

ABSTRAK

Dian Fitriani 2024, *Pengaruh Promosi dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Tabungan Mudharabah (TABAH) di KSPP. SYARI'AH BMT NU Jawa Timur Cabang Pasean Pamekasan*, Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Madura (IAIN Madura), Dosen Pembimbing Khotibul Umam, M.E.I

Kata Kunci: *Promosi, Bagi Hasil, Keputusan Menjadi Anggota, Tabungan Mudharabah*

Persaingan lembaga keuangan di Indonesia semakin ketat, baik itu makro maupun mikro, khususnya lembaga keuangan Mikro syariah, dengan semakin ketatnya persaingan, menuntut seluruh lembaga keuangan untuk menciptakan dan menyiapkan strategi khusus agar supaya tidak kalah bersaing dengan para pesainya, khususnya lembaga keuangan seperti BMT NU Jawa Timur Cabang Pasean yang perlu untuk menyiapkan strategi pemasaran yang baik dan tepat sasaran, salah satu caranya dengan memperhatikan promosi dan Bagi hasil. Dengan adanya promosi dan bagi hasil yang baik Akan bisa mempengaruhi calon anggota agar tertarik untuk bisa bergabung dan menabung di BMT NU Jawa Timur cabang Pasean Pamekasan.

Promosi adalah pertukaran informasi antara penjual dan konsumen dengan tujuan mempengaruhi sikap dan perilaku pihak-pihak yang sebelumnya tidak pernah berinteraksi dengan mereka agar cukup mengenal menjadi pembeli sekaligus tetap menjaga ingatan mereka terhadap produk tersebut. Bagi Hasil (*Profit sharing*) dalam kamus ekonomi diartikan pembagian laba Hasil Usaha. Jadi Persentase keuntungan yang diterima *Shahibul Mal* dan *Mudharib* disebut pembagian keuntungan, dan diputuskan berdasarkan kesepakatan bersama.

Metode penelitian dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yakni penelitian yang menggunakan angka-angka yang dijumlahkan sebagai data yang kemudian di lakukan analisis. Sedangkan jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian yang dilakukan menggunakan hubungan kausal yang bersifat sebab akibat.

Hasil dan Kesimpulan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa 1) Variabel Promosi (X1) memberikan pengaruh terhadap keputusan menjadi anggota Tabungan *Mudharabah* di BMT NU Jawa Timur Cabang Pasean, dengan nilai $t_{hitung} (4,542) >$ dari $t_{tabel} (1,985)$ dan Nilai Sig. $(0,000) <$ sig. $(0,05)$. 2) Variabel Bagi Hasil X2 berpengaruh terhadap keputusan menjadi anggota Tabungan *Mudharabah* di BMT NU Jawa Timur Cabang Pasean, nilai $t_{hitung} (2,472) >$ $t_{tabel} (1,985)$ dan nilai Sig. $(0,015) <$ Sig $(0,05)$. Secara simultan promosi dan bagi hasil berpengaruh Positif terhadap keputusan menjadi anggota Tabungan *Mudharabah* di BMT NU Jawa Timur Cabang Pasean, dengan nilai $f_{hitung} (16.153) >$ dari Nilai $f_{tabel} (3.9)$ dan Sig. $(0,000) <$ $(0,05)$, dan hasil koefisien determinasi diperoleh nilai *Adjusted R square* sebesar $(0,240)$ atau 24%. artinya pengaruh yang di berikan dari variabel promosi dan bagi hasil terhadap variabel Keputusan Menjadi Anggota sebesar 24% sementara 76% di pengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak di bahas dalam penelitian ini.

