

## ABSTRAK

**Sitti Hanniyanti Sari**, 2020. Strategi Promosi Pembiayaan Lasisma dalam Meningkatkan Jumlah Anggota KSPP. Syariah BMT NU Cabang Galis. Skripsi, Program Studi Perbankan Syari'ah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. IAIN Madura. Pembimbing: Dr. H. Nashar S.E., MM., M.Si

**Kata Kunci:** *Strategi promosi, Pembiayaan lasisma, KSPPS BMT NU Cabang Galis*

Promosi adalah suatu usaha dalam menginformasikan dan mempengaruhi orang atau pihak lain sehingga tertarik untuk melakukan transaksi atau pertukaran produk atau jasa yang dipasarkan. Promosi merupakan kegiatan yang paling penting dalam meningkatkan jumlah anggota, karena tanpa promosi sangat sulit bagi masyarakat mengetahui keberadaan lembaga serta produknya. KSPPS BMT NU Cabang Galis merupakan koperasi yang menyediakan berbagai produk simpanan dan pembiayaan. Salah satunya adalah pembiayaan lasisma (layanan berbasis jamaah). Agar produk tersebut dapat dikenal oleh masyarakat maka KSPPS BMT NU Cabang Galis harus memiliki strategi promosi yang paling tepat dalam menarik minat calon anggota dan mempertahankan anggotanya.

Fokus penelitian ini adalah: *pertama*, bagaimana strategi promosi pembiayaan lasisma dalam meningkatkan jumlah anggota KSPP. Syariah BMT NU Cabang Galis. *Kedua*, bagaimana implementasi strategi promosi pembiayaan lasisma dalam meningkatkan jumlah anggota KSPP. Syariah BMT NU Cabang Galis. *Ketiga*, bagaimana respon anggota dengan pelaksanaan strategi promosi pembiayaan lasisma dalam meningkatkan jumlah anggota KSPP. Syariah BMT NU Cabang Galis.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian deskriptif dengan memperoleh sumber data dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi. Pada penelitian ini menggunakan 9 informan yaitu, Kepala Cabang, Karyawan, serta anggota KSPPS BMT NU Cabang Galis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: strategi promosi yang digunakan oleh KSPPS BMT NU Cabang Galis dengan memanfaatkan bauran promosi seperti Periklanan (*Advertising*), Penjualan Pribadi (*Personal Selling*), Publisitas (*Publicity*), dan Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*) serta media mulut ke mulut (*word of mouth*) dan jemput bola. Penerapan strategi promosi pembiayaan lasisma yang dilakukan oleh KSPPS BMT NU Cabang Galis dengan memanfaatkan setiap alat promosi untuk memperkenalkan produk pembiayaan lasisma dengan menggunakan pendekatan melakukan promosi secara langsung (*Personal Selling*) sebagai alat promosi utamanya dengan cara mendatangi dan memberikan brosur serta penjelasan secara tatap muka mengenai keunggulan produk pembiayaan lasisma dan mengajak para calon anggota untuk bergabung menjadi anggota KSPPS BMT NU Cabang Galis. Selanjutnya mengenai respon anggota sudah baik karena dengan adanya strategi promosi masyarakat mengetahui keberadaan KSPPS BMT NU Cabang Galis beserta produk pembiayaan lasisma, serta produk pembiayaan lasisma memberikan manfaat kepada para anggota dalam kegiatan pengembangan usaha.