

## ABSTRAK

Nofal Efendi, 2022, *Strategi Promosi Dalam Pemasaran Produk Tabungan Umum Syariah Di BMT UGT Nusantara Capem Pegantenan*, Skripsi Prodi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Madura, Pembimbing: Shalehoddin, Lc., M.M

**Kata Kunci :** *Strategi, Promosi, Pemasaran*

Produk tabungan umum syariah ini bersifat *Mudharabah Musyarakah* dimana para pemilik dana (*shahibul maal*) terdiri dari banyak pihak yang memberikan dananya untuk dikembangkan oleh pihak kedua (bank syariah sebagai *mudharib*) pada bidang atau sektor yang dapat menghasilkan laba. Dengan nisbah 30% anggota : 70% BMT. Titipan ini dapat diambil sewaktu-waktu pada saat dibutuhkan oleh pihak yang menitipkannya. Produk tabungan umum syariah menjadi salah satu produk tabungan yang sangat diminati oleh masyarakat di BMT UGT Nusantara Capem Pegantenan, produk tabungan ini mengalami peningkatan setiap tahunnya. Fokus penelitian ini adalah *pertama*: bagaimana strategi promosi pada produk tabungan umum syariah di BMT UGT Nusantara capem pegantenan. *Kedua*: bagaimana efektifitas strategi promosi dalam meningkatkan jumlah anggota dalam meningkatkan produk tabungan umum syariah di BMT UGT Nusantara Capem Pgenatenan.

Subjek penelitian ini adalah produk tabungan umum syariah BMT UGT Nusantara Capem Pegantenan dan objek dari penelitian ini adalah strategi promosi dalam pemasaran produk tabungan umum syariah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif yang digunakan untuk menggambarkan karakter sesuatu atau fenomena yang diteliti. Dan prosedur pengumpulan data yang digunakan yaitu: observasi, wawancara, dan dokumentasi. Informan pada penelitian ini adalah kepala cabang, petugas BMT, anggota BMT UGT Nusantara Capem Pegantenan. Sedangkan pengecekan keabsahan data dilakukan melalui triangulasi.

Dalam melakukan strategi promosi BMT UGT Nusantara Capem Pegantenan ini melakukan silaturahmi ke masyarakat dan bersosialisasi ke pasar-pasar supaya anggota tertarik untuk berpartisipasi dan ikut serta dalam bergabung di produk tabungan umum syariah di BMT UGT Nusantara Capem Pegantenan. Strategi yang dilakukan oleh BMT ini menggunakan sistem jemput bola, *Personal selling*, silaturahmi, membagikan brosur, media sosial. Strategi ini dilakukan untuk menarik minat anggota supaya bergabung di produk tabungan umum syariah di BMT. Perkembangan produk tabungan umum syariah tidak lain karna kerja keras pihak BMT sehingga hal itu membuktikan peningkatan produk tabungan umum syariah setiap tahunnya mengalami peningkatan. jumlah anggota BMT UGT Nusantara Capem Pegantenan, khususnya 3 (tiga) tahun terakhir (tahun 2019, 2020, 2021) mengalami peningkatan anggota, dapat dilihat dari jumlah anggota yang cenderung mengalami peningkatan yang signifikan dari tahun 2019-2021. Pada tahun 2019 anggota sebanyak 1665 anggota, pada tahun 2020 anggotanya sebanyak 2080 dan pada tahun 2021 anggotanya sebanyak 2495.

