

ABSTRAK

NUR AINI, 2021, *Strategi Promotion Mix dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Sidik Fathonah di BMT Nuansa Ummat Cabang Sampang Kota*. Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Madura, Dosen Pembimbing: Ira Hasti Priyadi, M. A.

Kata Kunci: Strategi *Promotion Mix*, Tabungan Sidik Fathonah

BMT NU Cabang Sampang Kota merupakan lembaga keuangan non bank yang bergerak dalam bidang memberikan jasa simpanan kepada masyarakat. Salah satunya adalah produk tabungan pendidikan (Sidik Fathonah). Tabungan ini tabungan pendidikan yang dikhususkan siswa atau orang tua siswa untuk meringankan beban biaya sekolah, maka dalam memasarkan produk diperlukan penerapan strategi *Promotion Mix* dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Sidik Fathonah di BMT Nuansa Ummat Cabang Sampang Kota. Maka berdasarkan yang menjadi fokus penelitian yang dikaji adalah sebagai berikut: *pertama*, Bagaimana Strategi *Promotion Mix* dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Sidik Fathonah di BMT Nuansa Ummat Cabang Sampang Kota. *Kedua*, Apakah hambatan dalam penerapan Strategi *Promotion Mix* dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Sidik Fathonah di BMT Nuansa Ummat Cabang Sampang Kota.

Metode yang digunakan untuk penelitian adalah dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yang dalam hal ini menggunakan tiga teknik pengumpulan data, yaitu teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, Strategi *Promotion Mix* dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Sidik Fathonah di BMT Nuansa Ummat Cabang Sampang Kota yang digunakan hanya tiga komponen, pertama, iklan, yaitu media cetak berupa penyebar brosur secara langsung dan sosial media (whatsapp, facebook, youtube, dan website), kedua, *Personal selling* mempromosikan langsung dengan calon anggota ke rumah-rumah, pasar, yayasan, sekolah, dan lain-lain, ketiga, *public relation* (hubungan masyarakat), mengadakan pengajian yang bernuansa ilmi, atau ada acara-acara. Hambatan-hambatan dalam penerapan Strategi *Promotion Mix* dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Sidik Fathonah di BMT Nuansa Ummat Cabang Sampang Kota, yaitu ada dua hambatan, pertama, hambatan internal ada dua hambatan yaitu hambatan pertama keterbatasan brosur yang disebar ke masyarakat, kedua kurangnya SDM (sumber daya manusia) yang bertugas mempromosikan. Kedua, Hambatan eksternal ada tiga yaitu kurangnya pemahaman masyarakat tentang produk-produk yang ada di BMT, kurangnya kepercayaan masyarakat untuk menabung di BMT, dan sulit memahami perbedaan karakter dari masyarakat.