

INTISARI

Moh. Abul Hosen. 2019. Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Anggota (Studi Kasus BMT-UGT Sidogiri Cabang Kolor Kabupaten Sumenep). Skripsi, Prodi manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Wiraraja Sumenep. Pembimbing : (1) Ibu Rusnani, SE., MM. (2) Bapak Ahmad Ghufrohy, SE., MM.

Penurunan anggota BMT-UGT Sidogiri Cabang Kolor Kabupaten Sumenep dalam tiga tahun terakhir ini disebabkan minimnya pengetahuan dan kepercayaan masyarakat terhadap koperasi, namun yang paling berpengaruh adalah semakin banyaknya pesaing koperasi bahkan bank-bank dikawasan kabupaten sumenep. Penelitian ini untuk mengetahui strategi dan tingkat keefektifan pemasaran BMT-UGT Sidogiri Cabang Kolor Kabupaten Sumenep dalam upaya meningkatkan anggota. Penelitian ini menggunakan kualitatif deskriptif dengan sampel sumber data *Purposive Sampling* serta analisis sebelum dilapangan dan analisis selama dilapangan dengan matrik EFI dan EFE sebagai alat analisis SWOT. Pihak BMT-UGT Sidogiri Cabang Kolor Kabupaten Sumenep menggunakan *Marketing Funding* dan *Marketing Lending* dengan penunjangnya menggunakan pemasaran *online* melalui *twitter*, *instagram*, *whatsapp* serta *website* yang di prioritaskan. Pemasaran *offline*nya melalui periklanan, papan nama dan penyebaran brosur-brosur ditempat strategis seperti cabang, capem dan tempat perbelanjaan dan lain-lain. Dengan bermodal Rp.10.000, anggota bisa membuat tabungan serta pihak BMT-UGT Sidogiri Cabang Kolor Kabupaten Sumenep berinisiatif mendatangi anggotanya yang ingin menabung ataupun menyettor. Kesimpulanya strategi pihak BMT-UGT Sidogiri Cabang Kolor Kabupaten Sumenep menggunakan *Marketing Funding* dan *Marketing Lending* dengan penunjangnya melalui pemasaran *online* dan *offline*, untuk tingkat keefektifan strategi yang digunakan kurang efektif, sebab dalam tiga tahun terakhir ini jumlah anggota semakin menurun.

Kata Kunci ; Jumlah Anggota, Koperasi Strategi Pemasaran

ABSTRACT

Moh. Abul Hosen. 2019. Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Anggota (Studi Kasus BMT-UGT Sidogiri Cabang Kolor Kabupaten Sumenep). Skripsi, Prodi manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Wiraraja Sumenep. Pembimbing : (1) Ibu Rusnani, SE., MM. (2) Bapak Ahmad Ghufrony, SE., MM.

The decline in members of the Sidogiri Branch of BMT-UGT in the District of Sumenep in the past three years was due to the lack of knowledge and trust of the community towards cooperatives, but the most influential was the increasing number of competitor cooperatives and even banks in the Sumenep district. This study was to determine the strategy and level of marketing effectiveness of BMT-UGT Sidogiri Branch Kolor Sumenep Regency in an effort to improve members. This research uses descriptive qualitative with samples of Purposive Sampling data sources and analysis before field and analysis during the field with EFI and EFE matrices as SWOT analysis tools. The BMT-UGT Sidogiri Branch Kolor, Sumenep Regency uses Marketing Funding and Marketing Lending with the support of using online marketing through Twitter, Instagram, whatsapps and websites that are prioritized. Online marketing through advertising, signage and the distribution of brochures in strategic places such as branches, shopping centers and shopping malls and others. With a capital of Rp.10,000, members can make savings and the BMT-UGT Sidogiri Branch of the District of Sumenep takes the initiative to come to the members who want to save or deposit. The conclusion of the strategy of the BMT-UGT Sidogiri Branch Kolor Sumenep Regency uses Marketing Funding and Marketing Lending with its support through online and offline marketing, for the effectiveness of the strategy used is less effective, because in the last three years the number of members has declined.

Keywords ; Cooperative Marketing Strategy, Number of Members