

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Promotion Mix dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Anggota di KSPPS BMT PETA Trenggalek dan Kopsyah BMT BERKAH Trenggalek” ini ditulis oleh Ayu Dwi Larasati, NIM 17401163520, 2020. Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung. Pembimbing: Dr. Hj. Nur Aini Latifah, S.E., M.M.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin ketatnya persaingan dan semakin pesatnya lembaga keuangan yang ada di Indonesia, hal ini mendorong KSPPS BMT PETA Trenggalek dan Kopsyah BMT BERKAH Trenggalek untuk dapat mempertahankan eksistensi lembaga, dan untuk mempertahankan anggota sekaligus untuk meningkatkan jumlah anggota. Yaitu dengan menerapkan strategi bauran promosi yang terdiri dari 5 variabel: Periklanan, Penjualan Perseorangan, Promosi Penjualan, Hubungan Masyarakat, Pemasaran Langsung dalam meningkatkan jumlah anggota.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui 1) Bagaimana penerapan strategi Promotion Mix dalam upaya meningkatkan jumlah anggota di KSPPS BMT PETA Trenggalek dan Kopsyah BMT BERKAH Trenggalek. 2) Apa dampak dari penerapan strategi promotion mix dalam upaya meningkatkan jumlah anggota di KSPPS BMT PETA Trenggalek dan Kopsyah BMT BERKAH Trenggalek. 3) Apa kendala dan solusi dari penerapan strategi promotion mix dalam upaya meningkatkan jumlah anggota di KSPPS BMT PETA Trenggalek dan Kopsyah BMT BERKAH Trenggalek.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data ini diperoleh dari observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian tersebut adalah bahwa 1) Kedua BMT telah menerapkan strategi promotion mix dalam upaya meningkatkan jumlah anggota. Kelima strategi tersebut diantaranya, periklanan, penjualan perseorangan, promosi penjualan, hubungan masyarakat dan pemasaran langsung. 2) Dampak positif penerapan strategi promotion mix dalam upaya meningkatkan jumlah anggota yaitu memudahkan para anggota untuk mengetahui keberadaan BMT. 3) Kendala internal dari penerapan strategi promotion mix yaitu terbatasnya jumlah pegawai yang ada, solusinya dengan menambah jumlah pegawai atau dengan kerjasama team. Sedangkan kendala eksternal dari penerapan strategi promotion mix dalam upaya meningkatkan jumlah anggota di KSPPS BMT PETA Trenggalek yaitu saat sulitnya menempuh wilayah yang ranahnya ke pegunungan. Solusinya melakukan promosi ke ranah yang mudah dijangkau terlebih dahulu. Kendala eksternal dari penerapan strategi promotion mix dalam upaya meningkatkan jumlah anggota di Kopsyah BMT BERKAH Trenggalek yaitu saat melakukan promosi pada calon anggota sulit mengenali karakteristik seseorang hanya dengan informasi dari mulut ke mulut. Solusinya melakukan survey langsung ke pihak yang dituju.

**Kata Kunci:** Strategi Bauran Promosi (Promotion Mix), Meningkatkan Jumlah Anggota, BMT.

## **ABSTRAC**

The thesis by the title "Promotion Mix Strategy in Increasing the Number of Members in KSPPS BMT PETA Trenggalek and Kopsyah BMT BERKAH Trenggalek" is written by Ayu Dwi Larasati, NIM 17401163520., 2020. Department of Islamic Banking, Faculty of Economics and Business of Islam, Tulungagung State Islamic Institute. Advisor: Dr. Hj. Nur Aini Latifah, S.E., M.M.

This research is motivated by the increasingly fierce competition and increasingly rapid financial institutions in Indonesia, this encourages KSPPS BMT PETA Trenggalek and Kopsyah BMT BERKAH Trenggalek to be able to maintain the existence of the institution, and to retain members as well as to increase the number of members. Namely by implementing a promotional mix strategy consisting of 5 variables: Advertising, Personal Selling, Sales Promotion, Public Relations, Direct Marketing in increasing the number of members.

This study aims to find out 1) How to apply the Promotion Mix strategy in increasing the number of members in the KSPPS BMT PETA Trenggalek and Kopsyah BMT BERKAH Trenggalek. 2) What is the impact of the implementation of the promotion mix strategy in increasing the number of members in the KSPPS BMT PETA Trenggalek and Kopsyah BMT BERKAH Trenggalek. 3) What are the obstacles and solutions to the implementation of the promotion mix strategy in increasing the number of members in the KSPPS BMT PETA Trenggalek and Kopsyah BMT BERKAH Trenggalek.

This research uses a qualitative method with the type of descriptive research. Source of data used in this study are primary data and secondary data. This data was obtained from observations, interviews and documentation.

The results of the study are that 1) Both BMT have implemented a promotion mix strategy in increasing the number of members. These five strategies include advertising, personal selling, sales promotion, public relations and direct marketing. 2) The positive impact of applying the promotion mix strategy in increasing the number of members is to make it easier for members to find out the existence of the BMT. 3) Internal constraints of implementing the promotion mix strategy are the limited number of existing employees, the solution is to increase the number of employees or with teamwork. While the external obstacle of the implementation of the promotion mix strategy in increasing the number of members in KSPPS BMT PETA Trenggalek is when it is difficult to travel through the mountainous region. The solution is to promote the domain that is easily accessible first. The external obstacle of applying the promotion mix strategy in increasing the number of members in the Kopsyah BMT BERKAH Trenggalek is that when conducting promotions to prospective members, it is difficult to recognize a person's characteristics with only word of mouth information. The solution is to conduct a direct survey to the intended party.

***Keywords: Promotion Mix Strategy, Increasing Number of Members, BMT.***