

ABSTRAK

Yahya Sutrisno, 2021, *Strategi Promosi Dalam Upaya Menambah Jumlah Anggota Pengguna Produk Modal Usaha Barokah di BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan*, Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Madura, Pembimbing, Mohammad Hamim Sultoni, M.A.B.

Kata Kunci: *Strategi Promosi, Produk Modal Usaha Barokah.*

Lembaga keuangan syariah seperti *Baitul Mal Wattamwil* dalam operasionalnya memerlukan dana. *Funding* dan *lending* menjadi fungsi utama dalam menjalankan operasionalnya. Salah satu Produk pembiayaan di BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan ini yaitu UGT MUB atau Modal Usaha Barokah yang merupakan fasilitas Pembiayaan modal kerja bagi anggota yang mempunyai usaha mikro dan kecil, pembiayaan ini sebagai alternatif masyarakat atau anggota untuk memperoleh modal dengan sistem yang mudah, adil dan masalah. Strategi promosi haruslah efektif dan menarik dalam memberikan informasi agar masyarakat tertarik dan berkenan bergabung. Penelitian ini memfokuskan pada strategi promosi dan efektivitas promosi pada produk modal usaha barokah di BMT UGT sidogiri cabang pamekasan. Karena strategi promos yang efektif akan berdampak terhadap bertambahnya anggota atau lembaga sekolah yang ingin bergabung di produk Pembiayaan (Modal Usaha Barokah).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data dengan Wawancara, akan tetapi menggunakan wawancara tidak terstruktur, observasi partisipan dan non-partisipan, dan dokumentasi. Informan penelitian yaitu karyawan bagian AOSP (Account Officer Simpan Pinjam) dan anggota pengguna modal usaha barokah. 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 UGT Sidogiri Cabang Pamekasan yaitu periklanan, promosi penjualan, penjualan pribadi, public relation, dan direct marketing 2). Efektivitas dari penerapan strategi Promosi Produk Modal Usaha Barokah di BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan yang direncanakan telah terealisasi dengan baik dengan etika yang sesuai dengan syariah dan Strategi promosi yang diterapkan efektif dalam menambah anggota baru pada produk modal usaha barokah. Jika dilihat dari masing – masing elemen promosi yang paling efektif menarik perhatian, ketertarikan, keinginan dan tindakan yaitu dengan Penjualan pribadi dan pemasaran langsung kepada target. Untuk periklanan, promosi penjualan dan hubungan masyarakat hanya mampu menciptakan perhatian dan ketertarikan target sasaran.