ABSTRAK

Ashri Quraisyin Assa'adiyah, 1741143048, 2018. "*Analisis Segmentasi, Targeting, Positioning* pada Proses Penyaluran Produk Pembiayaan *Murabahah* di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Kediri." Skripsi Program Studi Perbankan Syariah (PS), Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung. Pembimbing Rokhmat Subagiyo, M.E.I.

Adanya kompetisi antar perbankan yang semakin tinggi menyebabkan setiap perbankan harus memiliki keunggulan bersaing terhadap produk yang dipasarkan dengan menggunakan strategi pemasaran yang tepat. Banyaknya jumlah pesaing telah mengubah perbankan-perbankan dalam melayani pasarnya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah akan suatu produk, khususnya pada perbankan syariah sehingga membuat nasabah memiliki alternatif pilihan untuk mendapatkan produk yang sesuai dengan keinginannya. Salah satunya Bank Muamalat Indonesia, dengan membuat dan menawarkan produk pembiayaan *murabahah* ini diharapkan dapat merubah nasib Bank Muamalat Indonesia dari para pesaing untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Dalam memenangkan persaingan tidak hanya sebatas menyusun strategi *marketing mix*, namun lebih dari hal itu, yaitu perlu dilakukannya strategi bersaing terlebih dahulu dengan menentukan *segmentasi, targeting, positioning* dan proses untuk menyalurkan pembiayaan *murabahah* yang diinginkan oleh Bank Muamalat Indonesia.

Objek dalam penelitian ini adalah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penentuan *segmentasi, targeting, positioning* produk pembiayaan *murabahah* berdasarkan persepsi dan preferensi nasabah serta proses penyaluran produk pembiayaan *murabahah* di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri. Dengan menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, penulis mengumpulkan data melalui metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Pengecekan keabsahan data yang digunakan adalah metode triangulasi sumber.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penentuan *segmentasi* pasar pembiayaan *murabahah* di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri, yaitu dikelompokkan berdasarkan strata kelas sosial menengah keatas, dimana penentuan *targeting* pasar yang dipilih berupa konsentrasi pada pasar tunggal. Selain itu, menurut persepsi dan preferensi nasabah pembiayaan *murabahah* diposisikan pada kelas menengah keatas guna membantu penambahan modal usaha/kerja mitra Bank Muamalat Cabang Kediri. Untuk proses penyaluran pembiayaan *murabahah* di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri dilakukan dengan tahapan sebagai berikut: pengajuan pembiayaan, verifikasi data dan Bank Indonesia *checking*, survey, analisis 5c, persetujuan komite, pengikatan jaminan dan akad pembiayaan, realisasi pembiayaan, *monitoring* nasabah serta pelunasan.

Kata Kunci: *Segmentasi, Targeting, Positioning,* Proses Pembiayaan *Murabahah,* Bank Muamalat Indonesia.

ABSTRACT

Ashri Quraisyin Assa'adiyah, 1741143048, 2018. "Analysis Segmenting, Targeting, Positioning on the Process of Distributing Murabahah Financing Products in PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Branch Office Kediri." Islamic Banking Studies Thesis Program (PS), Faculty of Economic and Business Islam (FEBI), State Islamic Institute (IAIN) Tulungagung. Supervisor Rokhmat Subagiyo, M.E.I.

The inter-banking competition is increasingly high cause each banking must have competitive advantage to the marketed product using the right marketing strategy. The large number of competitors has changed the banks in serving their markets to meet the needs and desires of customers of a product, especially in sharia banking so as to make the customer have an alternative choice to get the product in accordance with his wishes. One of the Bank Muamalat Indonesia, by making and offering murabahah financing products is expected to change the fate of Bank Muamalat Indonesia from competitors to increase economic growth. In winning the competition is not only limited to preparing a marketing mix strategy, but more than that it is necessary to do competitive strategy first by determining segmenting, targeting, positioning and process to channel murabahah financing desired by Bank Muamalat Indonesia.

This research object is Bank Muamalat Indonesia Branch Office Kediri. this research aims to find out the determination of segmenting, targeting, positioning of murabahah financing product based on customer perception and preference as well as process of murabahah financing product in Bank Muamalat Indonesia Branch Office Kediri. Using a qualitative research approach, the authors collect data through observation methods, interviews and documentation. Checking the validity of the data used is the source triangulation method.

The result of the research shows that the determination of murabahah financing market segmenting in Bank Muamalat Indonesia Branch Office Kediri, which is grouped based on social class of middle and upper class, where the targeting of selected market is single segment concentration. Besides, according to the perception and preference of murabahah financing customer is positioned in upper middle class to assist the addition of venture capital or partner work of Bank Muamalat Indonesia Branch Office Kediri. For the process of murabahah financing distribution in the Bank Muamalat Indonesia Branch Office Kediri done with the following stages: financing application, data verification and Bank Indonesia checking, survey, 5C analysis, committee approval, guarantee bonding and financing realization, customer monitoring and repayment.

Keywords: Segmenting, Targeting, Positioning, Murabahah Financing Process, Bank Muamalat Indonesia.