

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Lembaga keuangan berperan sebagai perantara (*financial intermediaries*) bagi masyarakat lokal, menengahi antara yang kelebihan dana dan yang kekurangan dana.<sup>1</sup> Pada dasarnya, sistem keuangan Indonesia dapat dibagi menjadi dua jenis: sistem perbankan dan sistem lembaga keuangan bukan bank. Lembaga keuangan yang termasuk dalam sistem perbankan, yaitu lembaga keuangan yang diatur dalam Undang-Undang, menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan, menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk pinjaman, dan lain-lain, serta menyelenggarakan jasa pembayaran. Karena lembaga keuangan ini dapat menerima simpanan dari masyarakat, mereka juga disebut lembaga keuangan penerima simpanan, termasuk bank umum dan bank pemberi pinjaman pedesaan. Mengenai lembaga keuangan bukan bank, lembaga keuangan bukan bank adalah lembaga keuangan yang bukan bank, dan tidak diperkenankan meminjam dana secara langsung kepada masyarakat untuk keperluan menjalankan usaha. Lembaga keuangan selain bank disebut lembaga non-penyimpanan.<sup>2</sup>

Lembaga keuangan mikro syariah diatur dengan SK No.2.12/POJK.05/2014 tentang Otoritas Jasa Keuangan (OJK). OJK juga mencakup lembaga pemberi izin dan lembaga keuangan mikro. Sebagai Koperasi Simpan

---

<sup>1</sup> Neni Sri Imaniyati, *Pengantar Hukum Perbankan Indonesia* (Bandung: Refika Ditama, 2016), 2.

<sup>2</sup> Djoni S. Gazali dan Rachmadi Usman, *Hukum Perbankan* (Jakarta: Sinar Grafika, 2013), 41.

Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) dalam Peraturan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Nomor 16/Per/M.KUKM/IX/2015 tentang Pelaksanaan Akad Simpan Pinjam. Usaha dan pinjam meminjam koperasi syariah disebutkan dalam Bab 1.1. dan KSPPS adalah koperasi yang usahanya simpan, pinjam meminjam berdasarkan prinsip syariah meliputi pengurusan, zakat, infak atau sedekah, wakaf yang digambarkan sebagai satu kesatuan.<sup>3</sup>

Selama ini koperasi syariah di wilayah Kediri terus berkembang. Hal ini terlihat dari banyaknya koperasi syariah yang didirikan di Kediri. Dihadapkan pada persaingan yang ketat, setiap koperasi membutuhkan pemasaran untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Pemasaran adalah aset yang sangat penting untuk kesuksesan bisnis produk atau layanan apa pun. Semakin baik strategi pemasaran anda diterapkan, semakin dekat anda dengan target pasar yang anda harapkan.

Dalam dunia pemasaran, kita selalu berbicara tentang apa yang disebut bauran pemasaran. Bauran promosi (*marketing mix*) adalah kombinasi dari variabel atau kegiatan yang menjadi inti dari sistem pemasaran. Artinya bauran promosi adalah sekumpulan variabel yang dapat digunakan perusahaan untuk mempengaruhi reaksi dan tanggapan konsumen.<sup>4</sup> Jadi variabel yang digunakan perusahaan digunakan untuk membuat kombinasi yang menghasilkan hasil terbesar.

---

<sup>3</sup> Farid Hidayat, "Alternative Sistem Pengawasan Pada Koperasi Simpan Pinjam Dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) Dalam Mewujudkan Syariah Compliaciance", *Jurnal Mahkamah*, 1 (2), 2016: 385

<sup>4</sup> Hurriyati, *Bauran Pemasaran & Loyalitas Konsumen* (Bandung: Alfabeta, 2015), 55.

Bauran promosi adalah segala sesuatu yang dapat dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi permintaan produknya. Kemungkinan yang berbeda ini dapat dikelompokkan menjadi empat variabel yang dikenal sebagai "7 P": produk, harga, lokasi, promosi, karyawan, bukti fisik dan proses.<sup>5</sup> Promosi yang dijalankan oleh Koperasi Syariah Rizky Amanah Jaya Kepung Kabupaten Kediri yaitu membentuk bauran promosi. Menurut Philip Kotler bauran promosi terdiri dari tindakan perusahaan untuk mengkomunikasikan keunggulan produknya dan membujuk konsumen untuk membelinya. Bauran promosi meliputi *advertising*, *sales promotion*, *event and experiences*, *public relations and publicity*, *online and social media marketing*, *mobile marketing*, *personal selling*.<sup>6</sup>

**Tabel 1.1**  
**Data Koperasi Yang Ada**  
**di Kepung Kabupaten Kediri**

No	Nama Koperasi	Alamat
1	Koperasi Syariah Rizky Amanah Jaya Kepung Kabupaten Kediri	Dsn Sukabumi No.315 Kecamatan Kepung Kabupaten Kediri
2	Koperasi Pemasaran Kepung Jaya Makmur	Jl. Harinjing No. 30 Desa Kepung Kecamatan Kepung Kabupaten Kediri
3	Koperasi Serba Usaha Gendis Manis	Desa Kepung Kecamatan Kepung Kabupaten Kediri
4	Koperasi Syariah	Dusun Kencong Desa Kencong

<sup>5</sup> Catur E. Rismiati, *Pemasaran Barang dan Jasa* (Yogyakarta: kanisius, 2014), 243.

<sup>6</sup> Nurul Huda, dkk, *Pemasaran Syariah: Teori dan Aplikasi* (Jakarta: Kencana, 2017), 22-24.

	Sapu Jagad	Kecamatan Kepung Kabupaten Kediri
5	Koperasi Syariah Bagimu Negeri	Jl. PB. Sudirman No. 36 Kecamatan Kepung Kabupaten Kediri
6	Koperasi Pegawai Negeri Gunung	Jl. Juwah, RT. 02 RW.02 Kecamatan Kepung Kabupaten Kediri
7	Koperasi Gendis Manis	Dusun Krembangan Desa Kepung Kecamatan Kepung Kabupaten Kediri

Sumber: Hasil Observasi (1 November 2022).<sup>7</sup>

Berdasarkan data diatas terdapat 7 koperasi yang ada di Kecamatan Kepung Kabupaten Kediri. Terdapat 4 koperasi konvensional dan 3 koperasi Syariah. Penulis memilih membandingkan 3 koperasi Syariah, yaitu Koperasi Syariah Rizky Amanah Jaya Kepung Kabupaten Kediri, Koperasi Syariah Sapu Jagad, dan Koperasi Syariah Bagimu Negeri.

**Tabel 1.2.**  
**Data Perbandingan Lembaga Keuangan Mikro Syariah**  
**di Kepung Kabupaten Kediri**  
**Tahun 2022**

<b>Bauran Pemasaran</b>	<b>Koperasi Syariah Rizky Amanah Jaya</b>	<b>Koperasi Syariah Sapu Jagad</b>	<b>Koperasi Syariah Bagimu Negeri</b>
<i>Product</i>	1. Simpanan a. Amanah b. Arofah c. Pintar d. Risky	1. Simpanan a. Simudha b. Simpendik c. Sifitri d. SBS	1. Simpanan a. Wajib b. Karyawan c. Masa depan d. Hari tua

<sup>7</sup> Hasil Observasi (1 November 2022).

	e. Aqur f. Bahagia g. Berjangka 2. Pembiayaan a. <i>Mudharabah</i> b. <i>Murabahah</i> c. <i>Ijarah</i>	2. Pembiayaan a. <i>Murabahah</i> b. <i>Ijarah</i>	e. Sejahtera 2. Pembiayaan a. <i>Murabahah</i> b. <i>Qardh</i>
<i>Place</i>	Dusun Sukabumi Desa Siman Kecamatan Kepung Kabupaten Kediri	Dusun Kencong Desa Kencong Kecamatan Kepung Kabupaten Kediri	Dusun Kencong Barat Desa Kencong Kecamatan Kepung Kabupaten Kediri
<i>Price</i>	1. Simpanan wajib Rp 5.000,- 2. Simpanan pokok Rp 50.000,-	1. Simpanan wajib Rp 10.000,- 2. Simpanan pokok Rp 50.000,-	1. Simpanan wajib Rp 10.000,- 2. Simpanan pokok Rp 50.000,-
<i>Promotion</i>	1. Papan nama 2. Brosur 3. Sosial media koperasi 4. <i>Door to door</i> 5. Pemberian kalender 6. Kegiatan masyarakat	1. Papan nama 2. <i>Door to door</i> 3. Sosial media setiap karyawan	1. Papan nama 2. Brosur
<i>People</i>	5 karyawan	3 karyawan	3 karyawan
<i>Physical evidence</i>	1. Tempat di tengah-tengah lingkungan masyarakat 2. Ada di google maps 3. Parkiran luas 4. Ruangan bersih dan nyaman	1. Tempat di ditengahlingkung an masyarakat 2. Ada di google maps 3. Parkiran luas 4. Ruangan bersih dannyanaman	1. Tempat di ditengahlingkunga n masyarakat 2. Ada di google maps 3. Ruangan bersih dannyanaman
<i>Process</i>	Pelayanan yang baik, cepat, mudah, efesien dan efektif	Pelayanan yang baik, cepat, mudah, efesien dan efektif	Pelayanan yang baik, cepat, mudah, efesien dan efektif
Jumlah Anggota	227	186	225

Sumber data: Hasil observasi (8 November 2022).<sup>8</sup>

Berdasarkan data tabel di atas terlihat bahwa strategi promosi Koperasi Syariah Rizky Amanah Jaya Kepung Kabupaten Kediri lebih bervariasi dalam

<sup>8</sup> Hasil observasi (8 November 2022).

pemasaran produknya dan mampu menyesuaikan dengan keadaan saat ini serta meningkatkan jumlah anggotanya. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti Koperasi Syariah Rizky Amanah Jaya Kepung Kabupaten Kediri lebih detail.

**Tabel 1.3**  
**Data Jumlah Anggota**  
**Koperasi Syariah Rizky Amanah Jaya Kepung**  
**Kabupaten Kediri**  
**Pada Tahun 2022**

<b>Tahun</b>	<b>Simpanan</b>	<b>Pembiayaan</b>
2018	128	6
2019	144	9
2020	171	28
2021	196	44
2022	227	31

Sumber data: Koperasi Syariah Rizky Amanah Jaya Kepung Kabupaten Kediri<sup>9</sup>

Berdasarkan data tabel di atas, kita dapat melihat bahwa jumlah anggota simpanan terus bertambah dari tahun 2017 hingga tahun 2020. Namun, pada tahun 2021, jumlah anggota simpanan koperasi hanya bertambah sedikit. Hal ini disebabkan karena meluasnya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) selama pandemi *Corona Virus Disease 2019* (COVID-19). Kebijakan ini akan berdampak pada banyak orang yang tidak memprioritaskan menabung karena

<sup>9</sup> Wawancara Manajer Koperasi Syariah Rizky Amanah Jaya Kepung Kediri Bapak Sudirman pada tanggal 28 Desember 2022

kesulitan keuangan. Selain itu, sistem promosi di tempat secara otomatis ditangguhkan karena komunitas tidak diizinkan untuk membentuk asosiasi. Dengan demikian marketing hanya boleh menggunakan media sosial milik koperasi dan media sosial pribadi.

**Tabel 1.4.**  
**Data Produk Simpanan dan Pembiayaan**  
**Pada Koperasi Syariah Rizky Amanah Jaya Kepung Kabupaten**  
**Kediri Pada Tahun 2022**

<b>Simpanan</b>	<b>Jumlah Nasabah</b>	<b>Pembiayaan</b>	<b>Jumlah Nasabah</b>
Amanah	105	<i>Mudharabah</i>	8
Arofah	15	<i>Murabahah</i>	21
Pintar	14	<i>Ijarah</i>	2
Risky	12		
Aqur	5		
Bahagia	4		
Berjangka	72		

Sumber data: Koperasi Syariah Rizky Amanah Jaya Kepung Kabupaten Kediri 2022<sup>10</sup>

Data pada tabel di atas menunjukkan bahwa Produk Simpanan Koperasi Syariah Rizky Amanah Jaya Kepung Kabupaten Kediri memiliki jumlah anggota simpanan yang besar. Koperasi menawarkan berbagai pilihan simpanan untuk memenuhi kebutuhan anggota. Tabungan Amanah merupakan produk unggulan Koperasi Syariah Rizky Amanah Jaya Kepung Kabupaten Kediri. Tabungan Amanah merupakan simpanan dengan akad *Wadiah* yang menggunakan prinsip simpanan tanpa bagi hasil. Sehingga memiliki jumlah anggota simpanan terbanyak di antara simpanan lainnya, yaitu sebanyak 105

<sup>10</sup> Wawancara Manajer Koperasi Syariah Rizky Amanah Jaya Kepung Kediri Bapak Sudirman pada tanggal 28 Desember 2022

anggota pada tahun 2022. Hingga tahun ini, negara masih belum pulih dari pandemi, dengan semua lapisan masyarakat berusaha untuk pulih dari keterpurukan ekonomi pada tahun 2020.

Berdasarkan data yang ada, ketika pandemi melanda, produktivitas ekonomi secara keseluruhan akan menurun dan masyarakat bahkan membutuhkan bantuan pemerintah untuk segala macam masalah. Ini termasuk bantuan keuangan pada koperasi. Mengingat minat jumlah anggota simpanan tabungan semakin menurun. Peneliti ingin menyelidiki hal ini lebih lanjut. Strategi apa yang dilakukan Koperasi Syariah Rizky Amanah Jaya Kepung Kabupaten Kediri untuk meningkatkan minat anggota dalam menabung.

**Tabel 1.5**  
**Jumlah anggota simpanan Berdasarkan Bauran Promosi**  
**Koperasi Syariah Rizky Amanah Jaya Kepung Kabupaten**  
**Kediri Tahun 2018-2022**

<b>Bauran Promosi</b>	<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Anggota</b>	<b>Presentasi Jumlah Anggota</b>
Iklan	2018-2022	45	20 %
Penjualan Pribadi	2018-2022	68	30 %
Promosi Penjualan	2018-2022	91	40 %
Hubungan Masyarakat	2018-2022	23	10 %
Jumlah Keseluruhan Anggota		227	100 %

Sumber data : Koperasi Syariah Rizky Amanah Jaya Kepung Kabupaten Kediri<sup>11</sup>

Berdasarkan diagram diatas membuktikan bahwa kegiatan bauran promosi yang dilakukan oleh Koperasi Syariah Rizky Amanah Jaya Kepung

<sup>11</sup> Wawancara Manajer Koperasi Syariah Rizky Amanah Jaya Kepung Kediri Bapak Sudirman pada tanggal 14 Oktober 2023

Kabupaten Kediri memiliki peran masing-masing dalam meningkatkan jumlah anggota simpanan. Promosi periklanan berperan sebesar 20%, Promosi penjualan pribadi berperan sebesar 30%, Promosi penjualan berperan sebesar 40%, serta promosi hubungan masyarakat berperan sebesar 10% dalam meningkatkan jumlah anggota simpanan pada tahun 2018-2022.

Simpanan dari anggota tentunya dapat berperan penting dalam perkembangan koperasi. Sumber pendanaan dari bank dan lembaga keuangan lainnya disebut juga Dana Pihak Ketiga (DPK). Kajian Asri dan Suarjaya menunjukkan bahwa DPK memberikan dampak positif yang signifikan terhadap kinerja aset Lembaga Perkreditan Desa (LPD) di Kabupaten Gianyar.<sup>12</sup> Sementara itu, Giuliandi dan Mardiana mengatakan dana tabungan juga bisa mempengaruhi dana pihak ketiga. Salah satu sumber pendanaan perusahaan adalah tabungan atau dana simpanan.<sup>13</sup> Wijayanti mengatakan penelitian mereka mengungkapkan bahwa masyarakat perlu berkontribusi pada perbankan syariah. Ini akan dimulai dengan berinvestasi di bank syariah melalui produk tabungan, dan mengembangkan kegiatan seperti menawarkan manfaat produk lain kepada nasabah.<sup>14</sup>

Berdasarkan uraian survei di atas terlihat bahwa produk simpanan anggota memiliki peran yang sangat penting bagi lembaga keuangan. Tentu saja,

---

<sup>12</sup> Ni Nyoman Sri Asri dan Anak Agung Gede Suarjaya, "Pengaruh Dana Pihak Ketiga, Capital Adequacy Ratio, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas", *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7 (6), 2018: 25.

<sup>13</sup> Yandi Juliandi dan Elfreda Mardiana, "Pengaruh Tabungan Terhadap Peningkatan Dana Pihak Ketiga (DPK) Bank Pembangunan Daerah Kalimantan Timur Pada Tahun 2010–2012", *Ekonomia*, 4 (2), 2015: 179.

<sup>14</sup> Intan Manggala Wijayanti, "Peran Nasabah Dalam Perkembangan Perbankan Syariah", *Amwaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 3 (1), 2019: 70.

strategi yang baik harus digunakan untuk menghasilkan pengembalian publik atas simpanan di lembaga keuangan. Setiap lembaga keuangan perlu menyusun rencana atau strategi yang tepat untuk meningkatkan kinerja lembaga keuangan dan mencapai tujuannya.<sup>15</sup> Promosi umumnya dipahami sebagai bisnis yang ditujukan untuk meningkatkan penjualan, produktivitas, dan pendapatan perusahaan. Tujuan promosi adalah untuk menginformasikan kepada masyarakat umum tentang lokasi, manfaat, keunggulan, fitur, harga, dan bagaimana cara memperoleh produk tersebut.<sup>16</sup> Promosi dapat mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan produk bank dan lembaga keuangan lainnya. Berdasarkan penelitian Tajudin dan Mulazid, variabel promosi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan haji Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Depok.<sup>17</sup> Di sisi lain, Radinal dan Aryani menghipotesiskan pengaruh promosi terhadap peningkatan jumlah nasabah Bank Lampung juga baik. Dari sini dapat disimpulkan bahwa promosi yang dilakukan Bank Lampung efektif dalam meningkatkan jumlah nasabah.<sup>18</sup> Kaluku mengatakan penelitiannya menunjukkan bahwa pengujian variabel periklanan, promosi dan hubungan masyarakat tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Di sisi lain, temuan kami pada variabel penjualan pribadi dan pemasaran

---

<sup>15</sup> Hery, *Kajian Riset Akuntansi: Mengulas Berbagai Hasil Penelitian Terkini dalam Bidang Akuntansi dan Keuangan* (Jakarta: PT Grasindo, 2017), 2.

<sup>16</sup> Susatyo Herlambang, *Basic Marketing* (Yogyakarta: Gosyen Publishing, 2014), 58.

<sup>17</sup> Makhdaleva Hanura Tajudin dan Ade Sofyan Mulazid, "Pengaruh promosi, kepercayaan dan kesadaran merek terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan haji (mabrur) bank syariah mandiri kcp. sawangan kota Depok", *ISLAMICONOMIC: Jurnal Ekonomi Islam*, 8 (1), 2017: 33.

<sup>18</sup> Willy Radinal dan Mery Aryani, "Pengaruh Promosi Kredit Produktif Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Di PT Bank Lampung", *Analisis*, 11 (2), 2021: 160.

langsung berdampak lebih besar pada keputusan pembelian. Sedangkan *product, advertising, promotion, public relation, personal sales dan direct marketing* perlu diperkuat untuk meningkatkan keputusan pembelian di Bank Syariah Mandiri.<sup>19</sup>

Melalui beberapa studi di atas yang menyebutkan bahwa promosi dapat mempengaruhi jumlah keanggotaan, peneliti ingin meneliti Peran Bauran Promosi Koperasi Syariah Rizky Amanah Jaya Kepung Kabupaten Kediri yang telah menerapkan strategi promosi melalui produk Simpanan Amanah, sebagai salah satu produk unggulan dalam menghimpun dana pada Koperasi Syariah Rizky Amanah Jaya Kepung Kabupaten Kediri. Namun pada kenyataannya yang terjadi jumlah anggotanya mengalami penurunan.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti akan mengkaji lebih lanjut bauran promosi yang dilakukan oleh Koperasi Syariah Rizky Amanah Jaya Kepung Kabupaten Kediri untuk meningkatkan jumlah anggota simpanan dengan judul “Peran Bauran Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah anggota simpanan (Studi Pada Koperasi Syariah Rizky Amanah Jaya Kepung Kabupaten Kediri)”.

---

<sup>19</sup> Firliyanti Kaluku, Silvy L Mandey dan Djurwati Soepeno, “Analisis Bauran Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Unggulan Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Manado”, *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6 (2), 2018: 18.

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana bauran promosi simpanan di Koperasi Syariah Rizky Amanah Jaya Kepung Kabupaten Kediri?
2. Bagaimana peran bauran promosi dalam meningkatkan jumlah anggota simpanan di Koperasi Syariah Rizky Amanah Jaya Kepung Kabupaten Kediri?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui bauran promosi simpanan di Koperasi Syariah Rizky Amanah Jaya Kepung Kabupaten Kediri
2. Untuk mengetahui peran bauran promosi dalam meningkatkan jumlah anggota simpanan di Koperasi Syariah Rizky Amanah Jaya Kepung Kabupaten Kediri

## **D. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis Kami berharap penelitian ini dapat memberikan informasi kepada pembaca tentang peran bauran promosi dalam meningkatkan jumlah anggota simpanan Amanah Koperasi Syariah Rizky Amanah Jaya Kepung Kabupaten Kediri Kepung Kabupaten Kediri.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi Peneliti

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan wawasan dan pengetahuan bagi peneliti, meningkatkan kemampuan berpikir serta memberikan pengalaman yang bermanfaat bagi masa depan dunia kerja dan sosial.

### b. Untuk Lembaga Pendidikan

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan masukan dan referensi bagi Koperasi Syariah Rizky Amanah Jaya Kepung Kabupaten Kediri dalam menjalankan misinya. Selain itu, peningkatan efektivitas promosi untuk meningkatkan jumlah anggota simpanan juga akan dievaluasi.

### c. Untuk Akademisi

Kami berharap penelitian ini dapat digunakan di masa mendatang sebagai kontribusi bagi kemajuan ilmu pengetahuan dan sebagai bahan bacaan tambahan bagi peneliti selanjutnya di perpustakaan.

### d. Untuk masyarakat

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan pentingnya peran bauran promosi dalam meningkatkan jumlah anggota simpanan di Koperasi Syariah Rizky Amanah Jaya Kepung Kabupaten Kediri Kediri.

## E. Telaah Pustaka

Berikut adalah ringkasan literatur yang digunakan oleh penulis:

1. Strategi Promosi Produk Tabungan *Wadia Yad Dhamanah* Untuk Meningkatkan Kepesertaan Di KSP Al Ula Mitra Sejahtera Desa Nglawak Kertosono. Dwi Noviantari, mahasiswa IAIN Kediri, dalam hal pemasaran Syariah (2021).

Jenis penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kualitatif. Kesamaan antara penelitian sebelumnya dan saat ini adalah bahwa keduanya mengeksplorasi peran promosi dalam koperasi. Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah strategi promosi yang digunakan pada penelitian sebelumnya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan promosi intensif dan *word-of-mouth market entry* serta strategi *go-to-market* yang menggabungkan *advertising*, *personal selling*, *promotion*, *public relations* dan kegiatan promosi dapat membantu meningkatkan keanggotaan.<sup>20</sup>

2. Peran Promosi *Word Of Mouth* Dalam Meningkatkan Jumlah Tabungan Berkah (Studi Kasus Koperasi Syariah Serba Usaha Harum Daha Kediri) Oleh Rurin Nur'Aini (2020), mahasiswa IAIN Kediri.

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Kesamaan antara penelitian sebelumnya dan saat ini adalah bahwa keduanya mengeksplorasi peran bauran promosi dalam koperasi. Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian saat ini

---

<sup>20</sup> Dwi Noviantari, *Strategi Promosi Produk Simpanan Wadi"Ah Yad-Dhamanah Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota di KSP Al-Ula Mitra Sejahtera di Desa Nglawak, Kertosono dalam perspektif marketing Syariah*, Kediri: IAIN Kediri, 2021.

adalah penelitian sebelumnya berfokus pada promosi dari mulut ke mulut dalam meningkatkan jumlah simpanan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *promosi word of mouth* di Koperasi Syariah Serba Usaha Harum Daha Kediri berlangsung dalam dua tahap yaitu pra-memasuki lapangan dan di lapangan.<sup>21</sup>

3. Peran Promosi dalam Pertumbuhan Jumlah anggota simpanan KSU BMT Rahmat Syariah Semen Kediri, oleh mahasiswa IAIN Kediri Riska Siti Mikna'ah (2021).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi studi kasus. Kesamaan antara penelitian sebelumnya dan saat ini adalah bahwa keduanya mengeksplorasi peran bauran promosi dalam koperasi. Perbedaan antara penelitian sebelumnya dan saat ini adalah bahwa penelitian sebelumnya berfokus pada banyak komponen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kegiatan promosi yang dilakukan oleh KSU BMT Rahmat Syariah Semen Kediri terdiri dari penyebaran brosur, pengajian dan pertemuan dengan tokoh masyarakat setempat.<sup>22</sup>

4. Peran Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Home Industry Shuttlecock (Studi pada UD. Antariksa di Desa Sumengko Kecamatan Sukomoro Kabupaten Nganjuk), oleh Muklis Abdullah, mahasiswa IAIN Kediri (2021).

---

<sup>21</sup> Rurin Nur'Aini, *Peran Promosi Melalui Word Of Mouth Dalam Meningkatkan Jumlah Simpanan Berkah (Studi kasus pada Koperasi Syariah Serba Usaha Harum Dhaha Kediri)*, Kediri: IAIN Kediri, 2020.

<sup>22</sup> Riska Siti Mikna'ah, *Peranan Promosi dalam Meningkatkan jumlah anggota pada KSU BMT Rahmat Syariah Semen Kediri*, Kediri: IAIN Kediri, 2021.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Kesamaan antara penelitian sebelumnya dan saat ini adalah bahwa keduanya mengeksplorasi peran bauran pemasaran. Perbedaan antara penelitian sebelumnya dan saat ini adalah penelitian sebelumnya dilakukan di koperasi sedangkan penelitian sebelumnya dilakukan di industri. Dari hasil penelitian diketahui bahwa strategi promosi yang diterapkan meliputi penjualan langsung ke agen dan perantara, kegiatan penjualan bekerjasama dengan agen dan perantara, serta mengunggah dan menampilkan informasi produk di media sosial.<sup>23</sup>

- e. Peran Strategi Promosi Rumah Makan Chinese Food Barbar Cabang Joyoboyo Kediri Dalam Menarik Minat Konsumen Muslim oleh Auliyatin Mafula (2021) Mahasiswa IAIN Kediri.

Pendekatan penelitian kualitatif digunakan dalam penelitian ini. Kesamaan antara penelitian sebelumnya dan saat ini adalah bahwa keduanya mengeksplorasi peran bauran promosi. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah penelitian ini berfokus pada koperasi untuk menarik anggota, sedangkan penelitian sebelumnya berfokus pada restoran untuk menarik konsumen. Menurut hasil penelitian, strategi promosi dilakukan melalui pemasangan iklan di media sosial (*Facebook* dan *WhatsApp*), promosi penjualan, penyebaran brosur di toko, dan acara *Car Free Day* (CFD).<sup>24</sup>

---

<sup>23</sup> Muklis Abdullah, *Peran Strategi Promosi dalam Meningkatkan Volume Penjualan Home Industry Shuttlecock (Studi pada UD. Antariksa di Desa Sumengko Kecamatan Sukomoro Kabupaten Nganjuk)*, Kediri: IAIN Kediri, 2021.

<sup>24</sup> Auliyatin Mafula, *Peran Strategi Promosi Rumah Makan Chinese Food Barbar Cabang Joyoboyo Kediri Dalam Menarik Minat Konsumen Muslim*. Kediri: IAIN Kediri, 2021.