

## ABSTRAK

### **Ocvi Wijayanti, 1820510015, Model Promosi pada Simpanan Berhadiah dalam Meningkatkan Kuantitas Anggota di BMT Mubarakah Kudus.**

Seiring dengan semakin maraknya Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia mengakibatkan menjamurnya Lembaga Keuangan Syariah berskala kecil dalam bentuk *Baitul Maal Wattamwil*. Untuk meningkatkan kuantitas keanggotaan BMT, pihak manajemen melakukan beberapa terobosan promosi dengan menggunakan model promosi segmentasi, *targeting* dan *positioning* pasar untuk mempromosikan produk simpanan berhadiah.

Tujuan dari penelitian ilmiah ini, peneliti akan meneliti ada tidaknya pengaruh model promosi yang dilakukan manajemen terhadap peningkatan kuantitas anggota di BMT Mubarakah Kudus.

Setelah melakukan serangkaian penelitian dengan metode penelitian deskriptif kualitatif yang sistematis dan terukur, dapat diperoleh data sebagai berikut: segmentasi yang dilakukan oleh BMT adalah segmentasi geografis, situasi dan penggunaan serta manfaat. Targeting yang dilakukan oleh BMT Mubarakah telah disesuaikan dengan pasar sasaran serta positioning juga telah dijalankan oleh BMT, sehingga dengan dilakukannya ketiga model promosi ini dapat meningkatkan kuantitas anggota simpanan berhadiah di BMT Mubarakah. Dengan dilakukannya model promosi ini, terdapat beberapa anggota yang memiliki rekening simpanan berhadiah lebih dari 5 rekening, sehingga semakin banyak rekening yang dimiliki semakin besar pula kesempatan bagi anggota tersebut untuk memperoleh hadiah yang diundi di akhir periode. Rekomendasi yang ahrus dijalankan oleh BMT Mubarakah yaitu selalu memperbarui model promosi yang dilakukan sesuai dengan perkembangan zaman serta memperluas jangkauan wilayahnya.

**Kata Kunci:** Model Promosi, Simpanan Berhadiah, Kuantitas Anggota dan BMT.