

BAB I

PENDAHULUAN

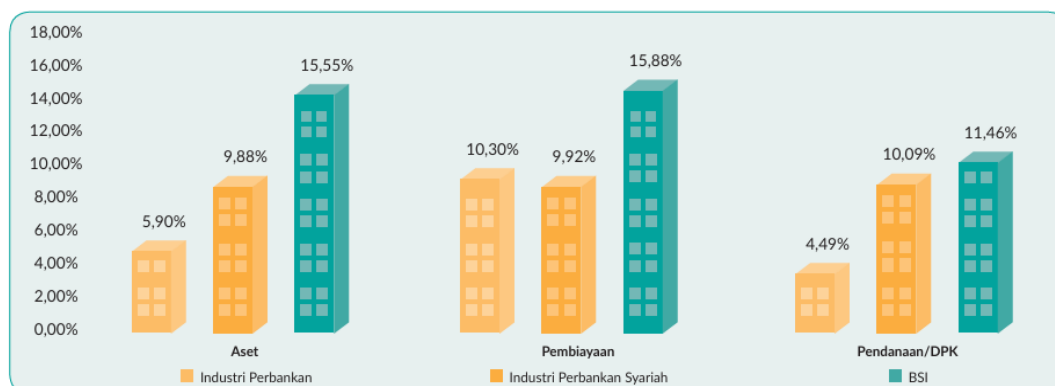
A. Latar Belakang

Stabilitas keuangan Indonesia sangat dipengaruhi oleh sektor perbankan. Pembentukan sistem syariah berdasarkan adanya larangan dalam agama Islam untuk meminjamkan atau memugut pinjaman dengan menggunakan bunga pinjaman (*riba*), serta larangan untuk berinvestasi pada usaha-usaha yang bersifat (*haram*). Bank Syariah didefinisikan sebagai bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah. Diharapkan bahwa bank syariah dapat meningkatkan ekonomi masyarakat secara keseluruhan (Aisyah & Arif, 2023).

Dengan tujuan untuk terus mendukung perluasan perekonomian nasional, pemerintah secara resmi menggabungkan tiga bank syariah milik negara, yaitu Bank Mandiri Syariah, BSI Syariah, dan BRI Syariah menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI) pada tanggal 1 Februari 2021. Penggabungan ketiga bank tersebut juga mengakhiri penantian Panjang untuk mendirikan bank syariah komersial terbesar di Indonesia dengan modal besar. Menurut hukum Islam, bank syariah adalah Lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara antara pihak yang memiliki kelebihan dana dan pihak yang tidak memiliki dana untuk transaksi atau kegiatan lainnya. Dalam perkembangannya, Bank Syariah Indonesia telah menjadi salah satu Lembaga keuangan dengan program pembiayaan yang benar-benar mendukung pertumbuhan wirausaha mikro (Shabrina Fatimah Amini, 2023).

Grafik Pertumbuhan Kinerja Industri Perbankan, Industri Perbankan Syariah dan BSI

(dalam %)



Gambar 1.1 Grafik Pertumbuhan Industri Perbankan Syariah dan BSI

Sumber: Laporan keuangan tahunan BSI 2024

Pada gambar 1.1 menunjukkan bahwa Bank Syariah Indonesia (BSI) mencatatkan pertumbuhan yang lebih tinggi dibandingkan rata-rata industri perbankan syariah, terutama dalam aset sebesar 15,55%, pembiayaan sebesar 15,88%, dan laba bersih yang melonjak 22,83%. Hal ini menunjukkan bahwa memperluas bisnis, meningkatkan efisiensi operasional, dan mengoptimalkan strategi keuangan dapat dilakukan dengan sukses. Dibandingkan dengan industri perbankan syariah secara keseluruhan, pembiayaan BSI mencatat pertumbuhan terbesar sebesar 15,88% dari Rp 240,32 triliun menjadi Rp 278,48 triliun.

Salah satu fungsi strategis perbankan syariah adalah menyalurkan pembiayaan kepada sektor riil dengan berlandaskan prinsip-prinsip syariah. Pembiayaan syariah memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, khususnya dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Dalam praktiknya, pembiayaan syariah merupakan tugas pokok dari lembaga perbankan syariah, yaitu memberikan fasilitas dana kepada pihak-pihak yang membutuhkan (defisit unit) dengan pendekatan yang sesuai dengan ketentuan hukum Islam (Putra et al., 2026).

Pemerintah memberikan izin kepada Bank Syariah Indonesia untuk beroperasi sebagai Lembaga pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR). Fatwa bahwa BSI merupakan distributor KUR memberikan pilihan bagi masyarakat, terutama bagi UMKM yang membutuhkan pinjaman tanpa bunga. Pemerintah juga telah menyelesaikan Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 7 tahun 2021 tentang kemudahan, perlindungan dan pemberdayaan koperasi dan UMKM sebagai pelaksanaan Undang-undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang cipta kerja. Tujuan yang akan dicapai dalam muatan PP tersebut salah satunya yakni menyatukan pengaturan koperasi dan UMKM yang tersebar di berbagai sektor (Chalim et al., 2022)

Secara normatif, pelaku UMKM yang berhak menerima Kredit Usaha Rakyat (KUR) adalah usaha produktif yang memenuhi kriteria sesuai pedoman pelaksanaan KUR yang ditetapkan pemerintah, sebagaimana diatur dalam Peraturan Presiden Nomor 2 Tahun 2022 dan peraturan teknis terkait. Penerima Mikro KUR harus merupakan pelaku usaha yang layak namun belum memiliki akses pembiayaan komersial secara memadai, memiliki usaha yang telah berjalan minimal 6 bulan, tidak sedang menerima kredit produktif lain di luar ketentuan yang diperbolehkan, serta memenuhi syarat administratif dan analisis kelayakan dari bank penyalur. Dalam praktiknya, penilaian kelayakan tersebut dilakukan berdasarkan prinsip 5C (Character, Capacity, Capital, Collateral, dan Condition of economy) sebagai dasar evaluasi risiko pembiayaan guna memastikan kemampuan debitur dalam memenuhi kewajiban pengembalian dana (Hidayah et al., 2023).

Pada dasarnya, hambatan dan tantangan yang dihadapi pelaku UMKM dalam meningkatkan kapasitas dan pengembangan usaha bersifat kompleks serta saling berkaitan antara satu aspek dengan aspek lainnya. Permasalahan tersebut meliputi keterbatasan permodalan, baik dari segi jumlah maupun sumber pembiayaan, rendahnya kemampuan manajerial dan keterampilan operasional, belum adanya legalitas atau bentuk formal usaha, serta terbatasnya jangkauan pemasaran. Berdasarkan hal tersebut pemerintah terus menciptakan dan mendukung program pemberdayaan ekonomi berbasis kerakyatan dengan memberikan program pembiayaan kredit pemerintah seperti pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) (Anisa et al., 2023).

Bank Syariah Indonesia (BSI) pada tahun 2024 memperoleh kuota penyaluran pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) mikro sebesar Rp16 triliun. Dari total kuota tersebut, realisasi penyaluran KUR oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mencapai Rp15,42 triliun atau sekitar 97 persen dari target yang telah ditetapkan oleh pemerintah (Bank Syariah Indonesia, 2024). Meskipun realisasi penyaluran KUR mikro oleh BSI mencapai 97 persen dari kuota Rp16 triliun, masih ada 3 persen dari kuota yang belum terserap, menandakan ada potensi atau pelaku UMKM yang belum mendapatkan akses pembiayaan yang optimal.

Total penyaluran KUR di Jawa Barat pada tahun 2024 melalui bank syariah sebesar Rp 813 miliar (7,48%) dengan 15.039 debitur. Berdasarkan skema, KUR Mikro menjadi yang terbanyak dengan penyaluran Rp 6,96 triliun (64%) dan 162.942 debitur (87.81%). Perdagangan besar dan eceran menyalurkan jumlah

terbesar sebesar Rp 6,16 triliun (56,62%) dan 103.882 debitur (55,98%) (Kemenkeu, 2024).

Tabel 1.1 Statistik UMKM di Kota Cirebon

Tahun	Jumlah UMKM
2024	2.687
2025	2.830

Sumber: Dinas Koperasi dan UKM Kota Cirebon

Berdasarkan data dari Dinas Koperasi, Usaha Kecil, Menengah, Perdagangan dan Perindustrian Kota Cirebon, jumlah UMKM di Kota Cirebon menunjukkan tren peningkatan dalam dua tahun terakhir. Pada tahun 2024 tercatat sebanyak 2.687 UMKM, sedangkan pada tahun 2025 jumlah tersebut meningkat menjadi 2.830 UMKM. Kenaikan ini menunjukkan adanya pertumbuhan aktivitas usaha Masyarakat serta meningkatnya partisipasi pelaku usaha dalam sektor UMKM di kota Cirebon (Dinas Koperasi UMKM, 2025).

Di tengah persaingan yang semakin sengit di industri perbankan, bank perlu menerapkan kebijakan dan strategi pemasaran yang efektif, khususnya dalam penyaluran pembiayaan Mikro KUR. Hal ini dilakukan melalui penerapan strategi segmentasi, penentuan pasar sasaran, dan positioning produk agar pemasaran lebih tepat sasaran. Bank Syariah tidak hanya berfokus pada perolehan nasabah baru, tetapi juga pada Upaya mempertahankan nasabah lama dengan menjaga reputasi serta memenuhi kebutuhan dan harapan masyarakat (Hartini et al., 2022).

Strategi segmentasi (*segmenting*) atau segmentasi pasar memiliki peran penting untuk mengidentifikasi dan mengelompokkan calon nasabah berdasarkan

karakteristik tertentu, seperti jenis usaha, kebutuhan modal, kapasitas finansial, serta latar belakang sosial ekonomi. Pembiayaan mikro KUR masih terfokus pada segmen usaha tertentu yang mudah dijangkau, seperti sektor perdagangan umum, sementara pelaku usaha mikro di sektor pertanian, peternakan, atau industri rumahan masih kurang tersentuh oleh pembiayaan (Hasanah, et al., 2022).

Dalam konteks pembiayaan mikro KUR Syariah, permasalahan target (*targeting*) sering muncul ketika kriteria nasabah yang menjadi sasaran tidak sepenuhnya mencerminkan segmen usaha yang produktif dan layak dibiayai. Proses seleksi calon penerima KUR mikro di beberapa cabang BSI sering kali masih bersifat administratif, belum sepenuhnya berbasis analisis kebutuhan usaha dan kapasitas produktivitas calon nasabah. Akibatnya, penyaluran KUR mikro belum sepenuhnya menysasar kelompok usaha kecil yang benar-benar membutuhkan tambahan modal untuk berkembang, melainkan cenderung pada nasabah yang telah memiliki kelayakan finansial dan histori kredit baik. Kondisi ini berpotensi menimbulkan ketidakcocokan antara target yang direncanakan dengan realisasi penerima pembiayaan di lapangan (Hasanah et al., 2022).

Sedangkan dalam penerapan strategi *positioning* (penempatan produk) menunjukkan bahwa citra dan persepsi masyarakat terhadap produk tersebut belum sepenuhnya terbentuk secara kuat. Persepsi tentang produk bank syariah adalah tingkat pengetahuan dan pemahaman masyarakat tentang produk dan jasa bank syariah. Persepsi menjadi salah satu faktor penentu dalam memahami informasi atau pengetahuan yang mempengaruhi seseorang dalam menentukan minat. Tanpa

strategi positioning yang kuat, lembaga sulit mempertahankan pangsa pasar dan Profitabilitasnya (Kapukha & Makau, 2023).

Dalam konteks implementasi strategi pemasaran, setiap kantor cabang memiliki karakteristik dan tantangan yang berbeda sesuai dengan potensi ekonomi daerahnya. Oleh karena itu, BSI KCP Cirebon Siliwangi dipilih sebagai lokasi penelitian karena unit kerja dari Bank Syariah Indonesia ini memiliki peran strategis dalam penyaluran pembiayaan mikro berbasis syariah di wilayah Cirebon. Dengan pertumbuhan ekonomi yang beragam di sektor UMKM perdagangan, jasa, pertanian, dan industri rumahan yang cepat di Jawa Barat, wilayah Cirebon menjadi pusat permintaan pembiayaan KUR Syariah.

Adapun penelitian yang dilakukan oleh Ningsih, menegaskan bahwa keberhasilan strategi pemasaran tidak hanya bergantung pada segmentasi dan target pasar, tetapi lebih kepada bagaimana posisi produk disusun dan dikomunikasikan secara efektif kepada masyarakat. Dengan demikian, bank perlu memperhatikan aspek positioning agar dapat memperkuat daya saing dan meningkatkan keberhasilan pembiayaan mikro (Ningsih, 2020). Didukung oleh penelitian Mansur pembiayaan KUR di BSI Mojokerto terbukti memberikan dampak positif bagi pelaku UMKM, khususnya sebagai tambahan modal usaha dan dalam mendorong peningkatan kualitas produk usaha. Selain itu, pembiayaan KUR dengan margin bagi hasil yang rendah dinilai sangat menarik bagi pelaku usaha mikro sehingga mereka cenderung memilih BSI sebagai mitra pembiayaan (Mansur Azis & Azizah, 2022).

Studi empiris menunjukkan adanya celah antara tujuan penyaluran KUR dan hasil di lapangan, sehingga penelitian mengenai implementasi Segmentasi, Target, dan Penempatan (STP) pada unit BSI tingkat cabang menjadi penting untuk memastikan efektivitas, efisiensi, dan keberlanjutan program KUR. Temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai bagaimana BSI KCP Cirebon Siliwangi melakukan segmentasi pasar, menentukan target nasabah, serta menetapkan posisi produk KUR mikro agar dapat bersaing secara efektif dan memberikan manfaat optimal bagi pelaku UMKM di wilayah Cirebon.

Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana BSI KCP Cirebon Siliwangi menerapkan strategi Segmentasi, Target, dan Penempatan (STP) dalam penyaluran produk mikro KUR. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis untuk meningkatkan penelitian tentang pemasaran syariah yang berbasis strategi STP. Berdasarkan keseluruhan uraian di atas, peneliti merasa terdorong untuk menganalisis permasalahan ini secara ilmiah dalam sebuah penelitian yang berjudul "Implementasi Strategi Segmentasi, Target, dan Penempatan Dalam Penyaluran Pembiayaan Mikro KUR di BSI KCP Cirebon Siliwangi".

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan dalam latar belakang masalah diatas, maka penulis dapat mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Belum optimalnya penerapan strategi segmentasi pasar (*Segmenting*)

2. Perbedaan antara target pasar yang direncanakan dengan realisasi penyaluran di lapangan
3. Terbatasnya kesempatan untuk menawarkan produk mikro KUR kepada nasabah yang telah memiliki produk mikro KUR di bank lain.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah ditetapkan, penelitian ini dibatasi agar pembahasan lebih terfokus pada permasalahan utama yang ingin dikaji. Penelitian ini hanya akan berfokus pada implementasi strategi pemasaran STP (*Segmenting, Targeting, dan Positioning*) yang diterapkan oleh BSI KCP Cirebon Siliwangi dalam konteks penyaluran produk pembiayaan mikro KUR Syariah.

D. Rumusan Masalah

1. Bagaimana penerapan strategi segmentasi terhadap produk pembiayaan Mikro KUR pada BSI KCP Cirebon Siliwangi?
2. Bagaimana penerapan strategi target terhadap produk pembiayaan Mikro KUR pada BSI KCP Cirebon Siliwangi?
3. Bagaimana penerapan strategi penempatan terhadap produk pembiayaan Mikro KUR pada BSI KCP Cirebon Siliwangi?
4. Apakah strategi Segmentasi, target dan penempatan efektif terhadap pengembangan usaha nasabah?

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengkaji penerapan strategi segmentasi terhadap produk Mikro KUR pada BSI KCP Cirebon Siliwangi

2. Untuk mengkaji penerapan strategi target terhadap produk Mikro KUR pada BSI KCP Cirebon Siliwangi
3. Untuk mengkaji penerapan strategi penempatan terhadap produk Mikro KUR pada BSI KCP Cirebon Siliwangi
4. Untuk mengetahui efektifitas penyaluran Mikro KUR dalam pengembangan usaha.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pemasaran perbankan syariah, khususnya dalam konteks strategi STP pada pembiayaan mikro.
 - b. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya mengenai efektivitas strategi pemasaran dalam program pemerintah seperti KUR.
2. Manfaat Praktis
 - a. Penelitian ini diharapkan bisa memberikan kontribusi terhadap peningkatan ketersediaan akses pembiayaan mikro KUR di BSI KCP Cirebon Siliwangi bagi Masyarakat.
 - b. Bagi calon nasabah mikro KUR, penelitian ini meningkatkan pemahaman mengenai akses pembiayaan syariah yang tersedia, serta mendorong peningkatan literasi keuangan.

G. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu berfungsi sebagai pendukung dalam pelaksanaan penelitian, sekaligus menjadi salah satu sumber referensi penting bagi penulis. Melalui penelitian sebelumnya, penulis dapat memperluas pemahaman terhadap teori yang digunakan dalam proses penelitian dan pengkajian, sehingga diharapkan dapat memperoleh hasil penelitian yang optimal. Selain itu, penelitian terdahulu juga dimanfaatkan untuk menggali berbagai informasi dan teori yang relevan dengan judul penelitian sebagai dasar penyusunan landasan teori yang bersifat ilmiah. Penelitian-penelitian sebelumnya telah mengkaji masalah mengenai Strategi Segmentasi, target, dan penempatan pada produk Mikro KUR diantaranya sebagai berikut:

Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu

No	Nama Penulis dan Tahun	Judul	Metode	Hasil	Gap
1.	(De Souza et al., 2021).	<i>"Longitudinal analysis of microfinance borrowers in Brazil: A dynamic market segmentation"</i> (Analisis longitudinal peminjam mikrofinansial di Brasil: Segmentasi pasar dinamis).	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan pendekatan <i>market segmentation</i> yang dinamis dapat membantu lembaga keuangan mikro memahami perubahan perilaku nasabah dan merancang strategi pembiayaan yang lebih tepat sasaran.	Persamaan: Memahami perilaku & karakteristik nasabah mikro agar menyalurkan pembiayaan secara efektif Perbedaan: 1) Lokasi negara penelitian 2) Tahun penelitian
2.	(Kapukha & Makau, 2023)	<i>"Strategic positioning and is it a useful"</i>	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan Strategi positioning	Persamaan: Menggunakan konsep

No	Nama Penulis dan Tahun	Judul	Metode	Hasil	Gap
		<i>construct in improving performance of microfinance institutions in Kenya</i> ” (Posisi strategis dan apakah konsep ini bermanfaat dalam meningkatkan kinerja lembaga keuangan mikro di Kenya)		memiliki peningkatan yang signifikan pada kinerja individu karyawan di Lembaga keuangan di Nairobi, Kenya, selain itu peran strategi positioning berperan penting dalam menarik pelanggan baru, mempertahankan pelanggan yang ada, dan menciptakan lebih banyak peluang bisnis.	positioning dalam meningkatkan kinerja penyaluran produk keuangan mikro. Perbedaan: 1) Metode penelitian 2) Tahun dan Lokasi negara penelitian
3.	(Santoso, et al., 2024).	<i>“Implementation Of Segmenting Targeting and Positioning Strategies in Improving Marketing Performance”</i> (Implementasi Strategi Segmentasi, Penargetan, dan Posisi dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran).	Kualitatif	Hasil penelitian menjelaskan penerapan pada strategi segmentasi, penargetan dan positioning dapat meningkatkan nilai pemasaran produk hal ini memiliki dampak positif terhadap kinerja pemasaran. Semakin baik strategi ini dijalankan, semakin tinggi penjualan yang dihasilkan	Persamaan: Menggunakan kerangka konseptual Segmenting, targeting dan positioning. Perbedaan: Menjelaskan STP secara luas dan secara spesifik STP terhadap penyaluran Mikro KUR
4.	(Sarfo et al., 2024).	<i>“Perceived value of microfinance and SME performance: The role of exploratory innovation”</i> (Nilai yang dirasakan dari	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi layanan keuangan mikro memengaruhi kinerja UMKM di Ghana, Afrika Barat, terutama dengan menerapkan inovasi	Persamaan: Membahas konteks pembiayaan mikro dan UMKM. Perbedaan: 1) Perbedaan pada Lokasi

No	Nama Penulis dan Tahun	Judul	Metode	Hasil	Gap
		mikrofinansial dan kinerja UMKM: Peran inovasi eksploratif).		eksploratif dan strategi bisnis yang berfokus pada pemahaman dan pemenuhan kebutuhan pelanggan.	negara penelitian. 2) Metode dan tahun penelitian
5.	(Islam, 2021).	" <i>Segmenting, Targeting and Positioning in Islamic Marketing</i> " (Segmentasi, Penargetan, dan Posisi dalam Pemasaran Islam).	Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa segmentasi pasar yang hanya didasarkan pada faktor psikografis, demografis, atau geografis tidak cukup. Segmentasi harus ditambahkan dalam konteks Islam berdasarkan nilai dan keyakinan agama, seperti halal dan haram, dan motivasi spiritual konsumen.	Persamaan: Menjelaskan mengenai konsep Strategi <i>segmenting targeting</i> dan <i>positioning</i> . Perbedaan: 1) Lokasi dan tahun penelitian. 2) Berfokus pada suatu produk dan lembaga
6.	(Anisa et al., 2023).	Kajian Efektivitas Pembiayaan KUR Mikro Dalam Pengembangan UMKM di Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus di BSI KCP Bogor Pomad).	Kuantitatif	Hasil penelitian menyatakan bahwa pembiayaan sangat terbantu dengan diberikannya pembiayaan KUR mikro. Berdasarkan analisis aspek tingkat efektifitas pembiayaan, efektivitas yang paling dominan adalah aspek ketepatan penggunaan dana dengan nilai tertinggi	Persamaan: Objek penelitian yang di bahas mengenai pembiayaan KUR. Perbedaan: 1) Metode dan tahun penelitian 2) Strategi yang digunakan.
7.	(Ningsih, 2020).	Pengaruh penerapan	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan Hanya	Persamaan:

No	Nama Penulis dan Tahun	Judul	Metode	Hasil	Gap
		strategi segmenting targeting dan positioning terhadap pembiayaan Mikro pada PT BRI Syariah KCP Muara Bungo		positioning yang berdampak besar terhadap pembiayaan mikro secara parsial, sedangkan segmenting dan targeting tidak. Namun, ketiganya berdampak positif secara bersamaan.	Membahas mengenai strategi <i>Segmenting targeting</i> dan positioning. Perbedaan: 1) Tahun dan metode penelitian 2) Lokasi penelitian.
8.	(Hasanah et al., 2022).	Analisis penerapan sharia compliance pada produk pembiayaan BSI KUR Mikro di Bank Syariah Indonesia	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa BSI telah mematuhi prinsip-prinsip syariah karena semua transaksi didasarkan pada fatwa DSN-MUI dan diawasi oleh Dewan Pengawas Syariah, serta pembiayaan mikro KUR hanya diberikan kepada usaha yang memiliki potensi halal.	Persamaan: Objek penelitian membahas mengenai produk Mikro. Perbedaan: Tahun dan metode penelitian (Mansur Azis & Azizah, 2022).
9.	(Mansur Azis & Azizah, 2022).	Peran Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat Pada Bank Syariah Indonesia Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kabupaten Mojokerto	Kualitatif	menunjukkan pembiayaan KUR berperan penting sebagai modal usaha yang membantu pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di kabupaten Mojokerto. Pembiayaan ini memungkinkan UMKM untuk meningkatkan	Persamaan: 1) Metode yang digunakan. 2) Objek penelitian membahas mengenai produk Mikro. Perbedaan: 1) Tahun dan metode penelitian.

No	Nama Penulis dan Tahun	Judul	Metode	Hasil	Gap
				produktivitas dan kualitas produk.	2) Lokasi penelitian.
10.	(Aisyah & Arif, 2023).	Pengaruh Pengetahuan dan Kesadaran Nasabah Akan Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Fasilitas Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Syariah di Bank Syariah Indonesia Area Kota Medan	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa peningkatan pengetahuan dan kesadaran masyarakat tentang perbankan syariah mendorong keputusan pembelian KUR Syariah di BSI, sedangkan tanpa upaya tersebut keputusan pembelian tidak akan mengalami meningkat.	Persamaan: Objek penelitian membahas mengenai produk Mikro. Perbedaan: 1) Tahun dan metode penelitian. 2) Lokasi penelitian.
11.	(Suryono et al., 2024).	Pemberdayaan strategi segmenting targeting positioning diferensiasi bagi usaha mikro industri rumah tangga kabupaten sidoarjo	Kualitatif	Penelitian menunjukkan bahwa pengusaha mikro di industri rumahan Desa Sadakan dan Desa Krajan tidak memahami strategi STP dan perbedaan, meskipun strategi ini penting untuk memenuhi persyaratan pelanggan dan meningkatkan penjualan dan keuntungan.	Persamaan: Pembahasan mengenai Strategi <i>Segmenting, targeting</i> dan <i>positioning</i> . Perbedaan: 1) Tahun dan metode penelitian. 2) Lokasi penelitian.
12.	(Widanta et al., 2023).	Strategi Pemasaran <i>Segmenting, Targeting, Positioning</i> Untuk Produk BPR Syariah	Kualitatif	Strategi STP dengan segmentasi geografi dan demografis diterapkan oleh BPR Syariah Mitra Harmoni Yogyakarta, yang	Persamaan: 1) Membahas mengenai strategi <i>Segmenting targeting</i> dan <i>positioning</i> .

No	Nama Penulis dan Tahun	Judul	Metode	Hasil	Gap
		Mitra Harmoni Yogyakarta		memprioritaskan UMKM, pemerintah sipil dan swasta, serta memposisikan diri melalui fitur produk dan merek.	2) Metode yang digunakan. Perbedaan: 1) Tahun dan metode penelitian. 2) Lokasi penelitian.
13.	(Kanga D et al., 2024).	<i>Financial sector development and microcredit to small firms</i> ” (Pengembangan sektor keuangan dan kredit mikro untuk perusahaan kecil)	Kuantitatif	Hasil menunjukkan bahwa peran Lembaga keuangan Mikro dalam pembiayaan usaha kecil menurun di sektor keuangan maju. Di sisi lain, di sektor keuangan yang kurang berkembang, LKM lebih aktif menyalurkan kredit untuk tujuan sosial dan memberikan akses ke pembiayaan.	Persamaan: Pembiayaan di sektor keuangan. Perbedaan: 1) Tahun dan metode penelitian. 2) Lokasi penelitian.
14.	(Suhairi et al., 2023)	Strategi Segmentasi, Targeting, dan Positioning dalam Pasar Global: Pendekatan Untuk Keberhasilan Bisnis Internasional.	Kualitatif	Penelitian ini berfokus analisis mendalam terhadap faktor-faktor global (nilai budaya dan kelas sosial) yang memengaruhi perilaku konsumen, melakukan evaluasi komprehensif terhadap peluang pasar di seluruh dunia, dan tentukan segmen yang paling sesuai dengan keunggulan	Persamaan: 1) Membahas mengenai strategi <i>Segmenting targeting</i> dan positioning. 2) Metode yang digunakan. Perbedaan: 1) Tahun dan metode penelitian. 2) Lokasi penelitian.

No	Nama Penulis dan Tahun	Judul	Metode	Hasil	Gap
				kompetitif perusahaan.	
15.	(Karuniati Rizkiana et al., 2025).	Strategi Pemasaran terhadap Pencapaian Target Kredit Usaha Rakyat di Bank Jawa Tengah Cabang Brebes.	Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa disiplin promosi, suku bunga rendah, dan layanan cepat merupakan faktor internal yang mempengaruhi kesuksesan strategi pemasaran, sedangkan faktor eksternal meliputi, dukungan dari pemerintah daerah, dan stabilitas ekonomi di masyarakat.	<p>Persamaan: Objek pemabahasan mengenai pembiayaan KUR.</p> <p>Perbedaan: 1) Strategi pmasaran yang digunakan. 2) Tahun dan Lokasi penelitian.</p>

H. Kerangka Pemikiran

Penelitian diawali dengan pengenalan BSI KCP Cirebon Siliwangi guna mengetahui visi misi Perusahaan. Salah satu instrument kebijakan penting untuk meningkatkan akses pembiayaan bagi pelaku UMKM adalah program Kredit Usaha Rakyat. Salain itu ketersediaan kuota dan prosedur administratif, penyaluran KUR juga dipengaruhi oleh bagaimana bank membuat strategi pemasaran dan penyaluran yang tepat untuk berbagai segmen pasar. Dalam konteks perbankan syariah seperti BSI KCP Cirebon Siliwangi penerapan strategi segmentasi, target dan penempatan (STP) diharapkan dapat meningkatkan akurasi penyaluran dan mengurangi risiko produk tidak sesuai dengan kebutuhan penerima KUR.

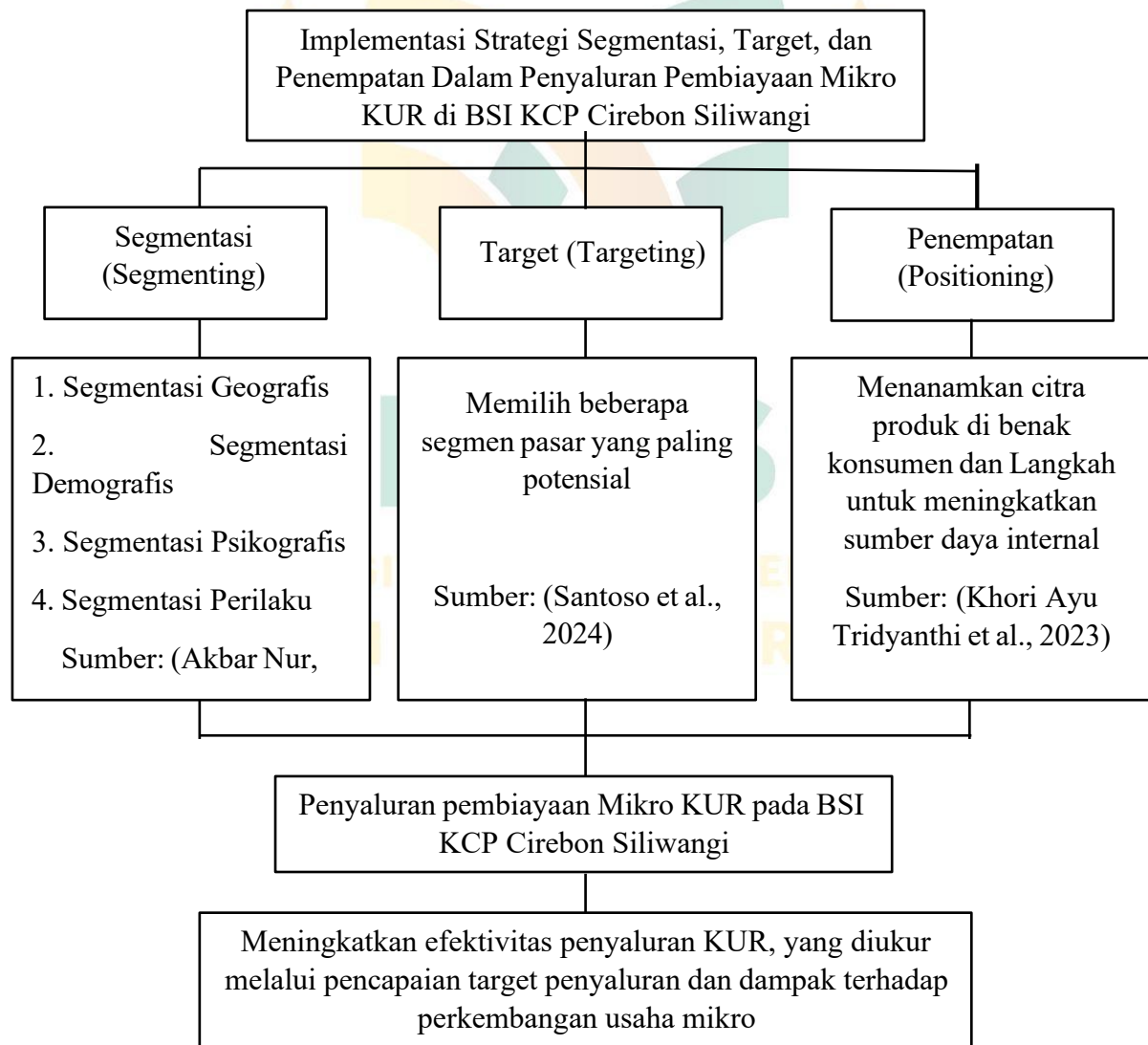
Segmentasi (*Segmenting*) berarti proses membagi sesuatu yang besar dan heterogen menjadi bagian-bagian kecil yang lebih homogen berdasarkan kriteria tertentu. Untuk membentuk homogenitas pasar konsumen, di bagi menjadi 4 bagian; (1) Segmentasi geografis, membagi pasar berdasarkan wilayah seperti kota, kabupaten atau desa. (2) Segmentasi demografis, didasarkan pada karakteristik pekerjaan dan tingkat pendapatan (3) segmentasi psikografis, mengelompokkan nasabah berdasarkan kelas sosial, gaya hidup, dan kepribadian (4) serta segmentasi perilaku, yang membagi pasar berdasarkan perilaku pelanggan dan manfaat yang dicari dari suatu produk (Akbar Nur, 2023).

Target (*Targeting*) targeting adalah proses mengevaluasi dan memilih satu atau beberapa segmen pasar yang dianggap paling menarik untuk dijadikan pasar sasaran dengan program pemasaran spesifik. Targeting merupakan langkah lanjutan setelah segmentasi pasar untuk lebih memfokuskan usaha pemasaran pada segmen yang paling potensial (Santoso et al., 2024).

Langkah terakhir yaitu Penempatan (*Positioning*) yaitu cara pemasar menanamkan citra produk, persepsi dan ide tentang produk yang ditawarkan kepada konsumen melalui proses komunikasi. Strategi penempatan (*positioning*) merupakan langkah untuk meningkatkan sumber daya internal suatu organisasi (Kapukha & Makau, 2023). Dengan kata lain, positioning bukan menempatkan produk untuk kelompok tertentu, melainkan bagaimana pemasar berusaha menanamkan citra produk di benak konsumen sasaran agar menonjol dari pesaing dan memiliki keunggulan kompetitif (Khori Ayu Tridyanthi et al., 2023).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan strategi segmentasi, target, dan penempatan (STP) dalam distribusi produk mikro KUR di BSI KCP Cirebon Siliwangi guna mengidentifikasi segmen usaha mikro yang tepat, menentukan target utama, dan menempatkan produk KUR sesuai dengan kebutuhan segmen tersebut. Penerapan strategi STP diharapkan dapat meningkatkan efektivitas distribusi KUR, sebagaimana tercermin dalam pencapaian target, tingkat kepuasan pelanggan, dan perkembangan usaha mikro. Dari penjabaran di atas peneliti menggambarkan kerangka berfikir sebagai berikut:

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran



I. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Sedangkan pendekatan pada penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif. Riset ini bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan pengumpulan data sedalam-dalamnya dengan fokus pada makna, pengalaman subjektif dan deskripsi non-numerik.

Dalam penelitian ini, pendekatan deskriptif diterapkan dengan melakukan penelitian mendalam terhadap topik yang dibahas. Melalui wawancara yang dilakukan dengan cara terstruktur, peneliti mengumpulkan data secara langsung dari orang-orang penting yang terlibat dalam pembentukan dan pelaksanaan tujuan, visi, dan misi organisasi. Peneliti juga mengamati operasi sehari-hari untuk memahami bagaimana nilai-nilai organisasi diterapkan. Selain itu, dokumen profil institusi dan data penyaluran pembiayaan Mikro KUR dianalisis untuk meningkatkan pemahaman kontekstual.

Semua data yang diperoleh dianalisis secara kualitatif melalui proses pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Ini menghasilkan gambaran yang lengkap tentang bagaimana organisasi melaksanakan tujuan, visi, dan tujuan. Dengan menggunakan metodologi kualitatif ini, peneliti dapat menangkap makna, persepsi, dan dinamika yang tidak dapat dijelaskan dengan angka.

2. Subjek dan Objek penelitian

a. Subjek Penelitian

Subjek penelitian yaitu pihak yang berkaitan dengan yang diteliti (informan atau narasumber). Subjek ini dipilih sebagai representasi dari sampel penelitian karena mampu menyediakan informasi yang relevan dan dibutuhkan. Melalui keterangan yang diberikan, subjek penelitian dapat mengungkapkan data yang menjelaskan karakteristik serta kondisi pihak yang menjadi fokus kajian.

Informan yang dijadikan penelitian 7 orang, yaitu pihak internal BSI KCP Cirebon Siliwangi yaitu *Branch Manager, Micro Relationship Manager, Retail Seles Executive Mikro (RSE Mikro)* dan 4 nasabah mikro KUR yang menjadi target penyaluran produk mikro KUR.

b. Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan variabel yang diriset atau diteliti oleh peneliti yang dilakukan di tempat penelitian untuk mendapatkan gambaran yang jelas dari suatu penelitian. Dalam penelitian ini peneliti melakukan observasi dan wawancara langsung pada BSI KCP Cirebon Siliwangi. Tepatnya beralamat di Jl. Siliwangi No.102, Kejaksan, Kecamatan Kejaksan, Kota Cirebon Jawa Barat 45123.

3. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung melalui penelitian lapangan seperti wawancara dan observasi yang dilakukan

secara langsung pada BSI KCP Cirebon Siliwangi, yaitu karyawan dan nasabah produk pembiayaan Mikro KUR. Wawancara yang dilakukan pada para narasumber yang memiliki kriteria tertentu. Kriteria narasumber yang diterapkan dalam mendukung hasil penelitian sebagai berikut:

- 1) Karyawan yang memiliki 1 tahun pengalam kerja pada BSI KCP Cirebon Siliwangi.
- 2) Karyawan yang memiliki pemahaman strategi pemasaran khususnya pada *Segmenting, Targeting* dan *Positioning*.
- 3) Karyawan yang memiliki pemahaman pada produk pembiayaan Mikro KUR.
- 4) Karyawan yang memiliki interaksi langsung pada nasabah khususnya nasabah pembiayaan Mikro KUR.
- 5) Nasabah pengguna produk pembiayaan mikro KUR pada BSI KCP Cirebon Siliwangi.

Berdasarkan kriteria narasumber yang diterapkan dalam penelitian menunjukkan bahwa pihak karyawan akan dilakukan penelitian pada *Branch Manager, Microrelationship Manager* dan *Retail Seles Executive Mikro (RSE Mikro)*. Sedangkan wawancara yang dilakukan pada nasabah pengguna produk pembiayaan mikro KUR.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder dalam penelitian ini bersumber dari data-data, buku, referensi jurnal, arsip maupun

dokumentasi Data Sekunder yang digunakan untuk mendukung penelitian Implementasi Strategi Segmentasi, Target, dan Penempatan dalam penyaluran pembiayaan mikro KUR di BSI KCP Cirebon Siliwangi sebagai berikut:

- 1) Data penyaluran pembiayaan Mikro KUR selama periode tiga tahun terakhir pada tahun 2024-2025 di BSI KCP Cirebon Siliwangi;
- 2) Struktur Organisasi pada BSI KCP Cirebon Siliwangi;
- 3) Data dokumen pendukung lainnya.

4. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang diperlukan untuk mencapai tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode pengumpulan data berikut:

a. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik yang dapat digunakan langsung untuk mengumpulkan data penelitian, proses interaksi antara pewawancara (interviewer) dan sumber informasi atau orang yang diwawancarai (Interviewee) melalui komunikasi langsung. Dalam penelitian ini, wawancara digunakan untuk memperoleh informasi mengenai penerapan strategi *segmenting*, *targeting*, dan *positioning* pada produk Mikro KUR di BSI KCP Cirebon Siliwangi. Teknik wawancara yang digunakan adalah wawancara terstruktur, yaitu wawancara yang

pelaksanaannya berpedoman pada daftar pertanyaan yang telah disusun secara tertulis sebelumnya.

Wawancara dilakukan pada tujuh narasumber yang terdiri dari tiga pihak bank yaitu *Branch Manager*, *Micro Relationship Manager*, dan (*RSE Mikro*), yang dilakukan secara terbuka pada BSI KCP Cirebon Siliwangi. Pada wawancara pihak luar dilakukan pada nasabah pengguna produk pembiayaan Mikro KUR pada BSI KCP Cirebon Siliwangi.

b. Observasi

Suatu cara pengamatan, penglihatan dan pengumpulan data yang diperlukan secara langsung di tempat dilakukannya kegiatan penelitian. Dalam penelitian ini peneliti melakukan observasi dilakukan sebanyak dua kali. Pada sesi observasi pertama dilakukan dengan pra-observasi pada tanggal 3 September 2025 membahas persetujuan penelitian dan pedoman wawancara yang akan dilakukan pada sesi observasi selanjutnya.

Observasi pada sesi kedua yaitu melakukan wawancara yang dilakukan pada setiap narasumber pihak bank yang membahas strategi pemasaran menggunakan *segmenting*, *targeting* dan *positioning* pada produk pembiayaan Mikro KUR. Sedangkan pada nasabah wawancara dilakukan dengan membahas minat terhadap penggunaan produk pembiayaan mikro KUR.

c. Dokumentasi

Dalam penelitian ini dokumentasi dilakukan dengan mengarsipkan berbagai kegiatan penelitian yang meliputi proses dan hasil penelitian

melalui pengambilan foto dan dokumentasi lainnya yang berupa Sejarah, visi, misi, tugas dan wewenang, struktur organisasi, data perolehan nasabah dan dokumentasi wawancara. Didukung oleh dokumentasi terkait dengan masalah penelitian yang diperoleh dari buku, jurnal penelitian dan dokumen-dokumen terkait yang mendukung penelitian.

5. Uji Keabsahan Data

Uji Keabsahan data adalah kesesuaian data penelitian dengan keadaan sebenarnya, yang dapat dipertanggungjawabkan. Teknik pemeriksaan keabsahan data dilakukan melalui triangulasi. Triangulasi merupakan salah satu teknik dalam pengumpulan data untuk mendapatkan temuan dan interpretasi data yang lebih akurat dan kredibel. Triangulasi meliputi tiga hal, yaitu:

a. Triangulasi Sumber Data

Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan data dari beberapa narasumber yang berbeda untuk topik atau informasi yang sama, dengan cara melakukan mengecek data yang diperoleh selama observasi melalui berbagai sumber atau informan. Dalam penelitian ini, peneliti memperoleh data dari berbagai pihak, antara lain Branch Manager, Micro Relationship Manager, *Micro Relationship Manager*, dan (*RSE Mikro*), dan nasabah KUR.

Peneliti juga memeriksa apakah data sesuai dengan dokumen tambahan, seperti data target pembiayaan, laporan penyaluran KUR, dan Standar Prosedur Operasi (SOP). Melalui perbandingan data antar

sumber tersebut, peneliti dapat melihat kesesuaian informasi yang disampaikan, sehingga kebenaran data dapat dipastikan tanpa bergantung pada satu persepsi atau sudut pandang saja.

b. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan wawancara, lalu dicek dengan observasi dan dokumentasi mendalam dengan bank dan nasabah, melihat langsung bagaimana proses penyaluran KUR berjalan, dan memeriksa dokumentasi yang terdiri dari laporan penyaluran, dan SOP. Teknik tersebut dibandingkan untuk melihat apakah hasil wawancara konsisten dengan temuan observasi dan bukti dokumentasi. Jika data menunjukkan kesesuaian antar teknik, maka data dianggap valid dan reliabel.

c. Triangulasi Waktu

Triangulasi waktu adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang dilakukan dengan mengumpulkan data pada waktu atau situasi yang berbeda untuk mengetahui konsistensi dan kredibilitasnya. (Sugiyono, 2023).

Dalam penelitian ini, triangulasi waktu dilakukan dengan wawancara menyesuaikan waktu pengambilan data dengan aktivitas masing-masing informan. Wawancara dengan pihak internal bank dilakukan pada sore hari, mengingat pada pagi hingga siang hari pegawai memiliki tingkat

kesibukan dalam melayani operasional perbankan dan nasabah. Sedangkan wawancara dengan nasabah dilakukan pada siang hari. Hal disesuaikan dengan waktu nasabah KUR yang umumnya sibuk menjalankan aktivitas usaha pada pagi hari. Pelaksanaan wawancara dilakukan pada waktu tersebut memungkinkan informan berada dalam kondisi yang lebih kondusif, sehingga dapat memberikan penjelasan secara lebih fokus dan mendalam.

Teknik ini digunakan untuk memastikan bahwa informasi dari narasumber tetap konsisten dan tidak dipengaruhi oleh situasi tertentu pada saat tertentu. Jika informasi dikirim pada waktu yang berbeda dan menunjukkan konsistensi, data tersebut dianggap memiliki derajat keabsahan yang tinggi. Sebaliknya, peneliti menyelidiki sumber perubahan data, seperti perubahan kebijakan, kondisi operasional, atau kondisi nasabah.

6. Teknik Analisis Data

tolong parafrasekan teks berikut agar bebas dari turnitin checker menjadi rendah. ubah struktur kalimat, variasikan pilihan kata akademik, serta gunakan gaya bahasa ilmiah yang formal. mempertahankan makna, istilah penting dan sitasi yang ada. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Pengumpulan Data

Dalam penelitian kualitatif pengumpulan data dengan observasi wawancara mendalam, dan dokumentasi atau gabungan ketiganya

(triangulasi) (Sugiyono, 2023). Dalam penelitian ini Peneliti melakukan pengumpulan data melalui wawancara mendalam dengan pihak BSI KCP Cirebon Siliwangi yang terkait langsung dengan proses penyaluran KUR. Selain itu, peneliti juga melakukan observasi terhadap aktivitas pelayanan nasabah serta mengumpulkan dokumen pendukung seperti struktur organisasi perusahaan dan laporan penyaluran KUR.

b. Reduksi Data

Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. (Sugiyono, 2023).

Pada penelitian ini dilakukan reduksi data dengan memilah dan mengelompokkan hasil wawancara ke dalam kategori segmentasi, targeting, dan positioning. Setiap pernyataan narasumber dikodekan berdasarkan tema penelitian. Proses reduksi data juga menggunakan bantuan rekaman suara untuk meninjau ulang pernyataan narasumber sehingga data yang dihasilkan lebih akurat, sistematis, dan fokus pada isu penelitian.

c. Penyajian Data

Penyajian data merupakan kumpulan informasi terstruktur yang memungkinkan untuk menarik kesimpulan. Pada Langkah ini informasi atau data disajikan secara terstruktur sehingga kesimpulan dapat dibuat. Tujuan penyajian data adalah untuk melihat gambaran yang lebih besar. Untuk mencapai tujuan ini, peneliti mengumpulkan informasi dalam

penelitian ini dan mengelompokannya sehingga tidak tercampur dengan data lain, sehingga informasi dan data menjadi mudah dilihat dan dipahami.

Data yang telah direduksi kemudian disajikan dalam bentuk narasi deskriptif dan tabel yang menggambarkan implementasi strategi Segmentasi, Target dan Penempatan pada penyaluran pembiayaan mikro KUR di BSI KCP Cirebon Siliwangi. Penyajian data ini memudahkan peneliti dalam melihat pola dan hubungan antar komponen penelitian.

d. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Tahap terakhir dalam analisis data adalah penarikan kesimpulan atau verifikasi. Pada tahap ini, penarikan kesimpulan dilakukan dengan menghubungkan temuan lapangan dengan teori Segmentasi, Target dan Penempatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa segmentasi nasabah KUR dilakukan berdasarkan faktor geografis, demografis, psikografis dan perilaku. Sementara strategi targeting diarahkan pada pelaku UMKM yang memenuhi kriteria kelayakan pembiayaan. Strategi positioning ditunjukkan melalui citra BSI sebagai lembaga pembiayaan syariah yang mudah diakses dan ramah terhadap pelaku usaha mikro.

J. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini bertujuan untuk memudahkan dalam menyampaikan dan mudah dipahami, serta memberi gambaran umum kepada para pembaca mengenai penelitian yang telah dilakukan. Adapun sistematika dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan dalam bab ini akan dijelaskan secara garis besar yang berkaitan dengan permasalahan penelitian yang berisi pendahuluan didalamnya meliputi latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Landasan teori membahas tentang teori-teori yang digunakan dan berkaitan dengan penelitian, dan kerangka pemikiran yang meliputi strategi pemasaran, penerapan *Segmenting, Targeting* dan *Positioning* (STP) dan produk Pembiayaan Mikro KUR. Penggunaan teori dalam penelitian ini berfungsi sebagai alat bantu untuk memahami data dan menafsirkan data yang diteliti.

BAB III DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN

Deskripsi Lokasi penelitian membahas tentang objek penelitian yang dilakukan pada Lokasi Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Cirebon Siliwangi. Dengan membahas Lokasi penelitian, produk dan layanan, visi-misi struktur organisasi dan lain-lain.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasan yang memaparkan temuan-temuan di lapangan terkait dengan efektivitas strategi segmenting targeting positioning yang diterapkan dalam penyaluran produk pembiayaan mikro KUR di BSI KCP Cirebon Siliwangi. Temuan tersebut kemudian dianalisis secara

mendalam dengan mengacu pada teori dan penelitian sebelumnya, sehingga menghasilkan pembahasan yang komprehensif.

BAB V PENUTUP

Penutup, yang berisi kesimpulan dari hasil penelitian serta saran-saran yang ditunjukkan bagi pihak-pihak terkait, baik secara praktis maupun akademis. Bab ini sekaligus menjadi penegasan akhir dari keseluruhan penelitian yang telah dilakukan.

