

DAFTAR PUSTAKA

- Adella, O., Febriyanti, A., Nuada, W., Mahsar, L., Tinggi, S., & Mataram, P. (2025). Konsep Daya Tarik Wisata Berbasis Fasilitas Dalam Meningkatkan Minat Kunjungan Wisatawan ke Wisata Benang Kelambu di Desa Aik Berik. *JRT Journal of Responsible Tourism*, 4(3).
- Adinda Dian Pramita, & Susilowati, F. D. (2023). Segmenting, Targeting, and Positioning of Yogurt Products from the Perspective of Islamic Marketing. *EKSYAR : Jurnal Ekonomi Syari'ah & Bisnis Islam*, 10(2), 259–272. <https://doi.org/10.54956/eksyar.v10i2.494>
- Aisyah, S., & Arif, M. (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. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(2), 1980. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i2.9134>
- Akbar Nur. (2023). *Strategi Segmentasi Pemasaran Dalam Peningkatan Jumlah Nasabah Di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Kolaka*.
- Amirah Khairi, U., Hasibuan, N., Zidan Riza Pratama, A., & Islam Negeri Sumatera Utara, U. (2024). *Strategi Pemasaran dan Posisi Target Sebagai Kunci Keberhasilan Bisnis*. <https://doi.org/10.30651/jms.v9i1.21424>
- Anisa, N., Hubeis, M., Nurheni, D., & Palupi, S. (2023). *Kajian Efektivitas Pembiayaan KUR Mikro Dalam Pengembangan UMKM di Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus di BSI KCP Bogor Pomad) Study of the effectiveness of KUR Micro Financing in MSME Development in Indonesian Sharia Bank (Case Study at BSI KCP Bogor Pomad)* (Vol. 18, Number 2). <http://journal.ipb.ac.id/index.php/jurnalmpi/>
- Bank Syariah, I. (2024). *BSI Dukung Pengembangan Usaha Mikro, Siap Salurkan 16 Triliun KUR Syariah di 2024*. <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/bsi-dukung-pengembangan-usaha-mikro-siap-salurkan-16-triliun-kur-syariah-di-2024>.

- Bank Syariah, I. (2025). *Produk dan Layanan BSI*. <https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/tipe/individu?s=#>.
- Calvo-Porrall, C., & Lévy-Mangin, J. P. (2020). An emotion-based segmentation of bank service customers. *International Journal of Bank Marketing*, 38(7), 1441–1463. <https://doi.org/10.1108/IJBM-05-2020-0285>
- Chalim, M. A., Listyowati, P. R., Hanim, L., & Noorman, MS. (2022). Peran Pemerintah dalam Pengembangan Koperasi Modern dan UMKM Berdasarkan PP No 7 Tahun 2021. *Audi Et AP : Jurnal Penelitian Hukum*, 1(01), 21–29. <https://doi.org/10.24967/jaeap.v1i01.1490>
- De Souza, L. L. F., Bassi, F., & de Freitas, A. A. F. (2021). Longitudinal analysis of microfinance borrowers in Brazil: A dynamic market segmentation. *Journal of International Development*, 33(6), 1063–1083. <https://doi.org/10.1002/jid.3561>
- Dinas Koperasi UMKM, C. (2025). *Dinas Koperasi dan UKM Kota Cirebon*. <https://dkukmpp.cirebonkota.go.id/statistik/data-umkm-kota-cirebon>.
- Dwi Hartono, B., Rosdita, A., & Adbdurrohman Muhammad, F. (2025). Strategi Manajemen Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Daya Saing Produk Halal. *Ar Rasyiid: Journal of Islamic Studies*, 3(1), 1–16. <https://doi.org/10.70367/arrasyiid.v3i1.24>
- Fahrizal, Cornelia, A. J., & Hadiwiroso, S. (2022). Strategy Analysis of the 7p Marketing Mix in Co-Working Space. *International Journal of Research and Review*, 9(9), 182–187. <https://doi.org/10.52403/ijrr.20220918>
- Gusvita, A., & Salwa, S. (2023). Analisis Penerapan Strategi Bauran Manajemen Pemasaran Terhadap Produk Tabungan Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Penabung Pada Bank Syariah Indonesia (BSI). In *Jurnal Manajemen dan Bisnis (JMB)* (Vol. 4, Number 1).

- Habib Bayhaqi, & Nuri Aslami. (2022). Identifikasi Pasar, Segmen Dan Target Pasar Sasaran Bisnis Asuransi. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 1(1), 111–118. <https://doi.org/10.55123/mamen.v1i1.48>
- Hartini, sudirman acai, & Wardhana aditya. (2022). *Manajemen Pemasaran (Era Revolusi Industri 4.0)* (Rintho R. Rerung). Media Sains Indonesia.
- Hasanah, U., Fitriani, N., & Fadlullah Hana, K. (2022). Analisis Penerapan Sharia Compliance Pada Produk Pembiayaan BSI KUR Mikro di Bank Syariah Indonesia 4. <https://doi.org/10.35905/banco.v3i2>
- Heriyati, P. (2022). *Strategi pemasaran: segmenting, targeting dan positioning* (Heriyati Pantri, Ed.). Scopindo Media Pustaka.
- Hidayah, N., 1a, A., Brawijaya, A., & Khoer, M. (2023). Aksesibilitas UMKM Pedesaan Terhadap Kredit Usaha Rakyat (KUR) Bank Syariah Indonesia. In *Jurnal Perbankan Syariah* (Vol. 9, Number 1).
- Ilham, A., & Sulistyowati. (2025). Strategi Pemasaran Transaksional Perspektif Islam. *Jurnal Rumpun Manajemen Dan Ekonomi*, 2(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.61722/jrme.v2i1.3346>
- Islam, M. M. (2021). Segmenting, targeting and positioning in Islamic marketing. *Journal of Islamic Marketing*, 12(7), 1385–1404. <https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2018-0181>
- Jalal, A., & Rokan, M. K. (2021). Implementasi Strategi Pemasaran Bank Syariah Indonesia Kcp Medan Pulo Brayan Dalam Peningkatan Pembiayaan Usaha Mikro. *PRAJA Observer: Jurnal Penelitian Administrasi Publik* (e-ISSN: 2797-0469), 1(03), 154-169.
- Kanga, D., Soumare, I., & Tchuigoua, H. T. (2024). Financial sector development and microcredit to small firms. *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*, 96. <https://doi.org/10.1016/j.intfin.2024.102063>

- Kapukha, J., & Makau, M. S. (2023). Strategic positioning and is it a useful construct in improving performance of microfinance institutions in Kenya. *International Journal of Research in Business and Social Science* (2147-4478), 12(7), 136–152. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v12i7.2909>
- Karuniati Rizkiana, H., Sucipto, H., Bambang Riono, S., Studi Manajemen, P., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2025). Strategi Pemasaran terhadap Pencapaian Target Kredit Usaha Rakyat di Bank Jawa Tengah Cabang Brebes. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 5(4), 37–57. <https://doi.org/10.56910/gemilang.v5i4.2955>
- Kemenkeu, R. (2024). *Kinerja Penyaluran Kredit Program (KUR dan UMi) di Jawa Barat Semester I Tahun 2024*. <https://djp.kemenkeu.go.id/kanwil/jabar/id/data-publikasi/berita-terbaru/3151-kinerja-penyuluran-kredit-program-kur-dan-umi-di-jawa-barat-semester-i-tahun-2024.html>.
- Khori Ayu Tridyanti, Aidhawani, A., Aditya Fadillah, Adinda Sefina Annisa, & Suhairi, S. (2023). Strategi Segmenting, Targeting, Positioning dalam Pemasaran Global. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 2(1), 151–158. <https://doi.org/10.55123/mamen.v2i1.1614>
- Mansur Azis, & Azizah, L. M. (2022). Peran penyaluran pembiayaan kredit usaha rakyat di bank syariah indonesia terhadap perkembangan usaha mikro kecil dan menengah di kabupaten mojokerto. *Wadiah*, 6(2), 160–190. <https://doi.org/10.30762/wadiah.v6i2.165>
- Mutmainah, S., & Putra, R. P. (2022). Prosedur Pendaftaran Pinjaman Kredit Usaha Rakyat (kur) pada PT Bank Rakyat Indonesia (persero) tbk. unt Tanjungsari Cabang Pamanukan *The World of Financial Administration Journal*. (Vol. 4, Issue 1). <http://ejournal.unsub.ac.id/index.php/keuangan>
- Naumov, A. (2022). *Creating a customer-driven marketing strategy Case company: Streamauto Oy* [LAB University of Applied Sciences]. <https://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-202203103291>

- Ningsih, F. Y. (2020a). Pengaruh Penerapan Strategi Segmenting, Targeting, Dan Positioning Terhadap Pembiayaan Mikro Pada PT. BRI Syariah KCP Muara Bungo. *ISTIKHLAF: Jurnal Ekonomi, Perbankan dan Manajemen Syariah*, 2(2), 40–52. <https://doi.org/10.51311/istikhlaf.v2i2.211>
- Ningsih, F. Y. (2020b). Pengaruh Penerapan Strategi Segmenting, Targeting, Dan Positioning Terhadap Pembiayaan Mikro Pada PT. BRI Syariah KCP Muara Bungo. *ISTIKHLAF: Jurnal Ekonomi, Perbankan Dan Manajemen Syariah*, 2(2), 40–52. <https://doi.org/10.51311/istikhlaf.v2i2.211>
- Nugraha, J. putri, & Alfiah, D. (2021). *Teori Perilaku Konsumen* (A. Jibril, Ed.). PT. Nasya Expanding Management.
- Nursusilo Wati, S. J., Wartoyo, W., & Ghoni, A. (2025). Efektivitas Strategi Segmenting, Targeting dan Positioning Produk Tabungan iB Hijrah Haji Pada Bank Muamalat Indonesia. *El-Jizya : Jurnal Ekonomi Islam*, 13(1), 35–56. <https://doi.org/10.24090/ej.v13i1.13163>
- Oktary, D., Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Pontianak, S., & Artikel, R. (2022). Sistem dan Prosedur Penyaluran Kredit Usaha Rakyat kepada UMKM PT Bank Mandiri (persero) tbk cabang tanjungpura pontianak infoartikel. <http://journal.stieip.ac.id/index.php/iga>
- Putra, I., Hasnita, N., Rasyid Ridla Tarigan, I., Ekonomi dan Bisnis Islam, F., & Ar-Raniry Banda Aceh, U. (2026). Efektivitas Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat Mikro Syariah pada Bank Syariah Indonesia terhadap Pengembangan UMKM di Kota Takengon. *JIHBIZ: Global Journal of Islamic Banking and Finance*, 8(1).
- Ratna Ekasari. (2020). *Model Efektivitas Dana Desa untuk Menilai Kinerja Desa Melalui Pemberdayaan Ekonomi* (M. Lettucia, Ed.). Anggota IKAPI.
- Safitri Adiningsih, L., & Itsna Hidayati, N. (2023). *Analisis Segmentasi Targeting Positioning (STP) Pada UMKM Keripik Talas Cap Emas Food di Ngemba Pasuruan*. 2(5), 530–540.

- Santoso, R. P., Ningsih, L. S. R., & Irawati, W. (2024). Implementation Of Segmenting Targeting And Positioning Strategies In Improving Marketing Performance. *BIMA : Journal of Business and Innovation Management*, 6(2), 280–292. <https://doi.org/10.33752/bima.v6i2.5939>
- Sarfo, C., Zhang, J. A., O’Kane, C., & O’Kane, P. (2024). Perceived value of microfinance and SME performance: The role of exploratory innovation. *International Journal of Innovation Studies*, 8(2), 172–185. <https://doi.org/10.1016/j.ijis.2024.02.003>
- Shabrina Fatimah Amini. (2023). Implementation of Micro Syari’ah People’s Business Credit (KUR) Financing at Bank Syari’ah Indonesia KCP Cirebon Plered 1. *Al-Fadilah: Islamic Economics Journal*, 1(1), 17–25. <https://doi.org/10.61166/fadilah.v1i1.3>
- Sugiyono. (2023). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta. www.cvalfabeta.com
- Suhairi, Mahendra Siregar, M., Dwi Ningrum, L., Bintang, R., & Mutiara, A. (2023). *Strategi Segmentasi, Targeting, dan Positioning dalam Pasar Global: Pendekatan*. 3, 5120–5131.
- Suryono, J., Widodo, Y., Nugrahani, F., & Hidajat, D. (2024). Pemberdayaan Strategi Segmenting Targeting Positioning Diferensiasi Bagi Usaha Mikro Industri Rumah Tangga Kabupaten Sukoharjo. *Aziz Widi Nugroho*, 9. <https://ocs.ciastech.net>
- Syafitri, D. E., & Nur, M. (2024). *Analisis Penerapan Strategi Bauran Pemasaran pada Bisnis Agrowisata (Studi Kasus CV. Empang Emak Niyah)*. 1(2), 3032–7253. <https://doi.org/10.62108/great.v1i1.736>
- Tehedi, & Wagiyono. (2025). Strategi Segmentasi Pasar, Penentuan Target Konsumen, dan Posisi Merek Dalam Meningkatkan Efektivitas Pemasaran: Kajian Pustaka. *JIEKA: Jurnal Integrasi Ekonomi, Keuangan, Dan Akuntansi*, 2. <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.17984682>

Widanta, B., Murti, I. A., & Fadhilah, M. (2023). Strategi Pemasaran STP (Segmenting, Targeting, Positioning) untuk produk BPR syariah mitra harmoni yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen E*, 10(1).

Yanti, F. (2025). *Pola Komunikasi Customer Service Bank Syariah Indonesia KCP Pekanbaru UIN Suska Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan*.



UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON