ABSTRAK

Skripsi yang berjudul **"Segmentasi Pasar Tabungan iB Tunas Hasanah Pada Bank BNI Syariah Cabang Dharmawangsah Surabaya"** hasil penelitian bertujuan menjawab rumusan masalah tentang segmentasi pasar tabungan iB Tunas Hasanah pada PT. Bank BNI Syariah, faktor-faktor dan manfaat dari produk tersebut.

Data penelitian terhimpun dari wawancara secara langsung dengan *Sub Branch Manager* dan *Operational & Service Head* yang menangani dan menguasai bidang pemasaran produk tabungan yang didukung dengan data dokumentatif serta literatur pendukung yang relevan terhadap permasalahan yang penulis angkat. Selanjutnya, penelitian ini dianalisis menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif.

Ada 4 motivasi yang mengakibatkan orang tua dan anak memilih produk tabungan iB Tunas Hasanah BNI Syariah. Motivasi itu adalah : 1) Semangat anak karena memiliki ATM sendiri, 2) Kemudahan mengontrol tabungan melalui SMS, 3) Penerapan prinsip syariah, 4) Saldo awal kecil. Empat motivasi tersebut terbagi ke dalam dua kelompok yakni kelompok sosial dan kebudayaan. Pembagian tersebut meninjau dari alasan-alasan nasabah memilih produk tabungan iB Tunas Hasanah BNI Syariah. Dari motivasi tersebut BNI Syariah membagi segmentasi produk Tabungan Tunas iB Hasanah BNI Syariah menggunakan dua variabel, yaitu: 1) Variabel Demografis. Yang termasuk dalam variabel ini adalah sasaran anak-anak, variabel ini meninjau dari usia penggunanya. 2) Variabel Tingkah Laku. Variabel ini dimasukkan ke dalam segmentasi untuk produk Tabungan Tunas iB Hasanah dikarenakan kekhawatiran orang tua terhadap anak-anaknya dalam mengelola keuangan. Sedangkan produk Tabungan Tunas iB Hasanah jika dilihat dari kegunaannya bisa terbagi menjadi dua, yaitu: 1) *Need,* penilaian *need* terhadap produk ini ditinjau dari kebutuhan orang tua untuk mengontrol anaknya dalam mengelola keuangan. Kebutuhan tersebut tentu termasuk dalam kebutuhan primer. Dalam pengawasan tersebut menjadi hal yang tak terelahkan dan harus dilakukan oleh orang tua agar anaknya tidak terjerumus dalam foya-foya. 2) *Want,* nilai *want* yang diasumsikan pada produk ini melihat dari *style* anak ketika memegang ATM-nya sendiri. Ia akan merasa menjadi hebat dengan ATM yang ia bawa kemana-mana. Hal ini akan menimbulkan kepuasan tersendiri bagi konsumen-konsumen kecil ini. Selain itu, penggunaan ATM yang bisa dilakukan di semua *merchant* BNI Syariah dapat memuaskan akan kebutuhan uang bagi anak tentunya dengan pengawasan orang tua dan pihak bank.

Namun dari Tabungan Tunas iB Hasanah tentu terdapat kekurangan, sehingga ada beberapa saran dari peneliti. Saran-saran tersebut meliputi : 1) BNI Syariah lebih konsentrasi lagi terhadap kepentingan anak-anak dalam menggunakan produk tabungan dengan penggunaan ATM. 2) Pembuatan produk untuk kalangan menengah ke bawah perlu dilakukan. Hal itu agar tidak ada kesenjangan sosial antara kelompok sosial tertentu, sehingga tidak menimbulkan kesenjangan di antara mereka.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id