menggunakan pendekatan secara geografis, demografis, psikografis.

Persamaannya kedua peneliti fokus menganalisis segmentasi pasar sebagai salah satu strategi pemasaran yang digunakan perusahaan. Kedua peneliti mengobservasi bagaimana strategi segmentasi pasar berpengaruh terhadap ketertarikan masyarakat. Pendekatan dalam penggunaan segmentasi pasar yang dianalisis juga memiliki persamaan, yaitu secara geografis, demografis, dan psikografis.

---

<sup>15</sup>Luis, Mandey and Jorle, *“Analisis Pengaruh Strategi Segmentasi Pasar Terhadap Peningkatan Kinerja Penjualan Pada PT. Astragraphia Tbk Cabang Manado,”* 2581.

Perbedaannya terletak pada analisis data, peneliti terdahulu menggunakan analisis regresi berganda untuk mengetahui prosentase pada setiap pendekatan sehingga diperoleh nilai efektivitas segmentasi pasar secara keseluruhan. Sedangkan peneliti menggunakan analisis metode kualitatif dan di uraikan dengan cara reduksi data, penyajian, dan penarikan kesimpulan.

- f. Ali Muhajidin, and Ifa Khoirianingrum, 2019. *“Analisis Segmentasi, Targeting, Positioning (STP) pada Zakiyya House Bojonegoro”*.<sup>16</sup> Dari penelitian ini menjelaskan bahwa Zakiyya House Bojonegoro menggunakan strategi Segmenting, Targeting dan Positioning untuk meningkatkan penjualannya juga melakukan pendekatan dari segi geografis, psikografis dan demografis.

Persamaan dari kedua peneliti terletak pada analisis segmentasi pasar sebagai salah satu strategi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan. Kedua peneliti mengobservasi bagaimana strategi segmentasi pasar berpengaruh terhadap ketertarikan masyarakat. Metode penelitian menggunakan metode Kualitatif. Pendekatan dalam penggunaan segmentasi pasar yang dianalisis juga memiliki persamaan, yaitu secara geografis, demografis, dan psikografis

Perbedaannya adalah Zakiyya House Bojonegoro tidak hanya menggunakan startegi segmentasi tetapi juga menggunakan strategi

---

<sup>16</sup> Mujahidin and Khoirianingrum, *“Analisis Segmentasi, Targeting, Positioning (STP) pada Zakiyya House Bojonegoro,”* 284.

targeting dan positioning. Sedangkan peneliti lebih memfokuskan dari segi strategi segmentasi pasar.

- g. Anggit Ahmadintya Hanggrainto, and Ni Made Gandhi Sanjiwani, 2020. *“Tren Segmentasi Pasar dan Perilaku Wisatawan Taman Bunga Amaryllis di Era 4.0”*.<sup>17</sup> Dari penelitian ini menunjukkan bahwa Segmentasi pasar pada Taman Bunga Amaryllis di Era 0.4 untuk mengetahui perilaku wisatawan menggunakan pendekatan demografi dan psikografi. Keefektifan strategi dilakukan dengan menggunakan social media euphoria, dan pengembangan bagi daya tarik wisatawan ( DTW).

Persamaan dari kedua peneliti terletak pada menganalisis segmentasi pasar sebagai salah satu strategi yang di lakukan oleh perusahaan. Pendekatan dalam penggunaan segmentasi pasar yang dianalisis juga memiliki persamaan, yaitu secara demografis, dan psikografis. Analisis penelitiannya menggunakan metode kualitatif.

Perbedaannya terletak pada pendekatan kepada masatarakat, penelitian terdahulu menggunakan segmen alosentris dan spikosentris. Sedangkan peneliti menggunakan pendekatan demografis, geografis dan psikografis.

- h. Ayu Hakiki Maryana, 2020. *“Penerapan Efektivitas Segmentasi Pasar Terhadap Peningkatan Volume Penjualan UD. Bitang Timur Di Desa Sumber Pakem Kecamatan Sumber Jambe Kabupaten Jember”*.<sup>18</sup> Dari penelitian ini menjukkan bahwa UD Bintang Timur Batik Labako di desa

<sup>17</sup> Hanggraito and Sanjiwani, *“Tren Segmentasi Pasar dan Perilaku Wisatawan Taman Bunga Amaryllis di Era 4.0,”* 54.

<sup>18</sup> Hakiki, *“Penerapan Efektivitas Segmentasi Pasar Terhadap Peningkatan Volume Penjualan UD. Bitang Timur Di Desa Sumber Pakem Kecamatan Sumber Jambe Kabupaten Jember,”* 158.

Sumber Pakem Kec. Sumberjambe menggunakan strategi segmentasi pasar dan menerapkan pendekatan secara demografis untuk meningkatkan volume penjualan.

Persamaan dari kedua peneliti terletak pada segmentasi pasar sebagai salah satu strategi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan.

Perbedaannya terletak pada pendekatan kepada masyarakat. Penelitian terdahulu lebih memfokuskan pendekatan secara demografis kepada masyarakat. Sedangkan peneliti menggunakan pendekatan secara demografis, geografis dan psikografik.

- i. Novan Hariyansah, 2021. "*Segmentasi Pasar Dalam Komunikasi Pemasaran Islam*".<sup>19</sup> Dari penelitian ini menunjukkan bahwa dalam etika islam segmentasi dalam komunikasi islam berbasis syariah orientasi bisnisnya menggunakan inovasi, efisiensi, servis, dan tanggung jawab untuk membedakan keunggulan dengan pemain pasar lainnya.

Persamaan dari kedua peneliti menggunakan strategi segmentasi pasar sebagai salah satu strategi pemasaran yang dilakukan perusahaan. Kedua peneliti mengobservasi bagaimana strategi segmentasi pasar berpengaruh terhadap ketertarikan masyarakat. Metode penelitian keduanya menggunakan kualitatif.

Perbedaannya terletak pada pendekatan kepada masyarakat. Penelitian terdahulu menggunakan pendekatan bisnis yang harus berorientasi dalam empat hal yaitu: inovasi, efisiensi servis dan

---

<sup>19</sup> Hariyansah, "*Segmentasi Pasar Dalam Komunikasi Pemasaran Islam*," 138.

bertanggung jawab. Sedangkan peneliti menggunakan pendekatan secara geografis, demografis dan psikografis.

- j. Mochamad Alifudin, Zain and M. Yunus Zamrozi, 2021. "Strategi Segmentasi Pasar Untuk Peningkatan Jumlah Nasabah Di Bmt Sidogiri Capem Sempu".<sup>20</sup> Dari penelitian ini menunjukkan bahwa BMT Sidogiri Capem Sempu untuk meningkatkan jumlah nasabah dan mengalokasikan dana menggunakan segmentasi pasar menggunakan segmentasi geografik, demografik dan psikografik dan menentukan komponen strategi dengan acuan dan basis positioning.

Persamaan kedua peneliti fokus menganalisis segmentasi pasar sebagai salah satu strategi pemasaran yang dilakukan oleh BMT. Pendekatan dalam penggunaan segmentasi pasar yang dianalisis juga memiliki persamaan, yaitu secara geografis, demografi dan psikografis.

Perbedaannya terletak pada strategi yang digunakan. Penelitian terdahulu menganalisis segmentasi pasar lebih menggunakan acuan positioning. Sedangkan peneliti menggunakan strategi segmentasi pasar untuk meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan Mudharabah (Tabah).

---

<sup>20</sup> Alifudin and Zamrozi, "Strategi Segmentasi Pasar Untuk Peningkatan Jumlah Nasabah Di Bmt Sidogiri Capem Sempu," 135.

**Tabel 1.3**  
**Persamaan dan Perbedaan**

NO	Penelitian dan Tahun Penelitian	Judul penelitian	Metode Penelitian	
			Persamaan	Perbedaan
1	(Yunni Rusmawati, 2017).	Penerapan Strategi Segmentasi Pasar dan Positioning Produk Dengan Pendekatan Analisis SWOT Untuk Peningkatan Penjualan Pada UD. Surya Gemilang Motor di Surabaya	Persamaan dari kedua peneliti terletak pada segmentasi pasar sebagai salah satu strategi pemasaran yang di lakukan oleh perusahaan.	Perbedaannya terletak pada analisis data, penelitian terdahulu tidak hanya menggunakan strategi segmentasi tetapi menggunakan strategi Positioning dan analisis SWOT. Sedangkan peneliti berfokuskan dengan strategi segmentasi pasar.

NO	Penelitian dan Tahun Penelitian	Judul penelitian	Metode Penelitian	
			Persamaan	Perbedaan
2	(Tri Wahyuni Elis, 2017).	Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Kepuasan Pelanggan (Nasabah) Pada Bank BPR Jatim Cabang Ponorogo	Persamaan kedua peneliti fokus menganalisis segmentasi pasar sebagai salah satu strategi pemasaran yang di lakukan perusahaan. Kedua peneliti mengobservasi bagaimana startegi segmentasi dapat berpengaruh terhadap ketertarikan masyarakat. Metode yang digunakan dalam menganalisis segmentasi pasar	Perbedaannya terletak pada metode analisis data. Penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian kuantitatif untuk mengetahui dalam setiap prosentase pendekatan sehingga diperoleh nilai efektivitas segmentasi secara menyeluruh. Sedangkan peneliti menggunakan analisis metode kualitatif,



NO	Penelitian dan Tahun Penelitian	Judul penelitian	Metode Penelitian	
			Persamaan	Perbedaan
3	(Fullcis Nurtahjani, Asmunah Rachmi, and Masreviantuti, 2017).	Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Keputusan Pembelian Produk Telkom Speedy Di PT Telekomunikasi Indonesia Cabang Malang	Persamaan dari kedua peneliti fokus menganalisis segmentasi pasar sebagai salah satu strategi pemasaran yang dilakukan perusahaan. Kedua peneliti mengobservasi bagaimana strategi segmentasi pasar berpengaruh terhadap ketertarikan masyarakat. Pendekatan dalam penggunaan segmentasi pasar yang dianalisis juga memiliki persamaan, yaitu secara geografis, demografis, dan psikografis.	Perbedaannya terletak pada metode analisis data. Penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian kuantitatif untuk mengetahui pasar dalam setiap prosentase pendekatan sehingga memperoleh nilai efektivitas segmentasi secara menyeluruh. Sedangkan peneliti menggunakan analisis metode kualitatif,

NO	Penelitian dan Tahun Penelitian	Judul penelitian	Metode Penelitian	
			Persamaan	Perbedaan
4	(Tiris Sudrartono, 2019).	Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Tingkat Penjualan Produk Fashion Usaha Mikro Kecil	Persamaan dari kedua peneliti menganalisis segemnetasi pasar sebagai salah satu strategi pemasaran yang di lakukan perusahaan.kedua peneliti mengobservasi bagaimana strategi segmentasi pasar berpengaruh terhadap ketertarikan masyarakat.	Perbedaannya terletak pada analisis data, peneliti terdahulu menggunakan metode menggunakan analisis metode kuantitatif. sedangkan peneliti menggunakan metode kualitatif .

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

NO	Penelitian dan Tahun Penelitian	Judul penelitian	Metode Penelitian	
			Persamaan	Perbedaan
5	(Cindy Luis Ung Patricia, Silvy Mandey and Rotinsulu Jopie Jorie, 2019).	Analisis Pengaruh Strategi Segmentasi Pasar Terhadap Peningkatan Kinerja Penjualan Pada PT. Astragraphia Tbk Cabang Manado	Persamaannya kedua peneliti fokus menganalisis segmentasi pasar sebagai salah satu strategi pemasaran yang digunakan perusahaan. Kedua peneliti mengobservasi bagaimana strategi segmentasi pasar berpengaruh terhadap ketertarikan masyarakat. Pendekatan dalam penggunaan segmentasi pasar yang dianalisis juga memiliki persamaan, yaitu secara geografis, demografis, dan psikografis.	Perbedaannya terletak pada analisis data, peneliti terdahulu menggunakan analisis regresi berganda untuk mengetahui prosentase pada setiap pendekatan sehingga diperoleh nilai efektivitas segmentasi pasar secara keseluruhan. Sedangkan peneliti menggunakan analisis metode kualitatif dan di uraikan dengan secara reduksi data, penyajian, dan penarikan kesimpulan.

NO	Penelitian dan Tahun Penelitian	Judul penelitian	Metode Penelitian	
			Persamaan	Perbedaan
6	(Ali Muhajidin, and Ifa Khoirianingrum, 2019).	Analisis Segmentasi, Targeting, Positioning (STP) pada Zakiyya House Bojonegoro		Perbedaannya adalah ZakiyyaHouse Bojonegoro tidak hanya menggunakan startegi segmentasi tetapi juga menggunakan strategi targetting dan positioning. Sedangkan peneliti lebih memfokuskan dari segi strategi segmentasi pasar
7	(Anggit Ahmadintya Hanggrainto, and Ni Made Gandhi Sanjiwani, 2020).	Tren Segmentasi Pasar dan Perilaku Wisatawan Taman Bunga Amaryllis di Era 4.0	Persamaan dari kedua peneliti terletak pada menganalisis segmentasi pasar sebagai salah satu strategi yang di lakukan oleh perusahaan. Pendekatan dalam penggunaan segmentasi pasar yang dianalisis juga memiliki persamaan, yaitu demografis, dan psikografis. Analisis penelitiannya menggunakan metode kualitatif.	Perbedaannya terletak pada pendekatan kepada masatarakat, penelitian terdahulu menggunakan segmen alosentris dan spikosentris. Sedangkan peneliti menggunakan pendekatan demografis, geografis dan psikografis.

NO	Penelitian dan Tahun Penelitian	Judul penelitian	Metode Penelitian	
			Persamaan	Perbedaan
8	(Ayu Hakiki Maryana, 2020).	Penerapan Efektivitas Segmentasi Pasar Terhadap Peningkatan Volume Penjualan UD. Bitang Timur Di Desa Sumber Pakem Kecamatan Sumber Jambe Kabupaten Jember	Persamaan dari kedua peneliti terletak pada segmentasi pasar sebagai salah satu strategi pemasaran yang di lakukan oleh perusahaan.	Perbedaannya terletak pada pendekatan kepada masyarakat. Penelitian terdahulu lebihfokuskan pendekatan secara demografis kepada masyarakat. Sedangkan peneliti menggunakan pendekatan secara demografis, geografis dan psikografik.

NO	Penelitian dan Tahun Penelitian	Judul penelitian	Metode Penelitian	
			Persamaan	Perbedaan
9	(Novan Hariyansah, 2021).	Segmentasi Pasar Dalam Komunikasi Pemasaran Islam	<p>Persamaan dari kedua peneliti menggunakan strategi segmentasi pasar sebagai salah satu strategi pemasaran yang di lakukan perusahaan. Kedua peneliti mengobservasi bagaimana strategi segmentasi pasar berpengaruh terhadap ketertarikan masyarakat. Metode penelitian keduanya menggunakan kualitatif.</p>	<p>Perbedaannya terletak pada pendekatan kepada masyarakat. Penelitian terdahulu menggunakan pendekatan bisnis yang harus berorientasi dalam empat hal yaitu: inovasi, efesiensi servis dan bertanggung jawab. Sedangkan peneliti menggunakan pendekatan secara geografis, demografis dan psikografis.</p>

NO	Penelitian dan Tahun Penelitian	Judul penelitian	Metode Penelitian	
			Persamaan	Perbedaan
10	(Mochamad Alifudin, Zain and M. Yunus Zamrozi, 2021).	Strategi Segmentasi Pasar Untuk Peningkatan Jumlah Nasabah Di Bmt Sidogiri Capem Sempu	Persamaan kedua peneliti fokus menganalisis segmentasi pasar sebagai salah satu strategi pemasaran yang di lakukan oleh BMT. Pendekatan dalam penggunaan segmentasi pasar yang dianalisis juga memiliki persamaan, yaitu secara geografis, demografi dan psikografis.	Perbedaannya terletak pada strategi yang di gunakan. Penelitian terdahulu menganalisis segmentasi pasar lebih menggunakan acuan positioning. Sedangkan peneliti menggunakan strategi segmentasi pasar untuk meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan Mudharabah (Tabah).

Sumber Data : Diolah dari Penelitian Terdahulu

Dari ke sepuluh penelitian terdahulu perbedaan yang lebih menonjol adalah dalam penelitian ini hanya menganalisis segmentasi pasar karena tarjet sasaran di BMT Nuansa Umat Mayang adalah sudah tersegmen di warga Nuansa Umat di jawa timur khususnya visi misi yng sesuai dengan pendiri di awal.

## **B. Kajian Teori**

### **a. Pengertian Segmentasi Pasar**

Menurut (kotler& armstrong) segmentasi pasar mencakup pembagian pasar menjadi kelompok-kelompok pembeli yang lebih kecil dengan kebutuhan, karakteristik, atau perilaku berbeda yang mungkin memerlukan produk atau bauran pemasaran tersendiri.<sup>21</sup>

Segmentasi pasar dapat diartikan sebagai kegiatan membagi-bagi pasar yang bersifat heterogen dari suatu produk ke dalam satuan-satuan pasar (segmen pasar) yang bersifat homogen. Segmen pasar dapat dibentuk dengan banyak cara. Salah satunya adalah dengan mengidentifikasi segmen preferensi. Tiga pola yang berbeda dapat muncul.

- a. Preferensi homogen yaitu pasar merupakan segmen yang secara kasar memiliki pilihan yang sama, misal: kecanggihan perangkat handphone berbasis android atau blackberry.
- b. Preferensi tersebar yaitu pasar menunjukkan segmen yang sangat beranekaragam dan berbeda-beda.
- c. Preferensi terkelompok yaitu pasar menunjukkan kelompok preferensi yang terpisah-pisahkan dan ini sering disebut dengan pasar yang alamiah.<sup>22</sup>

### **b. Prosedur Segmentasi Pasar**

---

<sup>21</sup> Philip Kotler and Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran edisi 12*, terj. Bob Sabran (Jakarta: Erlangga, 2008), Hal 225.

<sup>22</sup> Herlambang, *Basic Marketing*, 21.



Prosedur segmentasi pasar ada tiga langkah, yaitu: survei, analisis dan pembentukan profil.

a. Tahap survei

Periset melakukan wawancara mencari penjelasan dan membentuk kelompok fokus untuk mendapatkan pemahaman atas motivasi, sikap, dan perilaku konsumen. Selanjutnya periset menyiapkan kuesioner resmi untuk mengumpulkan data mengenai atribut tersebut, kesadaran merk dan pengikat merk, pola-pola pemakaian produk, sikap terhadap kategori produk, kondisi demografis, psikologis, dan mediagrafis responden.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

b. Tahap analisis

Periset menerapkan analisis faktor terhadap data tersebut untuk membuang variabel-variabel yang berkorelasi tinggi, kemudian periset menerapkan analisis kelompok untuk menghasilkan jumlah segmen yang berbeda-beda secara maksimal.

c. Tahap pembentukan

Masing-masing kelompok dibentuk berdasarkan perbedaan sikap, perilaku, demografis psikologis, dan pola media. Masing-masing segmen dapat diberi nama berdasarkan sifat-sifat dominannya.

Berdasarkan reaksi pasar maka segmen pasar dibagi kedalam enam segmen pasar yaitu : (1) orang yang pasif dan senang tinggal dirumah, (2) orang yang aktif dan gemar berolah raga, (3) orang yang berkecukupan dan mempunyai kontrol diri, (4) pendukung kebudayaan, (5) orang yang aktif dan senang tinggal dirumah, (6) orang yang aktif di masyarakat.<sup>23</sup>

**c. Memilih segmentasi pasar**

Setelah mengavaluasi segmen-segmen yang berbeda, perusahaan dapat mempertimbangkan lima pola sasaran yaitu:

a. Konsentrasi segmen tunggal

---

<sup>23</sup> Laksana, *Manajemen pemasaran*, ( Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), 34-35.

Perusahaan bisa memilih sebuah segmen tunggal. Melalui pemasaran yang terkonsentrasi, perusahaan mendapatkan pengetahuan yang kuat tentang kebutuhan segmen dan memilih posisi pasar yang kuat disegmen tersebut. Lebih jauh, perusahaan menikmati operasi yang ekonomis melalui spesialisasi produksi, distribusi dan promosinya.

b. Spesialisasi Selektif

Dalam hal ini, perusahaan memilih sejumlah segmen, secara objektif masing-masing segmen menarik dan memadai. Mungkin terdapat sedikit atau tidak ada sinergi antara segmen-segmen tersebut, namun masing-masing berpotensi sebagai penghasil uang.

c. Spesialisasi Produk

Perusahaan berkonsentrasi dalam menghasilkan produk tertentu yang dijual ke beberapa segmen. Melalui strategi spesialisasi produk tertentu, Risiko yang tidak menguntungkan adalah bahwa produk tertentu tersebut mungkin digantikan oleh produk yang sejenis yang lebih canggih.

d. Spesialisasi pasar

Dalam hal ini, perusahaan berkonsentrasi untuk melayani berbagai kebutuhan dari suatu kelompok pelanggan tertentu. Perusahaan mendapatkan reputasi yang kuat dengan menghususkan diri dalam melayani kelompok pelanggan itu dan menjadi sebuah saluran pemasaran bagi semua produk baru yang

mungkin digunakan oleh kelompok pelanggan ini. Risiko yang tidak menguntungkan adalah bahwa kelompok itu mungkin harus memotong anggaran mereka.

e. Cakupan seluruh pasar

Perusahaan berusaha melayani seluruh kelompok pelanggan dengan menyediakan semua produk yang mungkin mereka butuhkan. Hanya perusahaan yang sangat besar yang dapat melaksanakan strategi cakupan seluruh pasar.<sup>24</sup>

**d. Pendekatan yang di gunakan untuk segmentasi pasar**

1. Demografi, seperti: umur, kepadatan penduduk, jenis kelamin, agama, kesukuan, pendidikan dan sebagainya.
2. Geografis, seperti: Wilayah, iklim, kota atau desa
3. Psikologis/ psikografis, seperti: kelas sosial, gaya hidup, kepribadian.

**e. Manfaat segmentasi pasar**

Perusahaan melakukan segmentasi pasar bertujuan untuk meningkatkan efektivitas strategi pemasaran yang telah tersusun menjadi lebih terarah, berikut manfaat segmentasi pasar yang didapat oleh perusahaan, yaitu:

1. Perusahaan dapat menyediakan keinginan dan kebutuhan pelanggan dengan lebih baik dan sesuai dengan pola konsumen

---

<sup>24</sup> Ibid.,37.

yang berbeda dengan menggunakan insentif dan promosi yang berbeda pula.

2. Dengan segmentasi, perusahaan dapat mengetahui potensi pasar yang berbeda disetiap sekmen sehingga dapat melakukan pemasaran dengan tepat untuk mendapatkan pendapatan yang lebih baik.
3. Perusahaan dapat meningkatkan peluang untuk tumbuh, dengan segmentasi pasar, perusahaan dapat menciptakan *niche product* yang menarik konsumen lain untuk mencoba. <sup>25</sup>

#### **f. Strategi pesaingan**

Menurut porter secara lebih khusus berpendapat bahwa kunci yang menjadi bagian dari lingkungan perusahaan adalah industri, dimana perusahaan tersebut menjadi bagian dari pesaingan perusahaan lain dan struktur industri mempunyai pengaruh kuat dalam menentukan aturan main pesaingan selain juga strategi-strategi yang secara potensial tersedia bagi perusahaan. <sup>26</sup>

#### **g. Syarat agar segmentasi pasar berjalan efektif**

Terdapat tiga persyaratan agar implementasi segmentasi pasar berjalan efektif yaitu:

<sup>25</sup> Hariyansah, "Segmentasi Pasar Dalam Komunikasi Pemasaran Islam," 132.

<sup>26</sup> Pranadita, Hurriyati and Digantri, " Pengaruh Hukum Terhadap Lima Kekuatan Pesaingan Terkait dengan Perumusan Strategi Menurut Michael E. Porter", 52.

1. Terukur

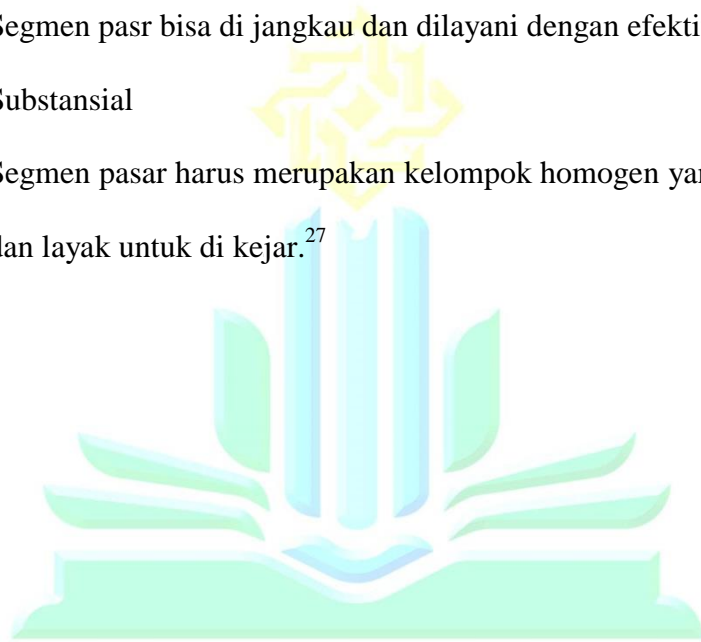
Ukuran, daya beli dan profil segmen dapat diukur dan diidentifikasi.

2. Aksesibilitas

Segmen pasar bisa dijangkau dan dilayani dengan efektif.

3. Substansial

Segmen pasar harus merupakan kelompok homogen yang ukurannya besar dan layak untuk dikejar.<sup>27</sup>



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

---

<sup>27</sup> Philip Kotler and Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran edisi 12*, terj. Bob Sabran (Jakarta: Erlangga, 2008), Hal 236-237.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan etnografi. Menurut angrosino, ahli etnografi menjelaskan bahwa mencari pola yang dapat diprediksi dalam pengalaman manusia yang hidup dengan mengamati dan berpartisipasi dengan seksama dalam kehidupan orang-orang yang diteliti.<sup>28</sup>

Adapun pendekatan Etnografi menekankan pada tiga dimensi utama, yaitu keterlibatan atau partisipasi dalam topik yang dipelajari, perhatian dalam konteks sosial, pengumpulan data dan kepekaan terhadap subjek peneliti yang kemudian direpresentasikan dalam teks penelitian.

#### **B. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian diperlukan untuk membatasi wilayah penelitian. Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Jember, tepatnya di BMT NU Jawa Timur Cabang Mayang Jember, yang beralamat di Jl. Nasional III, Dam Saola, Tegalrejo, Mayang, Kabupaten Jember, Jawa Timur 68182. Penentuan lokasi penelitian dipilih berdasarkan beberapa alasan yaitu:

- a. Tempat ini merupakan tempat strategis berada di area dekat pasar. Pasar merupakan pusat perekonomian masyarakat khususnya masyarakat menengah, hal ini tentunya menjadi strategis

---

<sup>28</sup> Sugianto, and Winardi, "Strategi Penelitian Etnografi," 1.

dikarenakan adanya Lembaga Keuangan Mikro Syariah menarik perhatian masyarakat.

- b. BMT menawarkan keuntungan bagi nasabah yaitu dengan adanya bebas biaya bulanan, adanya sistem jempot bola, bonus dan hadiah tanpa diundi seperti: sepeda motor, mobile dan lain sebagainya.

### C. Subyek Penelitian

Pada penelitian ini peneliti melakukan observasi, wawancara dan Dokumentasi kepada orang-orang yang dipandang tahu tentang situasi dan kondisi hal tersebut. Penentuan sumber data pada orang yang diwawancarai dilakukan secara *purposive*, yaitu dipilih dengan pertimbangan dan tujuan tertentu.

Dalam penelitian ini informan yang terlibat dan mengetahui keadaan sosial yang di kaji adalah :

- a. Lailur Rohman S.E.I Selaku Kepala Cabang KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Mayang.
- b. Rizki Ayu Camelia Selaku bagian Tabungan KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Mayang.
- c. Mauli Diana Rohman Selaku bagian Layanan Anggota dan Mitra KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Mayang.
- d. Nurul Hofiyah selaku bagian Juru Tabungan.
- e. Para Pihak Yang Dibutuhkan Dalam Penelitian ini.



#### D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara untuk memperoleh bahan-bahan, keterangan, kenyataan-kenyataan dan informasi yang dapat dipercaya.<sup>29</sup> Proses pengumpulan data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah:

##### a. Teknik Observasi

Menurut Purwanto Observasi adalah salah satu metode atau cara-cara menganalisis dan mengadakan pencatatan secara sistematis mengenai tingkah laku dengan melihat atau mengamati individu atau kelompok secara langsung.<sup>30</sup> Disini peneliti mengobservasi tentang bagaimana strategi segmentasi pasar dalam meningkatkan jumlah nasabah di KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Mayang Jember dan apa kendala yang dihadapi KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Mayang Jember pada produk tabungan Tabah observasinya menggunakan observasi non partisipan, dimana peneliti tidak terlibat langsung dan hanya sebagai pengamat independen.

##### b. Teknik Wawancara

Wawancara adalah proses percakapan dengan maksud untuk mengontruksi mengenai orang, kejadian, kegiatan, organisasi, motivasi perasaan, dan sebagainya yang dilakukan dua pihak pewawancara yang mengajukan pertanyaan dengan yang diwawancarai.<sup>31</sup>

<sup>29</sup> Basrowi and Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Jakarta: PT RINEKA CIPTA, 2008) 93.

<sup>30</sup> Ibid., 94.

<sup>31</sup> Bungin, *Metode Penelitian Kualitatif* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2001) 155.

Dalam wawancara ini peneliti akan memperoleh data berupa :

- 1) Untuk mengetahui Bagaimana strategi Segemntasi pasar yang di lakukan KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Mayang Jember.
- 2) Untuk mengetahui Bagaimana kendala yang di hadaapi KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Mayang Jember dalam mengimplementasikan strategi segmentasi pasar untuk meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan mudharabah (tabah).

c. Teknik Dukumentasi

Teknik pengumpulan data dalam penelitian metode kualitatif dapat dilakukan dengan teknik dokumentasi, teknik dokumentasi adalah catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dakumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.<sup>32</sup>

Adapun data yang ingin diperoleh dari hasil penelitian melalui bahan dokumenter ini adalah :

- 1) Sejarah berdirinya KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Mayang
- 2) Visi dan Misi KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Mayang
- 3) Struktur Organisasi KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur

---

<sup>32</sup> Ibid.,240.

- 4) Dokumentasi lain yang relevan diperoleh dari berbagai sumber yang dilakukan validasinya dalam memperkuat analisis objek pembahasan.

### **E. Analisis Data**

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan etnografi lebih banyak bersifat uraian dari hasil wawancara, observasi dan studi dokumentasi. Data yang telah diperoleh akan dianalisis secara kualitatif serta di uraikan dalam bentuk deskripsi.

Menurut Patton, mengemukakan analisis data adalah “Proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori dan uraian dasar”. Definisi tersebut memberikan gambaran tentang betapa pentingnya kedudukan analisis data dilihat dari segi tujuan penelitian.

Prinsip pokok penelitian kualitatif adalah menemukan teori dari data.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan langkah-langkah seperti yang dikemukakan oleh Burhan Bungin, yaitu sebagai berikut:

#### **1) Pengumpulan Data**

Pengumpulan data merupakan bagian integral dari kegiatan analisis data. Kegiatan pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan menggunakan wawancara, observasi dan studi dokumentasi.

## 2) Reduksi Data

Reduksi data adalah proses pemilihan pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan di lapangan.

## 3) Penyajian Data

Penyajian data adalah kegiatan menyusun informasi yang telah didapatkan, sehingga memberi kemungkinan akan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Bentuk penyajian data kualitatif dapat berupa teks naratif.

## 4) Penarikan Kesimpulan

Upaya Penarikan Kesimpulan dilakukan peneliti secara terus-menerus selama berada di lapangan. Dari permulaan pengumpulan data,

peneliti kualitatif mulai mencari arti benda-benda, mencatat ketentuan pola-pola (dalam catatan teori), penjelasan-penjelasan, alur sebab akibat, dan proposisi.<sup>33</sup>

## F. Keabsahan Data

Keabsahan data merupakan konsep yang menunjukkan kebenaran dan keadaan data dalam suatu penelitian. Untuk menguji keabsahan data yang diperoleh, penelitian menggunakan triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data. Teknik triangulasi yang digunakan dalam penelitian

<sup>33</sup> Rijali, "Analisis Penelitian Kualitatif," 94.

membandingkan atau mengecek baik informasi yang telah diperoleh dengan sumber lainnya.<sup>34</sup>

Penelitian yang akan dilakukan oleh penulis sebagai teknik pemeriksaan data adalah menggunakan triangulasi sumber. Triangulasi sumber sebagai teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Adapun langkah dalam triangulasi sumber yaitu:

- a. Membandingkan data hasil mengamatan dengan data hadir hasil wawancara.
- b. Membandingkan apa yang dikatakan orang didepan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi.
- c. Membandingkan apa yang dilakukan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu.
- d. Membandingkan keadaan dan prespektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan masyarakat dari berbagai kelas.
- e. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.<sup>35</sup>

### **G. Tahap-tahap Penelitian**

Bagaian ini menguraikan rencana pelaksanaan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, mulai dari penelitian pendahuluan, pengembangan desain, penelitian sebenarnya, dan sampai pada penulis laporan.<sup>36</sup>

---

<sup>34</sup> Maleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Rosdakarya, 1990),330.

<sup>35</sup> *Ibid.*,330.

<sup>36</sup> Tim Penyusun IAIN Jember, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* ( Jember: Iain Jember Press, 2017),48.

a. Tahap pra penelitian

Dalam hal ini sebelum turun langsung ke lapangan peneliti mempersiapkan proposal penelitian sebagai rancangan awal nantinya ketika di lapangan. Dalam tahapan penelitian lapangan terdapat enam tahapan. Tahapan tersebut juga dilalui peneliti sendiri, adapun enam tahapan penelitian tersebut ialah:

1. Menyusun rencana penelitian

Pada tahap ini peneliti membuat rancangan penelitian terlebih dahulu, dimulai dari pengajuan judul, penyusunan matrik, penelitian yang selanjutnya dikonsultasikan kepada dosen pembimbing dan selanjutnya penyusunan proposal penelitian hingga di presentasikan.

2. Memilih lapangan penelitian

Sebelum melakukan penelitian seseorang peneliti harus terlebih dahulu memilih lapangan penelitian. Lapangan penelitian yang di pilih peneliti tepatnya pada KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Mayang Jember. Yang beralamat Jl Nasional III, Dam Saola, Tegalrejo, Mayang, Kabupaten Jember.

3. Mengurus perizinan

Sebelum mengadakan penelitian, peneliti mengurus perizinan terlebih dahulu yakni meminta surat permohonan penelitian kepada pihak kampus. Setelah meminta surat perizinan, peneliti menyerahkan kepada pimpinan kepada KSPP. Syariah BMT NU

Jawa Timur Cabang Mayang Jember untuk mengetahui apakah diizinkan mengadakan penelitian atau tidak.

1) Menjajaki dan menilai lapangan

Setelah diizinkan meneliti, peneliti mulai melakukan penjajakan dan menilai lapangan untuk lebih mengetahui latar belakang objek penelitian. Hal ini dilakukan agar memudahkan peneliti dalam menggali data.

2) Memilih dan memanfaatkan informan

Pada tahap ini peneliti mulai memilih informan untuk mendapatkan informasi. Informan yang dipilih dalam hal ini ialah

3) Menyiapkan perlengkapan penelitian

Setelah semua selesai mulai dari mulai dari rancangan penelitian hingga memilih informan maka peneliti menyiapkan perlengkapan penelitian sebelum terjun kelapangan.

b. Tahap pekerjaan lapangan

Pada tahap ini peneliti mulai mengadakan kunjungan lapangan ke lokasi penelitian untuk mengumpulkan data-data dengan melakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi, namun disamping itu peneliti sudah mempersiapkan diri, fisik, maupun mental.

c. Tahap analisis data

Tahap ini merupakan tahap terakhir dalam proses penelitian. Pada tahap ini pula peneliti mulai menyusun laporan dan mempertahankan

hasil. Penelitian yang telah dianalisis dan disimpulkan dalam bentuk karya tulis ilmiah yang berlaku di UIN KH Ahmad Siddiq Jember.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R



## BAB IV

### PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

#### A. Gambaran Objek Penelitian

##### 1. Sejarah berdirinya KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Mayang Jember

Masyarakat di daerah mayang mayoritas bekerja sebagai petani dan pedagang. Di daerah mayang lahan persawahan memang sangat banyak, itu cukup menggambarkan bahwa sebagian besar masyarakat mayang adalah petani. Kemudian, daerah ini adalah kecamatan yang dilalui jalan pantura antar Kabupaten Jember dan Banyuwangi sehingga sangat banyak masyarakat yang berprofesi sebagai pedagang

Bukan menjadi rahasia lagi bahwa pekerjaan sebagai petani merupakan pekerjaan yang tidak tetap, dalam artian setiap hari belum tentu masyarakat bisa bekerja, baik itu petani yang mempunyai sawah sendiri maupun petani penggarap sawah. Masalah ini berdampak pada pendapatan masyarakat yang tidak menentu, sedangkan kebutuhan hidup setiap hari menuntut mereka untuk tetap mendapatkan pekerjaan diluar itu, sehingga masyarakat membutuhkan lembaga keuangan yang bisa membantu meminjamkan mereka untuk menggarap sawah dengan jaminan dapat mengembalikan uang pinjaman saat panen pada waktu tertentu dan tidak menutup kemungkinan untuk menyimpan sisa dari pinjaman tersebut.

Kemudian tidak jauh beda dengan masyarakat petani, masyarakat yang berprofesi sebagai pedagang juga sangat membutuhkan lembaga keuangan yang mampu mengatasi masalah mereka, diantaranya mereka membutuhkan dana untuk pengembangan usahanya dan menyimpan hasil lebih pendapatan mereka dengan harapan bisa dapat digunakan untuk kepentingan kedepan.

Di sisi lain terdapat masalah sosial yang terjadi pada masyarakat mayang pada umumnya, yaitu mereka yang muslim berani melakukan sesuatu yang bertentangan dengan syariah karena terdesak oleh kebutuhan sehari-hari, mereka memijam dan memberikan pinjaman uang berbunga.

Dari latar belakang ini pengurus MWC NU Mayang di antaranya KH. Ahmad Danial LC, KH Abdul Waris Thoha, KH. Ahmad Muhlis, KH. Abdul Basyit, Ustad Fadhor Rosi, beserta pengurus yang lain memang sangat perlu mendirikan sebuah lembaga keuangan berbasis syariah ditengah-tengah masyarakat mayang demi meningkatkan kualitas ummat melalui jalur ekonomi dan sosial.

Beberapa upaya telah dilakukan oleh Lembaga Perekonomian MWC NU Cabang Mayang, diawali dengan seminar tentang sekonomi syariah (22 desember 2015), pelatihan kewirausahaan (5 januari 2016), dan pelatihan keorganisasian dan keuangan (12 januari 2016), kemudian SDM yang sudah mengikuti agenda yang dilakukan oleh pengurus MWC NU direkomendasi untuk mengikuti test karyawan

pada tanggal 10 Februari 2016 di kantor pusat KSPP Syariah BMT NU Sumenep.

Dari beberapa usaha tersebut MWC NU Cabang Mayang kemudian menindaklanjuti (silaturahmi) rencana untuk mendirikan lembaga keuangan berbasis keuangan tersebut kepada lembaga pusat KSPP Syariah BMT NU Sumenep. Setelah itu, BMT NU Pusat melakukan survei potensi, akhirnya pada tanggal 29 Maret 2016 berdirilah BMT NU Cabang Mayang.<sup>37</sup>

## 2. Visi, Misi dan Tujuan KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur

Adapun visi, misi dan tujuan KSPP. Syariah BMT NU JATIM Cabang Mayang Jember sebagai berikut:

### a. Visi KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur

Terwujudnya BMT NU yang Jujur, Amanah, dan Profesional sehingga unggul dalam layanan, unggul dalam kinerja menuju terbentuknya 100 Kantor Cabang pada Tahun 2026 untuk kemandirian dan kesejahteraan anggota

### b. Misi KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur

- 1) Memberikan layanan prima, bina usaha dan solusi kepada anggota sebagai pilihan utama menerapkan dan mengembangkan nilai-nilai syariah secara murni dan konsekuen sehingga menjadi acuan tata kelola usaha yang profesional dan amanah.

<sup>37</sup> Dokumentasi, Kantor BMT NU JATIM Cabang Mayang Jember, 15 Mei 2023.

- 2) Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan yang bersinambung menuju berdirinya 100 kantor cabang pada tahun 2026. Mengutamakan penghimpunan dana atas dasar ta'awun dan penyaluran pembiayaan pada segmen UMKM baik secara perseorangan maupun berbasis jamaah. Mewujudkan penghimpunan dan penyaluran zakat, infaq, shodaqah dan memiliki integritas tinggi.
- 3) Mengembangkan budaya dan lingkungan kerja yang ramah dan sehat serta management yang sesuai prinsip kehati-hatian.
- 4) Menciptakan kondisi terbaik bagi SDI sebagai tempat kebanggaan dalam mengabdikan tanpa batas dan melayani dengan ikhlas sebagai perwujudan ibadah.
- 5) Meningkatkan kepedulian dan tanggung jawab kepada lingkungan dan jamaah.

c. Tujuan KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur

- 1) Pemerataan pertumbuhan pelayanan BMT secara luas dan efektif sehingga akan terlayani kelompok usaha mikro.
- 2) Mengatasi kesenjangan kota dan desa, akibat jangkauan BMT yang luas, bisa meliputi desa dan kota. Hal ini merupakan trobosan pembangunan.
- 3) Mengatasi kesenjangan usaha besar dan usaha kecil, sektor yang mendapat akses dan kemudahan adalah usaha besar akibatnya terdapat jurang pemisah antara perkembangan usaha

besar dan usaha kecil, dengan dukungan BMT dalam memberikan pembiayaan usaha kecil tentu hal ini akan mengurangi kesenjangan yang terjadi.

- 4) Mengurangi *capital outflow* dari desa –kota atau dari daerah pusat.
- 5) Meningkatkan kemandirian daerah adanya faktor-faktor produksi.<sup>38</sup>

### 3. Legalitas Hukum BMT NU JATIM Cabang Mayang Jember

KSPP.Syariah BMT NU Jawa Timur dilahirkan pada tanggal 01 Juli 2004. Pada awal berdirinya kelahiran KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur masih belum mempunyai legalitas hukum, hal ini dimaksudkan agar tidak semakin menambah daftar koperasi yang ada badan hukum

namun usahanya tidak ada. Pada pendiri dengan MWC NU Gapura

Sumenep waktu ini menyepakati agar legalitas hukumnya diupayakan setelah melihat kepercayaan masyarakat dan perkembangan yang signifikan serta prospek usaha yang mengembirakan. Akhirnya melalui Rapat Tahunan (RAT) Tahun Buku 2006, anggota memberikan amanat kepada pengurus agar legalitasnya diupayakan pada tahun 2007. Adapun legalitas hukum yang diperoleh pada tahun 2007 sebagai berikut :

- a. Akter notaris Nomor : 10 tanggal 4 Mei 2007
- b. Badan Hukum : 188.4/11/BH/XVI.26/435.113/2007

<sup>38</sup> Dokumentasi, Kantor BMT NU JATIM Cabang Mayang Jember, 23 Mei 2023.

- c. SIUP : 503/7631/SIUP-K/435.114/2007
- d. TDP : 132125200588
- e. NPWP :02.599.962.4-608.000

Selanjutnya melalui Rapat Anggota Tahunan (RAT) tahun buku 2013 anggota memberikan amanat kepada pengurus agar melalui ekspansi usaha dengan membuka kantor cabang d luar kabupaten sumenep. Amanat tersebut oleh pengurus ditindak lanjuti dengan diawali perusahaan Anggaran Dasar dan perubahan Alih Bina dai tingkat Kabupaten Sumenep menjadi Tingkat Provisi Jawa Timur.

Sesuai dengan ketentuan dalam anggaran dasar KSPP Syariah BMT NU Jawa Timur Pasal 19 Perubahan anggaran dasar harus melalui rapat khusus. Rapat anggota khusus di maksud telah dilaksanakan pada tanggal 21 Juni 2014. Akhirnya pada tahun 2014

telah diperoleh legalitas hukumnya sebagai berikut :

- 1) Akte Notaris No 14 Tanggal 12 November 2014
- 2) Surat Pengesahan perubahan Angsaran Dasar No:  
P2T/9/09.02/01/XII/2014
- 3) Surat izin Usaha Simpan Pinjam Nomor :  
P2T/25/09/.06/01/XII/2014.<sup>39</sup>

---

<sup>39</sup> Dokumentasi, Kantor KSPP.Syariah BMT NU JATIM Cabang Mayang Jember, 23Mei 2023.

#### 4. Struktur Organisasi BMT NU Jawa Timur Cabang Mayang Jember<sup>40</sup>

Adanya struktur organisasi kantor cabang mayang yang menggambarkan tugas dan tanggung jawab masing-masing pegawai, serta dukungan dari perlengkapan yang dikelola dengan baik menghasilkan produktivitas produk usaha dan kinerja yang semakin meningkat.

Melalui struktur organisasi yang baik, pengaturan pelaksanaan dapat diterapkan, sehingga efisien dan efektifitas kinerja pegawai dapat diwujudkan melalui kerja sama dan kordinasi yang baik sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai.

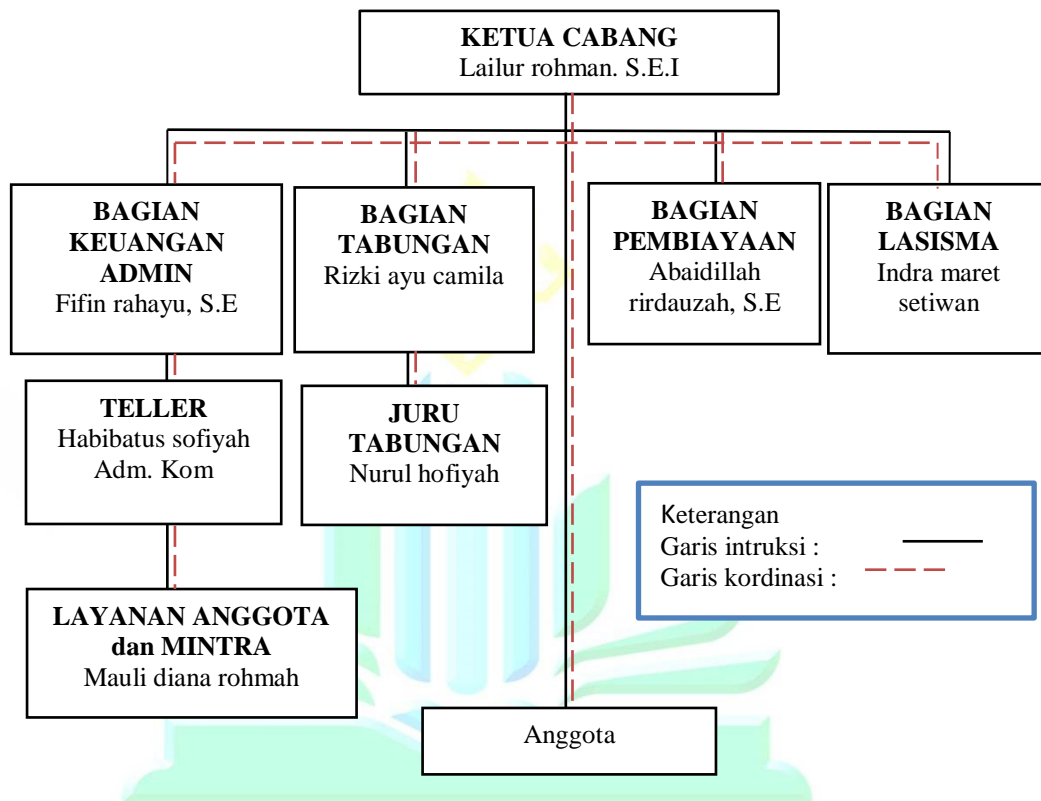


UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

---

<sup>40</sup> Dokumentasi, Kantor KSPP.Syariah BMT NU JATIM Cabang Mayang Jember, 23 Mei 2023.

Table 1.4



Sumber: diolah dari dokumen BMT NU JATIM Cabang Mayang Jember.

Berikut adalah keterangan berupa *Jop Discributin* dari struktur BMT NU JATIM Cabang Mayang Jember :

#### a. Dewan Pengawas Cabang

##### 1) Fungsi

- a) Mencegah pengelola agar tidak menempuh kebijakan dan atau menetapkan keputusan yang menyimpang dari peraturan dan peraturan undang-undang lain yang berlaku, Rapat Anggota, peraturan khusus yang dikeluarkan oleh Pengurus Pusat dan prinsip-prinsip syariah.



- b) Melaksanakan program kerja dan RAPB, sesuai dengan AD/ART dan kesepakatan Rapat Anggota.
- 2) Tugas Pokok dan tanggung jawab
- a) Melaksanakan pengawasan terhadap pelaksanaan tugas dan tanggung jawab pengelola cabang serta memberikan nasihat.
  - b) Melaksanakan pengawasan atas resiko usaha BMT NU Cabang dan upaya manajemen melakukan pengendalian internal.
  - c) Melakukan audit terhadap pengelola BMT Cabang.
  - d) Meneliti catatan dan pembukuan yang ada pada koperasi.
  - e) Merahasiakan hasil pengawasannya terhadap pihak ketiga.
- 3) Wewenang Dewan Pengawas Syariah
- a) Bersama-sama dengan kepala cabang mengambil keputusan strategis untuk kemajuan usaha BMT NU.
  - b) Mengatur dan melakukan segala tindakan-tindakan dalam rangka menjaga dan melindungi kekayaan BMT NU Cabang.

**b. Kepala Cabang**

- 5) Bertanggung jawab kepada
- a) Direksi
  - b) Pengurus Pusat
- 6) Membawahi
- a) Bagian Keuangan
  - b) Bagian Pembiayaan

c) Bagian Administrasi dan Umum

7) Fungsi

a) Menemukan arah kebijakan dan mengelola kantor cabang secara keseluruhan demi terjaganya visi dan misi serta tujuan KSPP. Syariah BMT NU.

b) Memimpin jalannya kantor cabang BMT NU secara profesional dan amanah.

c) Bertanggung jawab terhadap Manajemen Pengawasan Kantor cabang KSPP. Syariah BMT NU baik secara intern dan ekstern.

d) Menindaklanjuti temuan dan rekomendasi temuan pusat maupun direksi.

8) Tugas pokok dan tanggung jawab

a) Menyusun visi misi dan nilai-nilai serta rencana strategis dalam bentuk rencana kerja dan rencana bisnis.

b) Mengajukan RK dan RKB kantor cabang KSPP. Syariah BMT NU kepada pengurus pusat.

c) Mengadakan evaluasi secara berkala terhadap realisasi pencapaian target dan menetapkan langkah-langkah peningkatan Manajemen Pengawasan yang harus dilakukan.

9) Wewenang

a) Mengambil keputusan strategi untuk kemajuan usaha KSPP. Syariah BMT NU atas persetujuan Direksi.

- b) Menyetujui atau menolak penggunaan keuangan yang dianjurkan yang tidak melalui prosedur.
- c) Mengadakan kerja sama dengan pihak lain untuk kepentingan lembaga dalam upaya mencapai target proyeksi dan tidak merugikan lembaga atas persetujuan direksi.

**c. Bagian Keuangan dan Administrasi umum**

- 1) Bertanggung jawab kepada Kepala Cabang
- 2) Membawai
  - a) Teller
  - b) Juru Tabangan
- 3) Fungsi
  - a) Bertanggung jawab dan mengarsip seluruh tanda bukti transaksi untuk kebenaran pencatatan transaksi sesuai dengan prinsip akuntansi pola syariah yang berlaku dilingkungan kantor cabang KSPP, Syariah BMT NU.
  - b) Bertanggung jawab atas pengelolaan Kantor Cabang KSPP. Syariah BMT NU
- 4) Tugas pokok dan tanggung jawab
  - a) Melakukan penghimpunan dana
  - b) Menilai mengevaluasi manajemen pengawasan dan juru tabungan
  - c) Mempertanggungjawabkan masalah keuangan kepada kepala sesuai ketentuan yang berlaku.

5) Wewenang

- a) Menyimpan dan mengadministrasikan dokumen yang berhubungan dengan transaksi keuangan.
- b) Mengeluarkan laporan keuangan untuk keperluan intern.
- c) Melakukan analisis keuangan.

**d. Bagian pembiayaan**

1) bertanggung jawab Kepada Kepala Cabang

2) Fungsi

- a) bertanggung jawab atas manajemen dan prosedur pembiayaan
- b) Mengusahakan tercapainya pemasaran produk-produk pembiayaan Kantor Cabang KSPP. Syariah BMT NU dengan target yang telah di tentukan

3) Tugas pokok dan tanggung jawab

- a) bertanggung jawab terhadap terlaksanakannya pembiayaan proses pembiayaan dari pengajuan sampai realisasi.
- b) Membuat laporan kegiatan secara berkala kepada kepala cabang sebagai pertanggungjawaban segala aktifitas bagian pembiayaan
- c) Membuat atau mengevaluasi produk Kantor Cabang KSPP. Syariah BMT NU sesuai dengan kebutuhan pasar.

## 4) Wewenang

- a) melakukan kunjungan laporan dan penagihan atas tunggakan pembiayaan.
- b) Mengeluarkan laporan pembiayaan untuk keperluan intern.
- c) Bersama-sama dengan kepala cabang menyetujui atau menolak keputusan persetujuan pembiayaan yang dilakukan kantor cabang
- d) Mengajukan biaya oprasional dan kebutuhan-kebutuhan lain yang dibutuhkan untuk mendukung pekerjaan untuk mendukung pekerjaan dibidang pembiayaan kepada kepala cabang untuk dipertimbangkan.

**e. Bagian Tabungan**

1) Bertanggung jawab kepada :kepala cabang

2) Membawahi: juru tabungan

3) Fungsi

- a) bertanggung jawab atas manajemen dan prosedur tabungan.
- b) Mengusahakan tercapainya pemasaran produk-produk tabungan KSPP. Syariah BMT NU sesuai dengan target yang telah ditentukan.
- c) Memastikan terlaksanakannya tugas-tusag juru tabungan.
- d) Membrikan pelayanan terbaik kepada anggota

e) Bertanggung jawab atas peningkatan tabungan atau simpanan.

4) Tugas pokok dan tanggung jawab

- a) Memberikan pelayanan prima pada anggota
- b) Melakukan penghimpunan dana
- c) Mencari terobosan sumber dana alternatif
- d) Memonitoring saldo simpanan masing-masing anggota.
- e) Bertindak selaku juru tabungan bila belum terbentuk
- f) Membantu tugas juru tabungan
- g) Membuat analisa prediksi penarikan tabungan pada setiap awal bulan untuk disampaikan kepada kepala cabang

h) Membuat dan mengevaluasi produk sesuai dengan kebutuhan pasar

#### f. Teller

- 1) Bertanggung jawab kepada bagian keuangan
- 2) Fungsi
  - a) Memberikan pelayanan terbaik kepada anggota nasabah.
  - b) Bertanggung jawab atas pengelolaan kas kecil (*petty cash*).
- 3) Tugas pokok dan tanggung jawab
  - a) Mengambil *cash box* selambat-lambatnya pada jam 07:20 WIB.
  - b) Menghitung keadaan keuangan atau transaksi setiap hari.

- c) Memastikan bahwa upload transaksi harian sudah terkirim ke kantor pusat.
  - d) Bersama-sama dengan bagian keuangan melakukan cek fisik uang tunai setiap akhir pekan
- 4) Wewenang
- a) menerima transaksi tunai
  - b) memegang kas tunai sesuai kebijakan yang ada.

**g. Juru Survei**

- 1) Bertanggung jawab kepada: bagian pembiayaan
- 2) Fungsi: mengatakan terlaksanakannya survey kelayakan dan kepatuhan pembiayaan
- 3) Tugas pokok dan tanggung jawab
  - a) Melakukan survey tingkat kelayakan dan kepatuhan calon debitur serta menilai angunan pembiayaan setelah mendapatkan disposisi dari devos pembiayaan
  - b) Memberikan kesimpulan tingkat kemampuan dan kemauan membayar mitra.
  - c) Menginventarisir harga-harga barang jaminan pembiayaan mitra
  - d) Melakukan proses pembiayaan sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan oleh devisi pembiayaan
  - e) Melakukan atar jemput pembiayaan dan anggunan pembiayaan pedangan kecil dan asongan

f) Membantu tugas-tugas bagian pembiayaan

#### **h. Juru Tagih**

1) Bertanggung jawab kepada: bagian pembiayaan.

2) Fungsi

a) Bertanggung jawab atas penagihan tunggakan pembiayaan

b) Bertanggung jawab terhadap pembinaan usaha mitra untuk meminimalisir pembiayaan bermasalah

3) Tugas pokok dan tanggung jawab

a) Melakukan penagihan tunggakan pembiayaan setelah mendapatkan surat tunggakan dari bagian pembiayaan

b) Melakukan distribusi suat teguran pembiayaan.

c) Melakukan komunikasi dengan anggota yang berkaitan dengan ketepatan jadwal angsuran dan pelunasan pembiayaan.

d) Melakukan kunjungan lapangan untuk melakukan pembinaan, terutama dalam rangka mencegah terjadinya resiko atau pembiayaan yang telah direalisasikan kepada mitra.

e) Melakukan atar jemput pembiayaan dan angsuran pembiayaan pedagang asongan.

f) Membantu tugas-tugas bagian pembiayaan



#### 4) Wewenang

- a) Melakukan kunjungan lapangan dan penagihan atau tunggakan pembiayaan .
- b) Bersama-sama dengan bagian pembiayaan melakukan eksekusi jaminan pembiayaan sesuai dengan persetujuan dari kepala cabang.

#### **i. Dan Layanan Anggota**

1) Bertanggung jawab kepada: bagian keuangan dan administrasi umum

2) Fungsi:

a) Memberikan pelayanan terbaik pada anggota.

b) Bertanggung jawab atas administrasi yang berkaitan dengan aplikasi pembukaan rekening tabungan dan permohonan pembiayaan.

3) Tugas pokok dan tanggung jawab

a) Memberikan pelayanan prima kepada setiap anggota.

b) Memberikan penjelasan terhadap produk-produk BMT NU kepada anggota.

c) Melayani kegiatan jasa seperti: transfer pembayarantagihan listrik, pembayaran haji dan sebagainya.

d) Melakukan registrasi kenggotaan dan aplikasi tabungan.

e) Melakukan penutupan rekening tabungan.

- f) Menerima permohonan pembiayaan untuk diteruskan kepada kepala cabang.
- g) Mencatat data anggota kepada buku induk anggota.
- h) Mencatat data penabung kepada buku induk penabung.
- i) Mengarsip seluruh dokumen yang berkaitan dengan kenggotaan dan aplikasi tabungan.
- j) Memproses pembuatan kartu anggota untuk diteruskan kepada bagian administrasi umum.
- k) Membantu tugas-tugas bagian administrasi umum.

#### **j. Juru Tabungan**

1) bertanggung jawab kepada bagian keuangan.

2) Fungsi

a) bertanggung jawab terhadap penjemputan tabungan anggota.

b) Melakukan penjemputan terhadap setoran dan penarikan simpanan

3) Tugas pokok dan tanggung jawab

a) membuat rencana atau jadwal kolekting harian, mingguan dan bulanan.

b) Menyiapkan peralatan administrasi yang dibutuhkan untuk menjemput setoran dan penarikan simpanan.

c) Membantu tugas-tugas bagian keuangan.

## 5. Produk-produk BMT NU Jawa Timur Cabang Mayang Jember

### a) Siaga (simpanan anggota)

Disediakan bagi anda yang berminat menjadi anggota sekaligus pemilik BMT NU dengan bagi hasil yang menguntungkan yaitu 70% dari SHU menggunakan akad musyarakah. Siaga terdiri dari: siaga pokok dibayar satu kali sebesar Rp. 100.000 siaga wajib perbulan Rp. 20.000 dan siaga khusus dibayar kapan saja dengan setoran minimal Rp. 100.000, siaga pokok dan wajib hanya dapat ditarik ketika berhenti dari anggota-an sedangkan siaga khusus dapat ditarik sesuai dengan ketentuan berlaku.<sup>41</sup>

### b) Sidik fathonah

Simpanan bagi anda yang ingin meraih cita-cita pendidikan secara sempurna dengan bagi hasil 45% yang menguntungkan. Menggunakan akad mudlarabah muthlaqah. Setoran kapan saja dan penarikan tahun ajaran baru dan semesteran. Setoran awal Rp. 25.00 dan setoran selanjutnya minimal Rp. 500

### c) Sajadah

Simpanan dengan keuntungan yang dapat dinikmati diawal dengan memperoleh hadiah langsung tanpa diundi menggunakan akad wadiah yad al-dhamanah dan dapat ditarik pada waktu berdasarkan ketentuan yang berlaku.

---

<sup>41</sup> Dokumentasi, Kantor KSPP.Syariah BMT NU JATIM Cabang Mayang Jember, 01 Mei 2023.

## d) Siberkah

Keuntungan yang melimpah dengan bagi hasil 65% menggunakan akad mudlarabah muthlaqah. Setoran minimal Rp. 500.000 dengan jangka waktu minimal 1(satu) tahun

## e) Sahara (simpanan haji dan umroh)

Simpanan yang dapat mempermudah anda menunaikan haji dan umrah dengan memperoleh keuntungan yang melimpah dengan bagi hasil 65% sebagai bekal tambahan biaya haji dan umroh. Menggunakan akad mudlarabah muthalaqah. Setoran diawal minimal Rp. 1000.000 dan setoran selanjutnya sesuai kemampuan. Setoran kapan saja dan penarikan hanya dapat dilakukan ketika akan melaksanakan haji dan umroh kecuali udzur syar'i

## f) Sabar (simpanan lebaran)

Simpanan yang bisa mempermudah anda memenuhi kebutuhan lebaran dengan memperoleh keuntungan dan bagi hasil sebesar 55%. Menggunakan akad mudlarabah muthlaraqah dengan setoran awal Rp. 25.000 dan setoran selanjutnya Rp 5.000. Setoran kapan saja dan penarikan hanya bisa dilakukan setiap bulan ramadhan.

## g) Tabah (tabungan mudharabah)

Tabungan yang bisa mempermudah anda memenuhi kebutuhan sehari-hari karena setoran dan penarikan dapat dilakukan kapan saja dan memperoleh keuntungan bagi hasil 40%. Menggunakan akad

mudlarabah muthlaqah. Setoran diawal Rp. 10.000 dan selanjutnya minimal Rp. 2.500

h) Tarawih (tabungan ukhrawi)

Tabungan sekaligus beramal tanpa kehilangan uang tabungan, anda disedekahkan kepada fakir miskin dan anak yatim piatu menggunakan akad mudlarabah muthlaqah dengan setoran awal Rp. 25.000 dan selanjutnya minimal Rp. 5.000 dengan bagi hasil 50%.<sup>42</sup>

**6. Letak geografis BMT JU Jawa Timur Cabang Mayang Jember**

Letak Geografis BMT NU Cabang Mayang terletak di jalan Raya Banyuwangi Desa Tegal Rejo Kecamatan Mayang Kabupaten Jember, dengan batas wilayah sebagai berikut:

Utara : Desa Pakusari

Selatan: Desa Tegal Waru

Barat : Desa Mayang

Timur : Desa Sumber Kejayan

**B. Penyajian data dan Analisis**

Setiap penelitian haruslah disertai dengan penyajian data sebagai penguat, sebab inilah yang dianalisa data yang telah digunakan, sehingga dari data yang dianalisa tersebut dihasilkan suatu kesimpulan. Peneliti berusaha memaparkan gambaran tentang strategi segmentasi pasar dalam meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan mudharabah (Tabah) di KSPP.Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Mayang Jember, dengan

<sup>42</sup> Dokumentasi, KSPP.Syariah BMT NU JATIM Cabang Mayang Jember, 01 Mei 2023.

fenomena dan data yang telah diperoleh dilapangan dan setelah mengalami proses peralihan data dengan berbagai metode yang digunakan yakni dari data yang khusus ke data yang umum, pada akhirnya sampai pada pembuktian data, karena data yang diperoleh sudah dianggap representatif untuk dijadikan sebuah laporan.

Sebagaimana telah dijelaskan bahwa dalam penelitian ini menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi sebagai alat untuk meraih data sebanyak mungkin terhadap berbagai hal yang berkaitan dan mendukung untuk mengeksplorasi dan mengumpulkan data dalam penelitian ini. Berikut adalah hasil penelitian dari strategi segmentasi pasar dalam meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan mudharabah (Tabah) di KSPP.Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Mayang Jember.

### **1. Strategi segmentasi pasar yang dilakukan KSPP. Syariah BMT NU Cabang Mayang Jember?**

Strategi segmentasi pasar merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan dimana strategi segmentasi pasar merupakan suatu cara mencapai tujuan dari sebuah perusahaan. Strategi segmentasi pasar tidak diperuntukkan bagi usaha berskala besar saja, usaha kecil juga membutuhkan strategi segmentasi pasar untuk mengembangkan usahanya, karena sering kali pada saat kondisi kritis justru usaha kecil yang mampu memberikan pertumbuhan terhadap pendapatan masyarakat. KSPP.Syariah BMT NU JATIM Cabang Mayang Jember,

merupakan salah satu lembaga keuangan mikro yang didalamnya melakukan kegiatan memasarkan produk, salah satu produknya adalah produk tabungan mudharabah (Tabah). Dalam memasarkan produk tabungan mudharabah (Tabah) tersebut BMT NU memerlukan strategi segmentasi pasar yang baik dan tepat.

Menurut bapak Lailur Rohman selaku kepala cabang BMT NU Jawa Timur Cabang Mayang Jember

*“Bagi kami yang pertama kali harus dilakukan dalam mengeksplorasi pasar yaitu dengan melakukan segmentasi sebagai meletakkan pasar dalam beberapa segmen terutama masyarakat yang menengah kebawah. Segmentasi pasar produk-produk BMT NU Jawa timur Cabang Mayang berdasarkan staric atribut yaitu pengusaha atau masyarakat yang membutuhkan pembiayaan dalam skala kecil untuk membiayai aneka usahanya dalam membantu masyarakat dengan memberikan pelayanan penghimpun dana dari mereka yang memiliki dana lebih”.*<sup>43</sup>

Akan tetapi dalam praktiknya, BMT juga harus mampu memilih segmentasi yang tepat. Dengan pemilihan segmentasi yang tepat, maka BMT terbantu mengidentifikasi peluang pasar dengan lebih baik, dengan demikian BMT dapat mengembangkan produk yang tepat, dapat menentukan saluran distribusi dan periklanan yang sesuai dan efisien serta mampu menyesuaikan harga bagi barang atau jasa yang di tawarkan bagi setiap target pasar. Seperti yang di ungkapkan oleh bapak Lailur Rohman :

*“ya menurut saya setiap BMT harus melakukan pemilihan segmentasi pasar karena konsumen mempunyai perbedaan kebutuhan oleh setiap produk, oleh karenanya konsumen mempunyai reaksi yang berbeda untuk setiap produk yang ditawarkan kepadanya. Seperti contoh daerah pasar mayang sendiri pedagang kecil hanya lesehan jual sayur*

<sup>43</sup> Lailur Rohman, Wawancara, Mayang, 24 Mei 2023.

*yang pengasilannya hanya Rp 10.000 perhari, jadi kami mempermudah nasabah untuk menabung, kami tawarkan produk tabungan yang awal setorannya minimal RP 2.500 setiap setor dan dari tabungan tersebut bisa di ambil kapan saja sehingga produk-produk yang kami tawarkan di minati oleh masyarakat”.*<sup>44</sup>

BMT NU Cabang Mayang agar segmentasi pasar dapat berjalan efektif, BMT NU mempunyai beberapa pertimbangan sebelum memilih strategi penetapan pasar. Beberapa perlengkapan yang perlu dilakukan dalam memasuki suatu pasar adalah menetapkan atribut-atribut yang dianggap penting, menetapkan luas dan nilai dari berbagai macam segmen pasar, menetapkan bagaimana produk yang di tawarkan di dalam pasar, mencarikan kesempatan pada segmen-segmen pasar yang belum terlayani atau belum cukup terlayani oleh produk-produk dari BMT lain yang sudah ada, menetapkan hubungan antara segmen-segmen yang dilayani. Seperti yang di ucapkan oleh ibu

Rizki ayu camelia selaku bagian tabungan:

*“Betul, seberapa jauh pengelompokan itu harus dilakukan, harusnya banyak faktor yang harus dilakukan terlebih dahulu dicermati. Hal-hal yang perlu diperhatikan melakukan segmentasi yaitu segmentasi berdasarkan geografik, demografik dan psikografik. Dimana hal tersebut sangat membantu proses penentuan segmentasi pasar yang kita lakukan yaitu secara geografik BMT menyesuaikan bauran pemasaran agar cocok dengan daerah-daerah yang berbeda dan bahkan lingkungan individual didalam suatu kota. Berdasarkan demografik, fokus yang digunakan paling luas adalah usia, jenis kelamin, agama, besar kecilnya keluarga, siklus kehidupan keluarga, penghasilan, pekerjaan, pendidikan, ras, kebangsaan dan kelas sosial, berdasarkan psikografik yaitu pola orang menjalani hidup dan menggunakan waktu dan uang (gaya hidup), kepribadian juga termasuk dalam gaya hidup. Berdasarkan tingkah laku, yang*

<sup>44</sup> Lailur Rohman, Wawancara, Mayang, 01 Mei 2023.



*mencakup : jangkauan dan loyalitas, manfaat dan situasi pemakaian”<sup>45</sup>.*

Berdasarkan beberapa hasil wawancara dan observasi yang peneliti lakukan ada beberapa hal yang menjadi gambaran betapa pentingnya strategi segmentasi pasar yang dilakukan tersebut. Perumusan strategi segmentasi pasar tersebut bertujuan untuk memudahkan KSPP.Syariah BMT NU JATIM Cabang Mayang Jember dalam memasarkan produk, menarik para masyarakat untuk menjadi nasabah serta mempertahankan loyalitas nasabah yang lama. Selain itu dengan dilakukannya strategi segmentasi pasar yang baik dan tepat dapat dipastikan pemasaran suatu produk jasa yang ada di KSPP.Syariah BMT NU JATIM Cabang Mayang dapat dengan mudah diterima oleh para calon nasabah serta berjalan dengan baik sesuai dengan visi misi perusahaan, sehingga hal tersebut dapat berdampak pada meningkatnya jumlah nasabah KSPP.Syariah BMT NU JATIM Cabang Mayang Jember. Selain itu perumusan strategi tersebut mengacu dengan strategi segmentasi pasar yang akan memberikan arahan dalam melakukan kegiatan pemasarannya dalam BMT NU JATIM Cabang Mayang.

Demi kesuksesan perusahaan harus mampu merencanakan strategi segmentasi pasar dan yang akan memaksimalkan penjualan dan keuntungan, diantaranya dengan cara pendekatan:

---

<sup>45</sup> Rizki Ayu Camila, Wawancara, Mayang, 24 Mei 2023.

## 1) Demografi

Demografi merupakan suatu pasar di bagi menjadi kelompok- kelompok berdasarkan variabel-variabel seperti usia, kepadatan penduduk, jenis kelamin, agama, kesukaan, pendidikan.

Menurut bapak Lailur Rohman selaku Kepala BMT NU JATIM Cabang Mayang mengatakan bahwa:

*“Kita bisa lihat mayoritas penjual di pasar tradisional sendiri yaitu mayoritas 80% itu perempuan, dan beragama islam, dimana perempuan dominan itu mengamankan aset yang mereka miliki dan produk yang kita tawarkan sesuai syariat islam, jadi disitu kita berbicara produk dari tabungan kita dan dari jenis kelamin dan agama yang kita lakukan segmentasi pasar sangat membantu mensukseskan segmentasi pasar yang kita lakukan”.*<sup>46</sup>

Hal serupa juga dikatakan oleh ibu Ainun selaku nasabah BMT NU JATIM Cabang Mayang Jember mengatakan bahwa:

*“Saya merasa puas, selama saya menjadi nasabah disini, saya tidak pernah merasa kurang, semua yang dibutuhkan tercukupi disini. karyawannya juga ramah dan sigap membantu nasabah saat dibutuhkan. Dan istimewanya BMT NU adalah perlakuannya terhadap nasabah, dimana tidak ada kesenjangan antara karyawan dan nasabah, ,saya sangat puas Selain saya sama-sama beragama islam saya sangat senang dengan orang yang ramah dan murah senyum kepada orang lain sehingga cocok dengan apa yang saya inginkan dari produknya dan dari perlakuan kepada orang lain”.*<sup>47</sup>

## 2) Geografis

Geografis digunakan untuk mengklasifikasikan pasar berdasarkan wilayah iklim kota atau desa.

<sup>46</sup> Lailur Rohman, Wawancara, Mayang, 25 Mei 2023.

<sup>47</sup> Ainun, Wawancara, Mayang, 03 Juni 2023.

Menurut bapak Lailur rohman selaku kepala cabang BMT NU JATIM Cabang Mayang mengatakan bahwasannya:

*“Kami tawarkan produk sesuai dengan wilayah penduduk contohnya mayoritas perekonomiannya menengah kebawah kita tawarkan produk tabungan yang setorannya minimal sedikit dan juga kita tidak ada potongan adminitrasi dalam setiap bulannya ketika bergabung untuk menabung di kita. Sehingga kita bisa mengsucceskan segemntasi yang kita lakukan”.*<sup>48</sup>

Hal serupa juga di katakan oleh ibu Himatul Laily selaku nasabah di BMT NU JATIM Cabang Mayang jember mengatakan bahwa:

*“Betul,saya juga salah satu mayoritas wilayah perekonomiannya menengah kebawah. saya sangat senang menjadi nasabah di BMT NU, dimana cara karyawan memperlakukan nasabah khususnya saya ini yang sudah seperti saudara, bukan sebagai mitra kerja. BMT NU pun juga tidak memberatkan nasabah ketika waktu pembayaran pinjaman tetapi nasabah belum bisa membayar maka akan diberikan kelonggaran waktu. Dan apabila pada saat pelunasan masih belum bisa melunasi, maka akan dilakukan pembaruan akad, selain itu untuk kerahasiaan data nasabah juga terjamin aman. Jdi saya senang bergabung menjadi nasabah BMT NU”.*<sup>49</sup>

### 3) Psikografik

Psikografik merupakan metode dalam pengelompokan pasar berdasarkan kelas sosial, gaya hidup, kepribadian.

Menurut ibu Mauli diana rohman selaku bagian layanan anggota dan mitra mengatakan bahwasanya:

*“Di BMT NU JATIM Cabang Mayang Jember saat ini menerapkan sistem pelayanan senyum, sapa dan salam. Untuk*

<sup>48</sup> Lailur Rohman. Wawancara, Mayang, 01 Juni 2023.

<sup>49</sup> Hikmatul Laily, Wawancara, Mayang, 03 Juni 2023.

*pelayanan disini sama seperti lembaga keuangan pada umumnya yaitu senyum, sapa dan salam. Sebagai Karyawan disini siapapun itu, bagian apapun, itu diwajibkan dapat melayani nasabah dengan baik. Jadi mereka harus senantiasa tersenyum meskipun sedang dalam masalah sekalipun. Antara karyawan dan nasabah harus mempunyai hubungan baik, seperti hubungan kekeluargaan. Serti yang saya jelaskan tadi, BMT itu berbeda dengan Bank, khususnya kan kemitraan jadi lebih mengarah ke kekeluargaan itu".<sup>50</sup>*

Hal serupa dikatakan oleh ibu Ayu nur aini selaku nasabah BMT NU JATIM Cabang Mayang Jember mengatakan bahwasannya:

*"Saya sebelum mengenal produk yang ada di BMT NU, gaya hidup saya boros, alhamdulillah selama menjadi anggota nasabah di BMT NU JATIM Cabang Mayang Jember saya bisa mengerem gaya hidup yang boros dan ketika ada uang selalu ingin membeli barang yang saya inginkan bukan yang saya butuhkan. Selain dukungan keluarga juga lingkungan saya banyak yang menabung di BMT NU Cabang Mayang sehingga saya juga ikut semangat untuk menabung di BMT NU".<sup>51</sup>*

Berdasarkan hasil wawancara dengan para nasabah. hal tersebut dikuatkan ketika peneliti melakukan observasi, dimana peneliti mengamati keseluruhan kinerja teller di BMT NU Cabang Mayang Jember, peneliti mengamati pelayanan BMT NU, selama proses pengamatan, peneliti melihat bahwa teller dan pegawai BMT NU memberikan pelayanan yang baik.

Mereka menggunakan bahasa yang baik dan sopan ketika berbicara dengan nasabah, berlaku sopan juga dan juga melayani dengan cepat.

<sup>50</sup>Maui diana rohman, Wawancara, Mayang, 05 Juni 2023.

<sup>51</sup> Ayu Nur Aini, Wawancara, Mayang, 03 Juni 2023.

Peneliti juga mengamati penampilan dari pegawai BMT NU seluruh pegawai BMT NU khususnya wanita sudah memakai pakaian yang sesuai dengan syariat islam. Selain mengamati pegawai BMT NU, peneliti juga mengamati nasabah yang sedang melakukan transaksi, karena senang atau tidaknya nasabah dapat dilihat dari ekspresi atau mimik wajah seseorang. Dan peneliti menemukan bahwa nasabah terlihat senang, tidak ada raut wajah kekecewaan dari mereka.

## **2. Kendala yang di hadapi KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Mayang Jember dalam mengimplementasikan strategi segmentasi pasar untuk meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan Mudharabah (Tabah)**

Menurut Bapak Lailur Rohman selaku Kepala Cabang BMT NU

JATIM Cabang Mayang Jember mengatakan bahwa :

*“Minimnya jumlah karyawan di BMT NU Cabang Mayang”*.<sup>52</sup>

Hal serupa dikatakan oleh ibu Nurul Hofiyah selaku bagian juru

tabungan mengatakan bahwasannya:

*“Kesiapan masyarakat menerima kita untuk memasarkan produk yang kita tawarkan terkadang seperti apa yang kita rencanakan dan ketahui ketika dilakukan segmentasi pasar masyarakatnya tidak siap untuk menerima padahal menurut kami sudah sesuai dengan kemauan mereka dan keinginan mereka dan juga tidak semua nasabah yang datangin kami bersedia menjadi anggota BMT NU, rendahnya tingkat perhatian mayarakat terhadap keberadaan BMT NU, dan juga perencanaan produk serta adanya pinjaman-pinjaman yang tidak lancar”*.<sup>53</sup>

<sup>52</sup> Lailur Rohman. Wawancara, Mayang, 07 Juni 2023.

<sup>53</sup> Nurul Holifah, Wawancara, Mayang, 07 Juni 2023.

### C. Pembahasan Temuan

Pembahasan temuan menguraikan temuan yang ada pada lapangan (lokasi penelitian), berdasarkan paparan data yang telah disajikan dan dilakukan analisis, maka dilakukan pembahasan terhadap hasil temuan dalam bentuk interpretasi dari wawancara dengan teori yang ada serta relevan dengan penelitian ini. Pembahasan penelitian disesuaikan dengan fokus penelitian. Beberapa temuan yang telah ditemukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 1. Strategi segmentasi pasar yang dilakukan KSPP. Syariah BMT NU Cabang Mayang Jember?

Berdasarkan temuan hasil penelitian yang mengacu pada hasil wawancara dengan beberapa narasumber secara garis besar strategi segmentasi pasar yang dilakukan KSPP.Syariah BMT NU JATIM Cabang Mayang Jember dalam memasarkan produk-produknya dengan menggunakan strategi segmentasi pasar dengan pendekatan secara geografik, demografik, psikografik. Dari hasil wawancara terdapat beberapa poin analisis strategi segmentasi pasar dengan menggunakan pendekatan secara geografik, demografik, psikografik sesuai dengan pendapat dari Phillip Kotler dan Gary Armstrong dalam bukunya yang berjudul Prinsip-prinsip pemasaran,<sup>54</sup> yang mengatakan bahwa beberapa poin tersebut antara lain :

<sup>54</sup> Philip K otler and Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran edisi 12*, terj. Bob Sabran ( Jakarta:Erlangga, 2008), Hal 225.

a. Demografik

Segmentasi demografi diasumsikan bahwa keadaan pasar dapat dibagi menjadi kelompok-kelompok yang terbagi berdasarkan pada satu atau lebih variabel demografi seperti jenis kelamin, usia, pendapatan, pendidikan, jabatan, agama, ras, nasionalitas, dan siklus hidup keluarga. Segmentasi demografi menjadi segmentasi yang paling strategis untuk diterapkan di BMT NU JATIM Cabang Mayang Jember. Daya tarik segmentasi demografi adalah ketersediaan dan kemudahan menginterpretasi data.<sup>55</sup> Data-data demografis cenderung lebih mudah didapatkan dan diolah untuk membuat strategi segmentasi yang efektif. Segmentasi yang paling banyak digunakan adalah berdasarkan demografis yang meliputi variabel faktor umur, jenis kelamin, ukuran keluarga, siklus hidup keluarga, pendapatan, pekerjaan, pendidikan, agama, ras, kebangsaan dan kelas sosial.<sup>56</sup> Pada umumnya variabel yang digunakan BMT NU JATIM Cabang Mayang Jember terbagi menjadi tiga kelompok besar yaitu (1) jenis kelamin, (2) agama, dan (3) pekerjaan.

Berdasarkan pada hasil temuan di BMT NU Cabang Mayang Jember, dapat diketahui bahwa 80% nasabah berjenis kelamin perempuan.<sup>57</sup> nilai pengetahuan literasi keuangan perempuan lebih

---

<sup>55</sup> Ni Ketut Yulia Agustini, "Segmentasi Pasar ,Penentuan Target dan Penentuan Posisi," *Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, Vol 1,no.2 (Agustus 2023): 98-99.

<sup>56</sup> Denny Soeharso and Astrid Kusumowidagdo, " Pengaruh Family Life Cycle Dalam Keputusan Memilihan Desain Rumah Tinggal dan Lingkungan", *Jurnal aksen* Volume 1, no. 2 (April 2016): Hal 7.

<sup>57</sup> BPS, "Kecamatan Mayang dalam Angka," 2022.

tinggi dibandingkan laki-laki, hal ini dikarenakan pengetahuan, perilaku, dan sikap yang dimiliki perempuan dalam mengelola keuangan lebih tinggi dibandingkan laki-laki.<sup>58</sup> Selain itu, dalam rumah tangga perempuan memiliki peran untuk mengelola keuangan rumah tangga, sehingga literasi keuangannya menjadi lebih mapan. Melihat kondisi ini, maka menjadi memungkinkan bahwa perempuan akan berpotensi lebih besar untuk menjadi nasabah tabungan mudharabah di BMT NU Cabang Mayang Jember. Strategi pemasaran yang dilakukan untuk memperkenalkan produk tabungan yang dilakukan biasanya menargetkan perkumpulan atau individu yang berperan menjadi ibu rumah tangga. Kelompok jenis kelamin perempuan menjadi target nasabah tabungan mudharabah (Tabah) karena produk tabungan ini dapat membantu memudahkan pengelolaan uang terutama dalam hal *saving* pendapatan rumah tangga.

Berdasarkan data statistik Kecamatan Mayang menunjukkan bahwa 99,5% penduduk Mayang menganut agama islam.<sup>59</sup> Tingginya jumlah masyarakat yang menganut agama islam tentunya berdampak pada pola pemilihan jenis bank yang akan digunakan. Pada umumnya masyarakat yang berminat terhadap sistem kerja bank syariah adalah

---

<sup>58</sup> Elisabet Yuli Kristanti and Risal Rino Fah, "Karakteristik Literasi Keuangan (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa)," *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo* Vol 7,n0.1 ( Juni 2021): 4-9.

<sup>59</sup> BPS, "Kecamatan Mayang dalam Angka," 2022.



masyarakat yang beragam islam.<sup>60</sup> BMT NU JATIM Cabang Mayang Jember yang merupakan bank syariah menargetkan nasabah produk tabungan mudharabah (Tabah) kepada masyarakat yang beragama islam. Dari hasil temuan penelitian menunjukkan bahwa seluruh nasabah BMT NU Cabang Mayang Jember beragama islam. Adapun beberapa alasan yang dikemukakan nasabah yang memilih BMT NU JATIM Cabang Mayang Jember yaitu, BMT menerapkan sistem bagi hasil dan tidak mengandung unsur riba atau halal dalam pengelolaan dana tabungan dan sesuai dengan syariat agama islam.

Variabel ketiga yang digunakan oleh BMT NU JATIM Cabang Mayang Jember dalam penerapan strategi segmentasi pasar adalah pekerjaan. Variabel pekerjaan berkaitan dengan penghasilan yang selanjutnya dapat menjadi data untuk menentukan segmentasi yang sesuai. Jenis pekerjaan masyarakat di daerah Mayang dipengaruhi oleh letak geografisnya, data yang diterbitkan oleh pemerintah kabupaten Jember menunjukkan bahwa lebih dari 80% penduduk mayang bekerja di sektor agraris karena sebagian besar wilayah mayang merupakan dataran rendah yang cocok untuk pertanian.<sup>61</sup> Kelompok pekerjaan yang didominasi oleh petani kemudian disusul dengan pedagang membuat BMT NU JATIM Cabang Mayang Jember melakukan pemasaran Tabungan Mudharabah (Tabah) dengan kelebihan bahwa

---

<sup>60</sup> Mansur Chadi Mursid and Rr. Karthin Irviana , “ Analisis Segmentasi Pasar dan Perilaku Nasabah Bank Syariah: Kajian Hukum Islam Terhadap Produk HSBC Amanah Indonesia,” *Al-Iqtishad*: Vol.IV,no. 2 ( Juli 2012): 208-209.

<sup>61</sup> BPS, “ Kecamatan Mayang dalam Angka,” 2022.

jenis tabungan ini memungkinkan nasabah menabung dengan jumlah yang sesuai dengan penghasilan kelompok pekerja di Mayang.

Selain itu, jenis tabungan mudharabah (Tabah) memiliki kelebihan lain yaitu dapat ditarik kapan saja sehingga masyarakat yang dominan bekerja sebagai petani dan pedagang yang penghasilannya relatif tidak pasti dapat menarik tabungannya jika dibutuhkan kapan saja. Data kelompok pekerja masyarakat di sekitar BMT NU JATIM Cabang Mayang Jember menjadi data yang sangat penting untuk menentukan produk yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat sekitar sehingga dapat menarik minat nasabah dengan efektif.

#### b. Geografik

Segmentasi geografik di kelompokkan beberapa bagian pasar yang dibedakan berdasarkan wilayah, ukuran kota atau desa, iklim dan pendapatan suatu daerah.<sup>62</sup>

Daya minat segmentasi pasar geografik yaitu sederhana dan sifatnya fleksibel. Namun segmentasi geografik pendekatannya kurang relatif canggih menempatkan kategorisasi, karena lemahnya segmentasi geografik di daerah pasar mayang sendiri sehingga dikembangkan pendekatan geodemografi. Yang bertujuan menentukan target wilayah tertentu.<sup>63</sup>

<sup>62</sup> Fulcis Nurtjahjani, Asminah Rachmi, and Masreviantuti, "Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Keputusan Pembelian Produk Telkom Speedy Di PT Telekomunikasi Indonesia Cabang Mayang," *Jurnal Administrasi dan Bisnis*, Vol. 11, no. 2 (Desember 2017): 110.

<sup>63</sup> Ni Ketut Yulia Agustini, "Segmentasi Pasar, Penentuan Target dan Penentuan Posisi," *Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, Vol 1, no.2 (Agustus 2023): 98.

Berdasarkan hasil temuan dapat diketahui BMT sendiri konsumen yang mayoritasnya wilayahnya petani dan perekonomiannya menengah kebawah Sehingga BMT NU JATIM Cabang Mayang menawarkan produk tabungan yang setorannya paling murah, agar menarik minat dan mempertahankan dan meningkatkan nasabah, dengan cara menanamkan keyakinan nasabah agar tidak beralih dan nantinya akan terbentuk loyalitas nasabah.<sup>64</sup>

### c. Psikografik

Segmentasi psikografik di asumsikan bahwa keadaan dapat di bagi menjadi beberapa kelompok yang terbagi berdasarkan pada satu atau lebih variabel psikografik seperti kelas sosial, gaya hidup dan kepribadian. Karakteristik dan perilaku sosial yang tidak sama yaitu perilaku yang berorientasi dengan orang lain, dimana pihak lain berusaha menyesuaikan diri dan beradaptasi dalam perilaku mereka yang sekelompok dengannya.<sup>65</sup>

Berdasarkan hasil temuan dapat diketahui bahwa nasabah di BMT NU JATIM Cabang Mayang Jember, mayoritas orang yang hidup di daerah pedesaan yang sistem individualnya lebih rendah dibanding masyarakat yang tinggal di kota. masyarakat di desa cenderung bersifat gotong royong sehingga banyak hal yang mereka lakukan berorientasi kepada pengalaman orang lain. Produk

<sup>64</sup> Sugiono, Ela Masrurroh, "Upaya Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) NU Dalam Membangun Kepercayaan Dan Loyalitas Nasabah ( Studi Kasus: BMT NU Cabang Grujugan Bondowoso)," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8, no. 1 (Januari 2022): 7.

<sup>65</sup> Ni Ketut Yulia Agustini, "Segmentasi Pasar, Penentuan Target dan Penentuan Posisi," *Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, Vol 1, no.2 (Agustus 2023): 100.

tabungan dikenalkan antar masyarakat sehingga mereka tertarik untuk menggunakan produk tabungan mudharabah.

## **2. Kendala yang di hadapi KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Mayang Jember dalam mengimplementasikan strategi segmentasi pasar untuk meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan Mudharabah (Tabah)**

Berdasarkan hasil temuan dari yang peneliti dapatkan di KSPP.Syariah BMT NU JATIM Cabang Mayang Jember yaitu dilihat dari faktor kendala dalam meningkatkan jumlah nasabah seperti :

- a. Kuantitas sales pemasaran dapat mempengaruhi keberhasilan dalam sistem pemasaran, karena semakin banyak jumlah karyawannya maka proyeksi pencapaian target menjadi lebih besar.<sup>66</sup>

Berdasarkan hasil temuan Pada struktur kepegawaian BMT NU JATIM Cabang Mayang dapat diketahui bahwa belum ada karyawan yang menjabat sebagai bagian marketing atau pemasaran. Minimnya jumlah karyawan di BMT NU menjadi kendala serius dalam proses memasarkan produk tabungan, pasalnya tidak ada seseorang yang fokus dan kompetibel dalam melaksanakan segala sistem pemasaran yang harus dilakukan. Hal ini mengakibatkan peningkatan jumlah nasabah menjadi tidak signifikan. Penerapan strategi pemasaran harus dilakukan secara matang dengan berbagai upaya yang efektif dan efisien. Oleh karenanya perlu seseorang yang serius dalam melaksanakan berbagai

<sup>66</sup>.Ferdian Dwi Saputra, "Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Motor Merk Mio J CW Fi Pada PT Bahana. Pagar Alam Di Bandar Lampung," *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* Vol. 4, no. 2 (April 2014): 208

strategi yang telah diterapkan sebagai upaya meningkatkan jumlah nasabah.

b. Tidak efektifnya sistem pemasaran yang mengakibatkan ketidaksiapan masyarakat dalam menerima segala bentuk promosi produk yang di kenalkan oleh BMT NU. Dari kajian peneliti hal ini diakibatkan oleh beberapa faktor, yaitu sisitem promosi melalui media sosial yang kurang strategis sehingga banyak masyarakat khususnya kelompok remaja tidak mengetahui sistem kerja dan produk yang dikeluarkan oleh BMT NU JATIM Cabang Mayang Jember. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa nasabah BMT NU mayoritas berada pada kelompok umur di atas umur 35 Tahun. Generasi milenial cenderung lebih suka mencari informasi lewat media sosial berbasis internet.<sup>67</sup>

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

---

<sup>67</sup> Sapta Sari, " Literasi Media Pada Generasi Milenial di Era Digital, " *Jurnal Professional FIS UNIVED Vol.6, no.2 (Desember 2019): 37.*

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang strategi segmentasi pasar dalam meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan mudharabah (Tabah) di KSPK. Syariah BMT NU JATIM Cabang Mayang Jember, dan pembahasan yang telah di uraikan diatas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi segmentasi pasar yang dilakukan KSPK.Syariah BMT NU JATIM Cabang Mayang Jember dalam memasarkan produknya yaitu dengan menggunakan pendekatan *geografik*, *demografik*, *spikografik*. Dimana BMT NU mempunyai produk-produk dan produk unggulan. Sistem jemput bola, sosialisasi masyarakat, harga produk yang murah dan berkualitas, tempat terjangkau, proses transaksi yang cepat sehingga tidak membuat nasabah bosan ketika nasabah melakukan transaksi ke BMT NU.
2. Kendala yang di hadapi KSPK. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Mayang Jember dalam mengimplementasikan strategi segmentasi pasar untuk meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan Mudharabah (Tabah) yaitu Minimnya Jumlah Karyawan, kesiapan masyarakat untuk menerima BMT NU untuk memasarkan produk.

## B. Saran – Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan diatas, maka saran bagi BMT NU JATIM Cabang Mayang Jember adalah sebagai berikut:

1. Dalam memasakan produk dan meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan mudharabah (Tabah) pihak KSPP.Syariah BMT NU JATIM Cabang Mayang Jember harus lebih giat lagi dalam mempromosikan dan melakukan sosialisasi kepada masyarakat yang lebih luas, terutama diluar daerah Mayang sendiri dengan cara memasarkan yang modern sehingga tidak ada kesalah pemahaman terhadap KSPP.Syariah BMT NU JATIM Cabang Mayang Jember.
2. Meningkatkan promosi melalui media elektronik dan media massa
3. Meningkatkan kerja sama antar BMT NU dan lembaga keuangan syariah lainnya.
4. BMT NU perlu melakukan evaluasi terkait penambahan jumlah karyawan sehingga karyawan dapat menjalankan tugas pokok dan fungsinya dengan baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfatih CV. Berkah Cipta, *Alquran dan Terjemahannya*, Surabaya: Mushaf Khadijah, 2002.
- Alifudin, Mochamad, Zain and M. Yunus Zamrozi. “Strategi Segmentasi Pasar Untuk Peningkatan Jumlah Nasabah Di Bmt Sidogiri Capem Sempu.” *Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam*, no.1 Februari,2021.
- Astri Furqani and Rusnaini, “Menelusuri Kesiapan Lembaga Keuangan Mikro Syariah Dalam Menghadap Revolusi Industri 4.0,” *jurnal Bisnis & Akuntansi Volume 10*,no.2 September,2020.
- Agustini NI Ketut Yulia. ” Segmentasi Pasar ,Penentuan Target dan Penentuan Posisi.” *Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, Vol 1,no.2, Agustus 2023.
- Agustini NI Ketut Yulia. ” Segmentasi Pasar ,Penentuan Target dan Penentuan Posisi.” *Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, Vol 1,no.2, Agustus 2023.
- Agustini NI Ketut Yulia. ” Segmentasi Pasar ,Penentuan Target dan Penentuan Posisi.” *Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, Vol 1,no.2, Agustus 2023.
- BPS.Go.Id, 2021.
- Basrowi and Suwandi. *Memahami Penelitian Kualitatif*, Jakarta: PT RINEKA CIPTA, 2008.
- Bungin. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Perseda, 2001.
- Rijali, “Analisis Penelitian Kualitatif,” 94.
- Bmtnujatim.com
- “Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa.”KKBI online,2016. Kkbi. Komdikbud.go.id.
- BPS, “Kecamatan Mayang dalam Angka,” 2022.



BPS, “Kecamatan Mayang dalam Angka,” 2022.

BPS, “Kecamatan Mayang dalam Angka,” 2022.

Fitriani, Neng, Hilmi And Asmuni. “Strategi Penghimpunan Dana Tabungan Mudharabah Pada BMT Al-Ma’arif Way Kanan.” *Jurnal Ekonomi Syariah*, no.1, 2022.

Fajar Laksana. *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008.

Hanggraito, Ahmadintya Anggit., Ni Made Gandhi Sanjiwani .”Tren Segmentasi Pasar Dan Perilaku Wisatawan Taman Bunga Amaryllis Di Era 4.0.” *Journal Of Tourism And Creativity*, no.1, Januari 2020.

Hakiki, Maryana, Ayu. “Penerapan Efektivitas Segmentasi Pasar Terhadap Peningkatan Volume Penjualan UD. Bitang Timur Di Desa Sumber Pakem Kecamatan Sumber Jambe Kabupaten Jember.” *Jurnal Ekonomi Syariah*, no. 2, Maret 2020.

Hariyansah, Novan. “Segmentasi Pasar Dalam Komunikasi Pemasaran Islam.” *Jurnal*, no. 2 (Oktober 2021)

Herlambang, Basic Marketing, 21.

Hariyansah, Novan. “Segmentasi Pasar Dalam Komunikasi Pemasaran Islam.” *Jurnal*, no. 2, Oktober 2021.

Kotler Philip and Gary Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran edisi 12*. Terjemahan by Bob Sabran. Jakarta:Erlangga, 2008.

Kotler Philip and Gary Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran edisi 12*. Terjemahan by Bob Sabran. Jakarta:Erlangga, 2008.

Kotler Philip and Gary Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran edisi 12*. Terjemahan by Bob Sabran. Jakarta:Erlangga, 2008.

Kristanti Elisabet Yuli and Risal Rinofah. “Karakteristik Literasi Keuangan (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa).” *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo* Vol 7,no.1, Juni 2021.

- Luis, Patricia, Ung, Cindy, Silvy Mandey, And Rotinsulu Jopie Jorie. "Analisis Pengaruh Strategi Segmentasi Pasar Terhadap Peningkatan Kinerja Penjualan Pada PT. Astragraphia Tbk Cabang Manado." *Jurnal Emba*, no.2, April 2019.
- Mujahidin Ali, Ifa Khoirianingrum. "Analisis Segmentasi, Targeting, Positioning (STP) Pada Zakiyya House Bojonegoro." *Prosiding Seminar Nasional Unimus*, no. 2, 2019.
- Menurut Michael E. Porter." *Jurnal manajemen dan Organisasi*, no. 1, April 2021.
- Maleong. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosdakarya, 1990.
- Mursid Mansur Chadi and Rr. Karthin Irviana. " Analisis Segmentasi Pasar dan Perilaku Nasabah Bank Syariah: Kajian Hukum Islam Terhadap Produk HSBC Amanah Indonesia. " *Al-Iqtishad: Vol.IV*,no. 2, Juli 2012.
- Nurtahjani, Fullcis, Asmunah Rachmi And Masreviatuti. "Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Keputusan Pembelian Produk Telkom Speedy Di PT Telekomunikasi Indonesia Cabang Malang." *Jurnal Administrasi Dan Bisnis*, no. 2, Desember 2017.
- Nurtjahjani Fulcis Asminah Rachmi, and Masreviantuti." Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Keputusan Pembelian Produk Telkom Speedy Di PT Telekomunikasi Indonesia Cabang Mayang." *Jurnal Administrasi dan Bisnis*, Vol. 11, no. 2, Desember 2017.
- Pranadita, Nugraha, And Ratih Hurriyanti, Puspo Devi Dirgantari. " Pengaruh Hukum Terhadap Lima Kekuatan Pesaingan Terkait Dengan Perumusan Strategi Menurut Michael E. Porter." 52.
- Romadoni, Aldi Faiz, And Sri Herianingrum. "Fungsi Lembaga Keuangan Mikro Syariah Dalam Mendorong Keuangan Inklusif Dan Sektor Rill (BMT NU Timur Di Sumenep)" *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, no. 5, Mei 2020.
- Rusmawati, Yunni. "Penerapan Strategi Segmentasi Pasar Dan Positioning Produk Dengan Pendekatan Analisis SWOT Untuk Peningkatan Penjualan Pada UD. Surya Gemilang Motor Di Surabaya." *Jurnal Ekbis*, no.1 (Maret 2017).

- Romadoni, Aldi Faiz, And Sri Herianingrum. “Fungsi Lembaga Keuangan Mikro Syariah Dalam Mendorong Keuangan Inklusif Dan Sektor Rill (BMT NU Timur Di Sumenep)” *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, no. 5, Mei 2020.
- Susio, Edi. “ Mengentaskan Kemiskinan Dan Kebodohan Ummat Melalui Inklusi Keuangan Syariah (Sharia Financial Inclusion)”, *Jurnal Ekonomi Islam*, no.1,Maret 2017.
- Sudrartono, Tiris. “Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Tingkat Penjualan Produk Fashion Usaha Mikro Kecil.” *Jurnal Ilmiah Manajemen*, no.1 ,Maret 2019.
- Sugianto. Catur, and rijadh djatu winardi. “ strategi penelitian etnografi.” <https://www.researchgate.net/publication/331556684>.
- Soeharso Denny and Astrid Kusumowidagdo. “ Pengaruh Family Life Cycle Dalam Keputusan Memilihan Desain Rumah Tinggal dan Lingkungan.” *Jurnal aksen*, Volume 1, no. 2, April 2016.
- Sugiono and Ela Masruroh.” Upaya Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) NU Dalam Membangun Kepercayaan Dan Loyalitas Nasabah ( Studi Kasus: BMT NU Cabang Grujugan Bondowoso).” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8, no. 1, Januari 2022.
- Sari Sapta. “ Literasi Media Pada Generasi Milenial di Era Digital.” *Jurnal Professional FIS UNIVED* Vol.6, no.2, Desember 2019.
- Saputra Ferdian Dwi, “Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Motor Merk Mio J CW Fi Pada PT Bahana. Pagar Alam Di Bandar Lampung,” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* Vol. 4, no. 2, April 2014.
- Tim Penyusun IAIN Jember, Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, Jember: IAIN Jember Press, 2017
- Tjiptono, Fandi. Strategi Pemasaran, Edisi IV, Yogyakarta: ANDI, 2015.
- Tim Penyusun IAIN Jember, Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, Jember: IAIN Jember Press, 2017.
- Undang- Undang Dasar Nomor 10 tahun 1998.

Wahyuni, Elis,Tri. "Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Kepuasan Pelanggan (Nasabah) Pada Bank BPR Jatim Cabang Ponorogo." *Equilibrium*, no.1, Januari 2017.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : ALFIA MAULIDA

Nim : E20161137

Prodi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Ahmad Siddiq Jember

menyatakan dengan sebenarnya bahwa dalam hasil penelitian ini tidak terdapat unsur-unsur penjiplakan karya penelitian atau karya ilmiah yang pernah dilakukan atau dibuat orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari ternyata hasil penelitian ini terbukti terdapat unsur-unsur penjiplakan dan ada klaim dari pihak lain, maka saya bersedia untuk diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Jember, 15 Juni 2023  
Saya yang menyatakan



ALFIA MAULIDA  
E20161137

## Matrik Penelitian

JUDUL	VARIABEL	SUB VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODE PENELITIAN	FOKUS MASALAH
<b>Analisis Strategi Segmentasi Pasar Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Mudharabah (Tabah) di KSPP. Syariah BMT Nuansa Umat Jawa Timur Cabang Mayang Jember</b>	1. Strategi segmentasi pasar dalam meningkatkan jumlah nasabah	a) Demografi  b) Geografis  c) Spikologis/ Spikografis	1) Umur 2) Kepadatan penduduk 3) Jenis kelamin 4) Agama 5) Kesukuan 6) Pendidikan  1) Wilayah 2) Iklim 3) Kota atau desa  1) Kelas sosial 2) Gaya hidup 3) kepribadian	1.Sumber Informan: a. Kepala Cabang BMT NU Jawa Timur Cabang Mayang Jember. b.Bagian Tabungan BMT NU Jawa Timur Cabang Mayang Jember. c.Bagian Layanan Anggota dan Mitra BMT NU Jawa Timur Cabang Mayang Jember. D. Para Pihak yang dibutuhkan dalam penelitian ini. 2. Dokumentasi 3. kepustakaan 4. internet	1. Menggunakan penelitian Kualitatif dan menggunakan pendekatan Etnografi 2. Teknik pegumpulan data: a. Observasi b. Interview c. Dokumentasi 3. Teknik analisis: Etnografi, kualitatif 4. Keabsahan data menggunakan triangulasi sumber	1. Bagaimana strategi segmentasi pasar yang dilakukan pada KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Mayang Jember? 2. Apa kendala yang di hadapi KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Mayang Jember dalam mengimplementasikan strategi segmentasi pasar untuk meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan Mudharabah (Tabah)?
	2. Produk tabungan Mudharabah (Tabah)	Tabungan yang bisa diambil kapan saja.	1). Mempermudah nasabah untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. 2). Mempermudah nasabah dalam segi pengambilan tabungan			

## PANDUAN WAWANCARA

### **Petanyaan Kepada Pihak BMT**

1. Bagaimana strategi segmentasi pasar yang dilakukan BMT NU JATIM Cabang Mayang Jember?
2. Apa kendala yang dihadapi BMT NU JATIM Cabang Mayang Jember dalam meningkatkan jumlah nasabah?
3. Apa Faktor-faktor yang membantu meningkatkan jumlah nasabah dari segmentasi pasar yang dilakukan BMT NU JATIM Cabang Mayang Jember?
4. Berapa jumlah nasabah produk tabungan mudharaba (Tabah) dari tahun 2016- 2022?
5. Apa yang membedakan BMT NU JATIM Cabang Mayang Jember dengan BMT NU Cabang lainnya?
6. Bagaimana Struktur organisasi BMT NU JATIM Cabang Mayang Jember?
7. Sejarah berdirinya BMT NU JATIM Cabang Mayang Jember?
8. Ketua MWC NU di BMT NU JATIM Cabang Mayang Jember?
9. Berdiri tahun berapa BMT NU JATIM Cabang Mayang Jember?
10. Data nasabah produk tabungan?

### **Pertanyaan kepada Pihak Nasabah**

1. Mengapa tertarik untuk menabung di BMT NU JATIM Cabang Mayang Jember?
2. Mengapa ibu memilih menabung produk tabungan mudharabah (Tabah) di BMT NU JATIM Cabang Mayang?
3. Apa keuntungan ibu setelah menjadi nasabah dan setelah menabung di BMT NU JATIM Cabang Mayang?
4. Apa profesi ibu saat ini?
5. Apa ada perbedaan ibu menabung di BMT NU JATIM Cabang Mayang Jember?

6. Ada berapa anggota yang tertarik menabung di BMT NU JATIM Cabang Mayang Jember?










Bagaimana sistem penjemputan ketika ibu menabung ke BMT NUJATIM Cabang Mayang Jember?



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R



### JURNAL PENELITIAN

NO	Hari/ Tanggal	Kegiatan	Paraf
1	9 Mei 2023	Mengantarkan surat peneltian	
2	23 Mei 2023	wawancara dan dokumentasi BMT NU	
3	24 Mei 2023	Wawancara terkait segemntasi pasar yang di lakukan oleh BMT NU JATIM Cabang Mayang Jember	
4	25 Mei 2023	Obsevasi BMT NU Cabang Mayang	
5	1 Juni 2023	Wawancara produk tabungan	
6	3 Juni 2023	Wawancara dengan nasabah BMT NU JATIM Cabang Mayang Jember	
7	5 Juni 2023	Observasi BMT NU Cabang Mayang	
8	7 Juni 2023	Wawancara terkait kendala yang dihadapi BMT NU JATIM Cabang Mayang Jember	
9	12 Juni 2023	Surat keterangan selesai penelitian	



UNIVERSITAS  
KIAI HAJI  
JEMBER



UNIVERSITAS  
KIAI HIMPUNAN

Q



UNI  
KIAI I

Q



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
 Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550  
 Fax (0331) 427005 e-mail: [febi@uinkhas.ac.id](mailto:febi@uinkhas.ac.id) Website: <https://febi.uinkhas.ac.id/>

Nomor : B-744 /Un.22/7.a/PP.00.9/05/2023 08 Mei 2023  
 Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth.  
 Pimpinan BMT Nuansa Umat Cabang Mayang  
 Jl. Nasional III, Dam Saola, Tegalorejo, Kec. Mayang,  
 Kabupaten Jember, Jawa Timur 68182

Disampaikan dengan hormat, bahwa dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, mahasiswa berikut :

Nama : Alfia Maulida  
 NIM : E20161137  
 Semester : XIII (Empat Belas)  
 Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam  
 Prodi : Perbankan Syariah

Untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai Analisis Strategi Segmentasi Pasar Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Mudharabah (Tabah) di KSPP Syariah BMT Nuansa Umat Jawa Timur Cabang Mayang Jember. di lingkungan lembaga wewenang Bapak/ Ibu

Demikian atas perkenannya disampaikan terima kasih.

a.n. Dekan  
 Wakil Dekan Bidang Akademik,

  
 Nurul Widyawati Islami Rahayu



Alamat Kantor Pusat :  
 Jalan Raya Gapura  
 Desa Gapura Tengah Kec. Gapura  
 Kab. Sumenep Kode Pos 69472  
 Telp./Fax. : 0328 861654  
 HP. : 0619 1366 8881  
 0678 0560 8881  
 e-mail : bmt\_gapura@yahoo.co.id  
 website : www.bmtnujatim.com

Nomor : 2404/0246/KSPPS/BMT NU/VI/2023  
 Lamp. : - 0 -  
 Perihal: Pemberitahuan Ijin penelitian

Sumenep, 12 Juni 2021

Kepada Yang Terhormat  
 Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
 Universitas Islam Negeri Kiai Haji Ahmad  
 Siddiq Jember  
 Jl. Mataram No. 1 Mangli Jember

*Assalamu'alaikum War. Wab.*

Salam Silaturrahim kami sampaikan, semoga kita sekalian tetap berada dibawah lindungan Allah SWT. sehingga tetap diberi kemampuan dalam melaksanakan tugas – tugas keseharian. Amin.

Selanjutnya, disampaikan dengan hormat, sehubungan dengan surat dari Sdr. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Ahmad Siddiq Jember No : B- 764/Un.20/7.a/PP.00.9/05/2023 tanggal 08 Mei 2023 perihal sebagaimana pokok surat di atas, maka bersama ini kami sampaikan, bahwa pada prinsipnya kami **Tidak keberatan dan memberikan persetujuan Ijin Penelitian Kepada Mahasiswa atas Nama :**

Nama	: Alfia Maulida
NIM	: E201611437
Semester	: XIV (Empat Belas)
Jurusan	: Ekonomi Islam
Program Studi	: Perbankan Syariah

Untuk melakukan Penelitian di KSPP Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Mayang Jember dengan Judul Penelitiannya "Analisis Strategi Segmentasi Pasar dalam meningkatkan jumlah tabungan Mudharabah (Tabah) di lingkungan Lembaga BMT NU Jawa Timur Cabang Mayang Jember"

Demikian harap maklum, atas segala perhatian dan kerja samanya disampaikan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum War. Wab.*

Sekretaris,  
  
 SUDAHTI ARIFANDY  
 NIP. : 2404.010705.0003

Tembusan disampaikan kepada yth. -

-Manager Area terkait untuk Ditindak Lanjuti  
 Kepala Cabang Mayang Jember di lakukan

## BIODATA PENULIS



### Data diri:

Nama : Alfia Maulida  
 NIM : E20161137  
 TTL : Jember, 06 April 1997  
 Alamat : Dusun Krajan, RT 001, RW 001 Desa Gambiran  
 Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember  
 Program Studi : Perbankan Syariah  
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
 No. Tlp : 085232555434  
 Email : alfiamaulida97@gmail.com

### Riwayat Pendidikan

1. SD Negeri Gambiran 01 ( 2007-2012)
2. MTS Al- Imam (2012-2014)
3. SMA Negeri 01 Pakusari (2014-2016)
4. Universitas Islam Negeri Kiai (2016-2023)  
Haji Ahmad Siddiq Jember

### Pengalaman Organisasi

1. Kader GmnI Universitas Islam Negeri Kiai Haji Ahmad Siddiq Jember