

**ANALISIS SEGMENTASI PENENTUAN TARGET DAN POSISI PASAR
PADA PRODUK PEMBIAYAAN DENGAN AKAD RAHN DI BMT
HIDAYAH UMAT**



SKRIPSI

Oleh:

Zulfahri Nur Rohima

NPM : 20140730114

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2018

HALAMAN MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿١٠٠﴾

“karena Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.”

فَبِأَيِّ آلَاءِ رَبِّكُمَا تُكَذِّبَانِ ﴿١٠١﴾

“Maka nikmat Tuhan kamu yang manakah yang kamu dustakan?”

“SEBAIK-BAIKNYA MANUSIA IALAH MEREKA YANG PALING BERMANFAAT
BAGI SESAMA”

- H.R Thabrani -

“PENYEMANGAT TERHEBAT DAN TERBAIK ADALAH DIRI SENDIRI”

- Zulfahri Nur Rohima -

“DOAKAN YANG KAMU KERJAKAN. KERJAKAN YANG KAMU DOAKAN.”

- Zulfahri Nur Rohima -

“WHEREVER YOU GO, NEVER STOP CARING, NEVER STOP LOVING. YOU
DON'T HAVE TO BE PERFECT, BUT YOU CAN BE GOOD.”

- Zulfahri Nur Rohima -

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil'alamiin

Saya persembahkan karya tulis ini kepada Allah SWT yang telah memberikan nikmat sehat, nikmat sempat, kekuatan, kesabaran dan segalanya.

Kepada Ayah dan Mama yang tidak pernah lelah memberikan yang terbaik untuk anak-anaknya dan selalu berjuang mendoakan kami. Terimakasih atas segala doa dan perjuangannya selama ini.

Kepada kedua adikku, Mas Hakim dan Mas Rais yang hebat-hebat yang telah menemani lembur sampai dini hari dan memberikan semangat kepadaku.

Sahabat-sahabat terbaikku, Kunthicrew. Anna, Antari, Bican, Disya, Silma, Upa, Rani, Fitri, Nasya dan Rohmah. Terimakasih telah menguatkanku, selalu mendukungku, mendoakan yang terbaik untukku dan selalu menjadi pelipur laraku.

Teman-teman seperjuanganku, Dini Syavilla, Isfat Dias Pratiwi, Rizky Nurul Amalia dan Euis Tujianah. Terimakasih telah menerimaku menjadi teman baikmu dan berproses bersama sejak awal masuk kuliah hingga saat ini dan semoga sampai nanti.

Teman-teman Warungboto yang tercinta.

Dan untuk mereka yang telah hadir dan pernah hadir untuk mengenal, mengisi sebagian kisah dalam hidupku dan menjadi teman, sahabat bahkan keluarga.

Semoga ini adalah karya tulisku yang terbaik dari yang terbaik yang mampu ku persembahkan untuk kalian.

Terimakasih

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN NOTA DINAS | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iii |
| HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN..... | iv |
| HALAMAN MOTTO | v |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | vi |
| KATA PENGANTAR..... | vii |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiii |
| ABSTRAK | xiv |
| ABSTRACT..... | xv |
| | |
| BAB 1 PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 7 |
| C. Tujuan Penelitian | 7 |
| D. Kegunaan Penelitian | 7 |
| E. Sistematika Penulisan | 8 |
| | |
| BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI | 10 |
| A. Tinjauan Pustaka | 10 |
| B. Kerangka Teori | 13 |
| 1. Manajemen Pemasaran | 13 |
| 2. Strategi Pemasaran | 14 |
| 3. Segmentasi, Penentuan Target Dan Posisi Pasar | 15 |
| 4. Pembiayaan | 22 |

| | |
|--|-----------|
| 5. Rahn Atau Gadai..... | 23 |
| 6. Rahn Tasjily | 26 |
| BAB 3 METODE PENELITIAN..... | 28 |
| A. Jenis Penelitian..... | 28 |
| B. Lokasi Penelitian..... | 28 |
| C. Subjek Penelitian | 29 |
| D. Sumber Data..... | 29 |
| E. Metode Pengumpulan Data..... | 30 |
| F. Metode Keabsahan Data | 32 |
| G. Metode Analisis Data..... | 33 |
| H. Indikator Analisis Segmentasi Pasar Penentuan Target dan Posisi Pasar | 34 |
| BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN..... | 38 |
| A. Gambaran Umum Lembaga | 38 |
| 1. Sejarah Singkat BMT Hidayah Umat | 38 |
| 2. Visi dan Misi BMT Hidayah Umat..... | 39 |
| B. Deskripsi Data..... | 42 |
| C. Analisis Segmentasi Pasar Produk Pembiayaan Dengan Akad Rahn di Bmt Hidayah Umat | 50 |
| D. Analisis Penentuan Target Dan Posisi Pasar Pada Produk Pembiayaan Dengan Akad Rahn di Bmt Hidayah Umat | 61 |
| BAB 5 PENUTUP | 71 |
| A. Kesimpulan | 71 |
| B. Saran | 72 |
| DAFTAR PUSTAKA | 74 |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | 76 |

DAFTAR TABEL

| | | |
|-----------|---|----|
| Tabel 1.1 | Jumlah UKM di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta Tahun 2014-2018 | 3 |
| Tabel 1.2 | Jumlah Anggota Produk Pembiayaan di BMT Hidayah Umat per Mei 2018 | 5 |
| Tabel 2.1 | Segmentasi Demografis Produk Pembiayaan Akad Rahn | 45 |
| Tabel 2.2 | Segmentasi Geografis Produk Pembiayaan Akad Rahn | 46 |
| Tabel 2.3 | Segmentasi Psikografis Produk Pembiayaan Akad Rahn | 47 |
| Tabel 2.4 | Segmentasi Perilaku Produk Pembiayaan Akad Rahn..... | 48 |
| Tabel 2.5 | Keunggulan dan kekurangan Produk Pembiayaan Akad Rahn | 49 |

DAFTAR GAMBAR

| | | |
|-------------------|-----------------------------------|-----------|
| Gambar 1.1 | Logo BMT Hidayah Umat..... | 40 |
|-------------------|-----------------------------------|-----------|