

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “**Analisis Strategi *Promotional Mix* Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Mudharabah Ummat pada PT.BPRS Haji Miskin Pandai Sikek**” yang disusun oleh Mutianisa Nim. 3319.431 Jurusan Perbankan Syariah (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh produk tabungan mudharabah ummat, Jumlah nasabah produk tabungan mudharabah ummat kurang stabil karna promosi yang dilakukan PT.BPRS Haji Miskin Pandai Sikek bersamaan dengan produk lainnya dan masih banyak nasabah yang lama yang dijemput tabungan mudharabah ummatnya dan Banyak nasabah yang tidak tau cara menabung di tabungan mudharabah ummat. Berdasarkan rumusan masalah maka tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis Bagaimana Strategi *Promotional Mix* yang dilakukan Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Mudharabah Ummat pada PT.BPRS Haji Miskin Pandai Sikek dan untuk mengetahui apa saja faktor-faktor mempengaruhi bank PT.BPRS Haji Miskin Pandai Sikek dalam mempromosikan tabungan mudharabah ummat.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*Field research*) dengan menggunakan pendekatan deskriptif Kualitatif. Teknik mengumpulkan data dengan observasi, dokumentasi dan wawancara kepada karyawan bagian marketing fanding di PT.BPRS Haji Miskin Pandai Sikek. Metode analisa data yang digunakan dengan cara reduksi data, penyajian data dan verifikasi yang disajikan dalam bentuk narasi.

Berdasarkan Hasil penelitian diatas strategi *promotional mix* yang dilakukan PT.BPRS Haji Miskin Pandai Sikek yaitu dengan menggunakan advertising, promosi penjualan, publisitas, dan penjualan pribadi. Strategi periklanan (*advertising*) yang dilakukan oleh PT.BPRS Haji Miskin, menggunakan pemasangan sepanduk dan Media cetak yang dilakukan dengan membagi brousur. Dalam mempromosi produk tabungan mudharabah ummat strategi promosi penjualan (*Sales Promotion*) yang dilakukan yaitu dengan melakukan penjualan langsung dengan mendekati nasabah dengan memberikan insentif kepada nasabah yang aktif dan loyal. Sedangkan strategi publisitas (*publicity*) yang dilakukan PT.BPRS Haji Miskin yaitu dengan melakukan sebagai sponsorship pada acara khatam al-qur'an dan Bentuk penjualan pribadi (*personal selling*) yang dilakukan PT.BPRS Haji Miskin Pandai sikek yaitu dengan melakukan door to door atau sosialisasi. Adapun faktor saat melakukan *promotional mix* yaitu kurangnya pengembangan skill terhadap marketing, promosi yang belum optimal serta kurangnya tenaga kerja marketer produk penghimpunan dana dan banyak nya persaingan antar bank konvensional disekitar kenagari pandai sikek.

Kata Kunci: Strategi Advertising, Strategi Sales Promotion, Strategi Publisitas, Strategi personal selling.