

Analisis Implementasi Sales Promotion Pada Produk Tabungan Sajadah Upaya Meningkatkan Daya Minat Nasabah di BMT NU Jawa Timur Cabang Gapura

Mega Agustini

Institut Kariman Wirayudha, Indonesia
mega.syz31@gmail.com

Abstract:

This BMT aims to create a microfinance institution based on sharia principles, focusing on savings and loan services. This research describes: 1) The implementation of sales promotion for the SAJADAH savings product at BMT NU Gapura branch, and 2) The effectiveness of the sales promotion for the SAJADAH savings product. The qualitative research method employs observation, interviews, and documentation. Data analysis is conducted through reduction, presentation, and verification. The findings show: 1) Sales promotion is implemented by offering direct gifts when opening an account. SAJADAH savings has a minimum deposit of IDR 5,000,000 with terms of 9 months, 1 year, 2 years, and 3 years. Customers can choose between cash or items as gifts. For a minimum deposit of IDR 5,000,000 with a 1-year term, customers are entitled to a cash reward of IDR 240,000 or an item of equal value, such as a fan. 2) The sales promotion's effectiveness is proven by its ability to attract customers through the direct gift program, leading to a significant increase in the number of customers

Keywords: Implementation; Sales Promotion, *SAJADAH Savings Products*

Abstrak:

Pendirian BMT ini bertujuan untuk menciptakan lembaga keuangan mikro sesuai prinsip syariah yang bergerak di bidang usaha simpan pinjam. Penelitian ini mendeskripsikan: 1) Bagaimana implementasi sales promotion pada produk tabungan SAJADAH di BMT NU cabang Gapura. 2) Bagaimana efektivitas sales promotion pada produk tabungan SAJADAH di BMT NU cabang Gapura. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan melalui reduksi, penyajian, dan verifikasi data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Implementasi sales promotion dilakukan dengan memberikan hadiah langsung saat pembukaan rekening. Tabungan SAJADAH memiliki batas minimal Rp 5.000.000 dengan jangka waktu 9 bulan, 1 tahun, 2 tahun, dan 3 tahun. Nasabah dapat memilih hadiah berupa uang atau barang, tabungan minimal RP 5000.000 dengan jangka waktu 1 tahun, nasabah berhak mendapatkan hadiah uang sebesar Rp 240.000 atau barang dengan nilai yang sama, seperti kipas angin. 2) Efektivitas sales promotion pada tabungan SAJADAH ini terbukti mampu meningkatkan daya minat nasabah melalui program hadiah langsung tanpa diundi yang diberikan di awal membuka rekening. Keberhasilan ini dibuktikan oleh peningkatan jumlah nasabah yang signifikan..

Kata Kunci: Implementasi, *Sales Promotion*, Produk Tabungan SAJADAH

PENDAHULUAN

Baitul Maal Wattamwil (BMT) adalah lembaga keuangan mikro yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah, dengan tujuan menumbuh kembangkan usaha mikro dan meningkatkan derajat serta martabat lembaga Baitul Maal Wattamwil sekaligus juga untuk membela kepentingan kaum duafa'. Dalam operasionalnya, BMT harus mematuhi prinsip-prinsip syariat Islam yang mengacu pada Al-Qur'an dan Hadist terutama dalam aspek muamalat.¹

Mengingat persaingan yang ketat dengan lembaga keuangan lainnya, manajemen BMT perlu menerapkan strategi yang fleksibel dan berorientasi pada pasar (market-oriented). Hal ini penting untuk menarik lebih banyak anggota dan meningkatkan kesejahteraan bersama. Dengan pendekatan ini, individu atau kelompok dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk atau jasa yang lebih bernilai.²

Dalam merealisasikan tujuan BMT, promosi merupakan strategi yang efektif dan penting untuk mencapai target yang telah ditentukan oleh lembaga. Strategi promosi harus diperhatikan oleh pengelola agar lembaga mampu bertahan dan berkembang. Promosi menjadi sangat penting karena merupakan cara komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan untuk mendorong atau menarik calon konsumen agar membeli produk atau jasa yang dipasarkan. Oleh karena itu, diperlukan upaya salah satunya melalui kegiatan promosi.³

Promosi bertujuan memperkenalkan produk-produk kepada masyarakat. Dengan adanya promosi, diharapkan masyarakat dapat mengenal produk-produk jasa yang ada di BMT dan berminat menjadi anggota, yang pada akhirnya dapat meningkatkan volume permintaan terhadap produk-produk tersebut. Promosi juga merupakan informasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan tindakan yang menciptakan penukaran dalam pemasaran. Kegiatan promosi ini dilakukan dengan sebaik mungkin, yaitu dengan direncanakan, diarahkan, dikendalikan, dan dianggarkan sesuai ketentuan yang ada di BMT.⁴

Sebagai lembaga yang berakar dari masyarakat, BMT harus mengedepankan kebutuhan masyarakat dimana ia akan tumbuh dan berkembang. Setiap program yang

¹ Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah* (Yogyakarta: Ekonesia, 2003). hlm. 85.

² Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2009). hlm. 6.

³ Marius P. Angipora, *Dasar-dasar Pemasaran* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 1999), 241.

⁴ Radiosusnu, *Manajemen Pemasaran, Suatu Pendekatan Analisis* (Yogyakarta: BPFE, 1986), 241.

hendak dilaksanakan harus mempertimbangkan harapan masyarakat tentang manfaat yang ingin diraih dari berdirinya BMT.⁵ Dalam BMT, terdapat beberapa produk yang ditawarkan seperti lembaga keuangan lainnya, Salah satu produknya adalah simpanan atau dalam BMT dikenal dengan produk akad wadiah, dimana nasabah menitipkan sejumlah uang untuk dipelihara dan dijaga. Begitu pula di BMT NU Jawa Timur cabang Gapura yang akan menjadi topik dalam kajian ini.

BMT NU Gapura merupakan salah satu cabang utama BMT NU yang didirikan oleh Masyudi, selaku Ketua Lembaga Perekonomian NU pada waktu itu. Pendirian BMT ini bertujuan untuk menciptakan lembaga keuangan mikro syariah yang bergerak di bidang usaha simpan pinjam. Sebagai salah satu lembaga keuangan mikro terkemuka, BMT NU Gapura menawarkan berbagai jenis simpanan tabungan. Variabilitas produk dan akad yang ditawarkan bertujuan untuk menarik minat nasabah agar mau menabung di lembaga keuangan tersebut. Jenis-jenis produk yang disediakan oleh BMT NU Gapura antara lain: SIAGA (Simpanan Anggota), TABAH (Tabungan Mudarabah), SIDIK FATONAH (Simpanan Pendidikan Fatonah), SAHARA (Simpanan Haji dan Umroh), TAWARI (Tabungan Ukhrawi), SAJADAH (Simpanan Berjangka Wadiah Berhadiah), SIBERKAH (Simpanan Berjangka Mudharabah), dan SABAR (Simpanan Lebaran).⁶

BMT NU Gapura dalam kegiatan mengembangkan pemasaran produknya, diantaranya melakukan kegiatan sales promotion (promosi penjualan). Promosi penjualan (sales promotion) adalah suatu kegiatan yang dirancang untuk memberikan dorongan kepada pembeli agar tertarik membeli produk dengan imbalan mendapatkan hadiah atau bonus tertentu. Kegiatan promosi penjualan ini biasanya diadakan dalam periode waktu tertentu, sehingga menciptakan sense of urgency bagi konsumen untuk segera melakukan pembelian. Hadiah atau bonus yang diberikan dapat bervariasi, termasuk melalui proses undian, potongan harga, atau penjualan obral.⁷ Adapun strategi pemasaran sales promotion itu diterapkan pada produk tabungan SAJADAH, yang dimana produk SAJADAH itu adalah simpanan dengan keuntungan yang dapat dinikmati diawal dengan memperoleh hadiah langsung tanpa diundi. Dengan adanya strategi pemasaran secara sales promotion pada produk tabungan SAJADAH sangatlah memberikan keuntungan

⁵ Shochrul Rohmatul Ajija dkk., *Koperasi BMT: Teori Aplikasi dan Inovasi* (Karanganyar: CV. Inti Media Komunika, 2020), 63.

⁶ BMT NU Jatim, "BMT Nuasa Umat," 22 Februari 2024.

⁷ M. Anang Firmansyah, *Komunikasi Pemasaran* (Pasuruan: Qiara Media, 2020), 272-73.

pada BMT NU Gapura dalam meningkatkan daya minat masyarakat untuk menabung.⁸ Sehingga, peneliti akan menggali sebanyak mungkin tentang Implementasi Sales Promotion Pada Produk Tabungan SAJADAH Upaya Meningkatkan Daya Minat Nasabah di BMT NU Jawa Timur Cabang Gapura.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana implementasi sales promotion (promosi penjualan) pada produk tabungan SAJADAH di BMT NU Jawa Timur cabang Gapura sehingga dapat meningkatkan minat masyarakat. Tujuan penelitian ini meliputi memahami implementasi sales promotion (promosi penjualan) pada produk tabungan SAJADAH serta menilai efektivitasnya. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan mengenai implementasi sales promotion (promosi penjualan) pada produk tabungan SAJADAH di BMT NU.

Suatu kegiatan yang dapat memberikan dorongan kepada pembeli agar mau membeli produk dengan imbalan mendapatkan hadiah atau bonus tertentu. Sales promotion disini biasanya diadakan dalam periode waktu tertentu dan hadiah atau bonus yang diberikan dapat dilakukan melalui proses undian, potongan harga dan jual obral. Adapun jenis-jenis sales promotion dikelompokkan menjadi tiga jenis yaitu:⁹ a. Customer (Pembeli/Pelanggan) berupa penawaran gratis, sampel, demonstrasi, kupon, pengembalian uang, hadiah, lomba, dan garansi. b. Intermediaries (Penyalur) berupa barang-barang gratis, diskon, perizinan periklanan, periklanan kooperatif, kontes penjualan, dan penghargaan. c. Sales force (salesman), berupa bonus, penghargaan, kontes dan hadiah buat tenaga penjual terbaik (prized for best performer).

Produk tabungan ini merupakan produk yang dimulai pada tahun 2014. Produk SAJADAH merupakan simpanan dengan keuntungan yang dapat dinikmati diawal dengan memperoleh hadiah langsung tanpa diundi. Produk ini menggunakan akad wadiah Yad Al-Dhamanah dan dapat ditarik sesuai dengan kesepakatan bersama.¹⁰ Wadi'ah yad Al-Dhamanah adalah suatu bentuk titipan barang atau harta yang diberikan oleh nasabah (penitip) kepada pihak bank untuk disimpan dengan aman. Dalam skema ini, pihak bank bertanggung jawab penuh untuk menjaga dan mengelola barang atau harta yang dititipkan tersebut. Nasabah memberikan izin kepada bank untuk memanfaatkan barang

⁸ Mariyatul Fitriyah, Sales Promotion, 5 Februari 2024.

⁹ Firmansyah, *Komunikasi Pemasaran*, 272-73.

¹⁰ Masyudi, "Buku Materi RAT. PARIPURNA XX KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Gapura" (Gapura: BMT NU, 2024), 48.

atau harta yang dititipkan, dengan ketentuan bahwa bank harus menjamin pengembalian titipan secara utuh dan sesuai dengan persetujuan yang telah dibuat di awal.¹¹

Simpanan ini memiliki beberapa ketentuan penting yang harus diperhatikan oleh penabung. Yaitu¹² : Untuk menabung pada produk tabungan SAJADAH ini, penabung harus menyimpan uangnya minimal RP 5.000.000., Simpanan harus disimpan dalam kurun waktu 9 bulan, 1 tahun, 2 tahun dan 3 tahun, Penabung tidak diperkenankan untuk menarik uangnya sebelum tanggal jatuh tempo yang telah disepakati. dan pemberian hadiah di awal pembukaan rekening, penabung akan menerima hadiah yang bisa berupa uang tunai atau barang dengan nilai yang setara. Jenis hadiah ini akan disesuaikan berdasarkan kesepakatan antara penabung dan pihak penyedia simpanan.

Koperasi syariah di Indonesia sering disebut dengan Baitul Maal Wat Tamwil atau BMT, karena dalam realitasnya koperasi syariah banyak yang berasal dari konversi Baitul Maal Wa Tamwil. Namun, ada perbedaan antara KJKS/UJKS Koperasi dengan BMT, yaitu koperasi syariah hanya menjalankan sistem koperasi simpan pinjam syariah. Sedangkan BMT terdiri dari dua frasa, yaitu Baitul Maal dan Baitul Tamwil. Secara harfiah, Baitul Maal berarti "rumah dana" dan Baitul Tamwil berarti "rumah usaha." Kedua pengertian ini memiliki makna dan dampak yang berbeda.¹³ Dari segi istilah, Baitul Maal adalah tempat yang mengelola harta yang dihimpun dari zakat, infaq, dan shodaqoh dengan tujuan sosial sesuai dengan aturan syariah. Sementara itu, Baitul Tamwil adalah tempat yang mengelola dana berupa tabungan dari masyarakat atau umat, yang kemudian disalurkan untuk tujuan komersial.

Jika digabungkan, BMT (Baitul Maal wa Tamwil) adalah lembaga keuangan mikro yang operasionalnya berdasarkan prinsip bagi hasil. Tujuan utama BMT adalah untuk menumbuhkembangkan usaha mikro kecil serta mengangkat harkat dan martabat kaum fakir dan miskin.¹⁴

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan metode deskriptif kualitatif untuk menggambarkan tujuan penelitian. Metode ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk

¹¹ Ajija dkk., *Koperasi BMT: Teori Aplikasi dan Inovasi*, 125.

¹² Ahmad Kurniawan, *Ketentuan Menabung*, 5 Juli 2024.

¹³ Muhammad Ridwan, *Sistem dan Prosedur Pendirian Baitul Maal wat-Tamwil (BMT)* (Yogyakarta: Citra Media, 2006), 1.

¹⁴ Amin Aziz, *Tata Cara Pendirian BMT* (Jakarta: PKES Publishing, 2008), 2.

mengumpulkan data langsung dari lapangan. Kehadiran peneliti sebagai instrumen pengumpulan data juga sangat penting dalam penelitian kualitatif. Lokasi penelitian ini berada di BMT NU Jawa Timur cabang Gapura, Sumenep.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer yang diperoleh melalui observasi dan wawancara, serta data sekunder yang diambil dari laporan tertulis dan informasi lembaga terkait. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Analisis data kualitatif dilakukan untuk memahami makna dari hubungan yang diteliti. Proses analisis meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Keabsahandata diperiksa melalui triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi sales promotion (promosi penjualan) pada tabungan SAJADAH telah berhasil meningkatkan jumlah nasabah di BMT NU Jawa Timur cabang Gapura secara signifikan. Salah satu elemen kunci dari strategi promosi ini adalah pemberian hadiah langsung tanpa diundi, yang diberikan kepada nasabah pada saat pembukaan rekening tabungan SAJADAH. Pendekatan ini menarik perhatian banyak orang dan terbukti efektif dalam merangsang minat masyarakat untuk berinvestasi dalam produk tabungan tersebut. Banyak nasabah yang memberikan apresiasi tinggi terhadap inovasi ini, menunjukkan bahwa hadiah yang diberikan dapat menjadi daya tarik tersendiri.

Namun, calon nasabah perlu memahami bahwa produk tabungan SAJADAH memiliki batas maksimal tabungan dan jangka waktu tertentu yang harus diikuti. Selain itu, terdapat prosedur, tata cara, dan persyaratan yang harus dipenuhi sebelum mendaftar, seperti memiliki tabungan SIAGA dan melengkapi dokumen administrasi. Untuk memastikan informasi mengenai produk.

Ini dapat diakses oleh masyarakat luas, BMT NU Jawa Timur cabang Gapura menerapkan berbagai strategi pemasaran. Di antaranya adalah penyebaran brosur yang informatif, komunikasi langsung dengan calon nasabah melalui pendekatan tatap muka, serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Melalui berbagai metode ini, masyarakat diharapkan dapat lebih memahami manfaat dan keuntungan yang ditawarkan oleh tabungan SAJADAH, sekaligus membantu BMT NU

Jawa Timur cabang Gapura untuk memperkuat posisi produk ini di pasar yang semakin kompetitif.

Hasil

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi sales promotion (promosi penjualan) pada produk tabungan SAJADAH di BMT NU Jawa Timur cabang Gapura sangat efektif dalam menarik minat nasabah. Strategi yang digunakan adalah dengan memberikan hadiah langsung tanpa diundi kepada nasabah saat membuka rekening tabungan SAJADAH. Program ini dirancang untuk memberikan insentif langsung kepada nasabah baru, sehingga mereka merasa mendapatkan keuntungan tambahan sejak awal membuka rekening.

Produk tabungan SAJADAH menggunakan akad wadiah yad dhamanah, yang berarti bahwa tabungan ini dikelola oleh BMT dengan izin dari nasabah. Tabungan ini memiliki persyaratan minimal saldo sebesar Rp 5.000.000 dengan pilihan jangka waktu 9 bulan, 1 tahun, 2 tahun, atau 3 tahun. Salah satu syarat utama sebelum membuka rekening tabungan SAJADAH adalah nasabah harus memiliki tabungan SIAGA terlebih dahulu.

Persyaratan administrasi untuk membuka rekening tabungan SAJADAH meliputi penyeteroran fotokopi KTP dan KK, perekaman sidik jari, serta pengambilan foto calon mitra. Selain itu, nasabah juga harus membayar biaya administrasi sebesar Rp 5.000. Proses ini dirancang untuk memastikan keamanan dan keabsahan data nasabah, sehingga BMT NU dapat memberikan layanan yang terbaik.

Salah satu keunggulan dari produk tabungan SAJADAH adalah kebebasan yang diberikan kepada nasabah dalam memilih hadiah. Hadiah dapat berupa uang tunai atau barang sesuai dengan keinginan nasabah. Misalnya, untuk tabungan minimal sebesar Rp 5.000.000 selama 1 tahun, nasabah dapat memilih untuk mendapatkan hadiah berupa uang tunai sebesar Rp 240.000 atau barang dengan nilai yang setara, seperti kipas angin. Fleksibilitas ini membuat produk tabungan SAJADAH lebih menarik di mata masyarakat, karena mereka dapat memilih hadiah yang sesuai dengan kebutuhan atau keinginan mereka.

Efektivitas dari promosi penjualan (sales promotion) ini terbukti dari respon positif masyarakat. Banyak nasabah yang mengapresiasi program pemberian hadiah di awal pembukaan rekening tabungan SAJADAH, sehingga produk ini semakin diminati dan berhasil meningkatkan daya tarik produk tabungan SAJADAH di BMT NU Cabang Gapura.

Untuk memaksimalkan jangkauan dan efektivitas promosi, BMT NU Jawa Timur cabang Gapura menggunakan berbagai metode pemasaran. Penyebaran brosur di lokasi-lokasi strategis, komunikasi langsung (face-to-face) dengan calon nasabah, serta penggunaan media sosial adalah beberapa langkah yang diambil untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan produk ini. Brosur dan pamflet disebar untuk memberikan informasi detail mengenai produk dan keuntungan yang ditawarkan.

Komunikasi langsung dilakukan oleh tim pemasaran untuk memberikan penjelasan lebih mendalam dan menjawab pertanyaan dari calon nasabah. Media sosial digunakan untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan memberikan informasi secara cepat dan efisien.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai implementasi sales promotion pada produk tabungan SAJADAH di BMT NU Jawa Timur cabang Gapura menunjukkan adanya keselarasan dengan teori sales promotion yang diajukan oleh Don E. Schultz dalam bukunya "Sales Promotion Essentials." Salah satu poin penting yang ditekankan Schultz adalah bahwa promosi yang efektif harus dilaksanakan dengan syarat dan ketentuan yang jelas. Dalam konteks tabungan SAJADAH, terdapat persyaratan yang harus dipenuhi, seperti saldo awal minimal dan periode tabungan tertentu. Hal ini tidak hanya memberikan transparansi kepada nasabah, tetapi juga membantu menciptakan ekspektasi yang jelas mengenai produk tersebut.

Komunikasi mengenai syarat dan ketentuan ini juga dilakukan melalui saluran yang efektif, termasuk media sosial dan brosur. Dengan memanfaatkan berbagai saluran pemasaran, BMT NU Jawa Timur cabang Gapura berhasil menjangkau calon nasabah secara lebih luas, memberikan informasi yang komprehensif dan menarik perhatian masyarakat. Keberhasilan promosi ini menggaris bawahi teori Don E. Schultz tentang kategori utama dan aturan-aturan penerapan hadiah dalam promosi, yang berkontribusi secara signifikan terhadap peningkatan minat dan loyalitas konsumen terhadap produk tabungan SAJADAH.

Selain itu, hasil temuan peneliti juga menunjukkan efektivitas dari implementasi sales promotion dalam konteks tabungan SAJADAH sejalan dengan penjelasan Schultz tentang penggunaan hadiah sebagai bentuk promosi konsumen yang efektif. Schultz menekankan bahwa program consumer promotion, seperti pemberian hadiah dapat memberikan nilai tambah langsung kepada konsumen. Dengan memberikan hadiah

langsung pada saat pembukaan rekening pada produk tabungan SAJADAH dapat menciptakan insentif yang kuat untuk menarik nasabah baru.

Strategi ini meningkatkan minat masyarakat dan mendorong respons langsung terhadap produk tabungan SAJADAH, hal ini tercermin dari masyarakat yang banyak mengapresiasi tabungan SAJADAH dan menunjukkan bahwa hadiah yang ditawarkan benar-benar menjadi daya tarik bagi calon nasabah. Dengan demikian, implementasi sales promotion yang diterapkan oleh BMT NU Jawa Timur cabang Gapura tidak hanya konsisten dengan teori yang ada, tetapi juga berhasil memenuhi kebutuhan dan ekspektasi masyarakat, menciptakan sinergi antara teori dan praktik yang efektif dalam pemasaran produk. Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan wawasan yang berharga mengenai bagaimana teori dan praktik sales promotion sehingga dapat meningkatkan daya tarik produk.¹⁵

KESIMPULAN

Kesimpulan dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi sales promotion (promosi penjualan) pada produk tabungan SAJADAH di BMT NU Jawa Timur cabang Gapura sangat efektif dalam menarik minat nasabah. Strategi pemberian hadiah langsung tanpa diundi saat membuka rekening berhasil memberikan insentif langsung yang menarik bagi nasabah. Produk ini menggunakan akad wadiah yad dhamanah dengan persyaratan saldo minimal Rp 5.000.000 dan pilihan jangka waktu tabungan 9 bulan, 1 tahun, 2 tahun, atau 3 tahun. Nasabah harus memiliki tabungan SIAGA terlebih dahulu dan memenuhi persyaratan administrasi, termasuk penyetoran fotokopi KTP dan KK, perekaman sidik jari, pengambilan foto, dan pembayaran biaya administrasi Rp 5.000. Keunggulan utama dari tabungan SAJADAH adalah fleksibilitas dalam memilih hadiah berupa uang tunai maupun barang sesuai keinginan nasabah, hal ini yang menjadi meningkatnya daya tarik pada produk tabungan SAJADAH di masyarakat. Efektivitas promosi ini terbukti dari respon positif masyarakat yang banyak mengapresiasi produk tabungan SAJADAH di BMT NU Jawa Timur cabang Gapura, hal ini menunjukkan bahwa hadiah yang ditawarkan benar-benar menjadi daya tarik bagi masyarakat.

¹⁵ Don E. Schultz, *Sales Promotion Essentials: The 10 Basic Sales Promotion Techniques and How to Use Them* (USA: NTC Business Books, 1992), 12-22.

REFERENSI

- Ajija, Shochrul Rohmatul, Ahmad Hudaifah, Wasiaturrahma, Lusi Sulistyaningsih, Khaulah Qurata A'yun, Happy Karunia Mukti, Sri Cahyaning Umi Salama, Siti Nur Indah Rofiqoh, dan Ummu Atika Azzizah. *Koperasi BMT: Teori Aplikasi dan Inovasi*. Karanganyar: CV. Inti Media Komunika, 2020.
- Angipora, Marius P. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 1999.
- Aziz, Amin. *Tata Cara Pendirian BMT*. Jakarta: PKES Publishing, 2008.
- BMT NU Jatim. "BMT Nuasa Umat," 22 Februari 2024.
- Firmansyah, M. Anang. *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: Qiara Media, 2020.
- Fitriyah, Mariyatul. Sales Promotion, 5 Februari 2024.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Kurniawan, Ahmad. Ketentuan Menabung, 5 Juli 2024.
- Masyudi. "Buku Materi RAT. PARIPURNA XX KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Gapura." Gapura: BMT NU, 2024.
- Radiosusnu. *Manajemen Pemasaran, Suatu Pendekatan Analisis*. Yogyakarta: BPFE, 1986.
- Ridwan, Muhammad. *Sistem dan Prosedur Pendirian Baitul Maal wat-Tamwil (BMT)*. Yogyakarta: Citra Media, 2006.
- Schultz, Don E. *Sales Promotion Essentials: The 10 Basic Sales Promotion Techniques and How to Use Them*. USA: NTC Business Books, 1992.
- Sudarsono, Heri. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Yogyakarta: Ekonesia, 2003.