

## ABSTRAK

**Moh Ervani Al Fajri Az**, 2020, Implementasi *Strategi Promosi Produk Tabungan Lembaga Peduli Siswa pada BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan*, Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Madura, Pembimbing: Dr. H. Rudy Haryanto, SST, MM.

**Kata Kunci:** *Strategi Promosi, Produk Tabungan Lembaga Peduli Siswa.*

Lembaga keuangan syariah seperti *Baitul Mal Wattamwil* dalam operasionalnya memerlukan dana. *Funding* dan *lending* menjadi fungsi utama dalam menjalankan operasionalnya. BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan memiliki produk unggulan yaitu tabungan lembaga peduli siswa yang merupakan produk untuk diperuntukkan bagi lembaga pendidikan untuk mengimpun dana tabungan siswa. Produk ini menggunakan akad *mudharabah mustarakah al mutlaqoh*. Mekanisme dari produk ini anggota atau lembaga sekolah yang bergabung di tabungan lembaga peduli siswa tidak direpotkan bagi pengurus lembaga tidak disibukkan urusan keuangan terutama pada saat pembagian tabungan siswa di akhir tahun pendidikan. Karena pihak BMT sudah menyediakan. Strategi promosi sangat diperlukan oleh BMT untuk mengenalkan atau memasarkan ke masyarakat luas khususnya di lembaga sekolah. Dengan Cara strategi promosi haruslah efektif dan menarik dalam memberikan informasi agar masyarakat tertarik dan berkenan bergabung.

Penelitian ini memfokuskan pada strategi promosi, faktor pendukung dan faktor penghambat promosi yang digunakan oleh BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan. Karena strategi promos yangi efektif akan berdampak terhadap bertambahnya anggota atau lembaga sekolah yang ingin bergabung di produk simpanan (tabungan lembaga peduli siswa).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data, akan tetapi menggunakan wawancara tidak terstruktur, observasi, non-partisipan, dan dokumentasi. Informan penelitian yaitu kepala bagian simpanan, karyawan bagian simpanan, kepala bagian legal remedial,. Proses pengumpulan data mengambil dari wawancara karyawan, teori di buku dan data anggota pada server BMT.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, 1). strategi promosi yang digunakan oleh BMT yaitu periklanan, penjualan pribadi, publisitas, dan promosi penjualan. 2). Faktor penghambat dari strategi promosi produk ini adalah kompetitor/pesaing, ketentuan nominal yang boleh bundling produk terbilang tinggi, dan belum ada iklan di televisi. Sedangkan faktor pendukungnya adalah adanya bonus bagi karyawan yang mampu membawa anggota baru, pelayanan karyawan yang baik, dan akses kantor yang terbilang mudah.