

ABSTRAK

Rizqiyatin, Uzdah, 2022."STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN JUMLAH ANGGOTA DI KSPPS BMT BERKAH INSAN MULIA BERDASARKAN EKONOMI ISLAM", Skripsi Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Islam Darul Ulum Lamongan. Pembimbing : (1) Dr. H. Khotib Soleh, M.Ag (2) Munir Hamid, S.E., M.SEI

Kata Kunci : Strategi Promosi, Meningkatkan, Jumlah Anggota

BMT merupakan lembaga keuangan alternatif bagi masyarakat ekonomi menengah yang tidak dapat dijangkau oleh bank. Eksistensi bmt yang berdasarkan sistem syariah ini diharapkan dapat membantu masyarakat untuk meningkatkan kualitas ekonominya. Untuk menjaga eksistensinya bmt harus menerapkan hal yang penting dalam lembaga keuangan. Strategi pemasaran ini dimaksudkan agar masyarakat mengetahui dan mengenal produk yang dimiliki lembaga keuangan tersebut. Setiap lembaga keuangan dihadapkan dengan masalah mengenai pemasaran produk, oleh karena itu, sangat diperlukan strategi pemasaran yang baik dan sesuai dengan nilai-nilai pemasaran dalam islam, khususnya pada BMT BIM Cabang Maduran agar masyarakat bisa lebih mengenal dan memahami jasa-jasa yang diberikan sehingga hal tersebut akan berdampak pada peningkatan jumlah anggota bmt bim cabang maaduran.

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: bagaimana strategi promosi pada BMT BIM Cabang Maduran dalam meningkatkan jumlah anggota, bagaimana pandangan ekonomi islam tentang strategi promosi pada BMT BIM dalam meningkatkan jumlah anggota. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi promosi pada BMT BIM Cabang Maduran dalam meningkatkan jumlah anggota dan pandangan ekonomi islam tentang strategi promosi pada bmt bim dalam meningkatkan jumlah anggota.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dengan wawancara dan dokumentasi. Populasi dalam penelitian ini adalah badan pengawas, pengurus dan pengelola bmt bim cabang maduran. Sedangkan sampel dalam penelitian ini adalah direktur, marketing mal, kabag, umum dan SDI. Untuk analisis data penulis menggunakan metode berfikir induktif.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa strategi promosi yang dilakukan BMT BIM Cabang Maduran dalam meningkatkan jumlah anggotanya yaitu: meningkatkan kualitas sumber daya insani dalam proses pelayanan kepada anggota (sasaran untuk semua produk), meningkatkan kegiatan promosi dan sosialisasi kepada masyarakat, baik dilakukan dengan cara

mempromosikan melalui periklanan berupa spanduk maupun brosur (sasaran untuk semua produk), memberikan program pinjaman bagi pelaku usaha kecil yang mempunyai potensi dalam berwirausaha (sasaran untuk produk pembiayaan), BMT BIM Cabang Maduran memberikan apresiasi kepada anggotanya khususnya untuk produk simpanan yang meningkatkan jumlah saldo tabunganya (sasaran untuk produk simpanan). Dan dalam kegiatan promosinya BMT BIM Cabang Maduran juga mengembangkan bauran pemasaran (*Marketing Mix*), 4P Yaitu *Product, Price, Place, Dan Promotion*. Pandangan ekonomi islam tentang strategi pemasaran yang dilakuksn BMT BIM Cabang Maduran sudah sesuai prinsip syariah dan tidak bertentangan dengan etika bisnis islam.