

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Dalam sejarah Islam institusi keuangan belum dikenal secara jelas. Namun prinsip-prinsip pinjam meminjam dan pertukaran sudah ada dan banyak terjadi pada zaman Nabi Muhammad SAW bahkan sebelumnya. Tidak dipungkiri bahwa kemajuan pembangunan ekonomi dan perdagangan, telah mempengaruhi lahirnya institusi yang berperan dalam lalu lintas keuangan. Lembaga keuangan telah berperan sangat besar dalam pengembangan dan pertumbuhan masyarakat industri modern. Lembaga keuangan merupakan tumpuan bagi para pengusaha untuk mendapatkan tambahan modalnya melalui mekanisme kredit dan menjadi tumpuan investasi melalui mekanisme *saving*<sup>1</sup> Lembaga *Baitul Maal* (rumah dana), merupakan lembaga bisnis dan sosial yang pertama dibangun oleh Nabi. Lembaga ini berfungsi sebagai tempat penyimpanan dana-dana umat yang dikumpulkan melalui lembaga *baitul maal* dan disalurkan untuk kepentingan umat.<sup>2</sup>

Didirikannya BMT menguntungkan dan membantu masyarakat untuk memenuhi perekonomian mereka dengan berdasarkan akad bagi hasil. Dalam mengenalkan produk dan jasanya BMT melakukan strategi yang dianggap tepat untuk mencapai tujuan yang diinginkan oleh lembaga tersebut. Pemasaran dapat dinyatakan berhasil apabila dapat memaksimalkan volume penjualan yang menguntungkan dalam jangka waktu panjang. Oleh karena itu anggota tersebut dipenuhi kebutuhan dalam rangka untuk memperpanjang usaha-usaha pemasaran yang telah dilakukan.<sup>3</sup> Pemasaran juga membahas segala masalah yang ada dalam perusahaan, bukan hanya mencakup jual beli. Kegiatan pemasaran yang bisa

---

<sup>1</sup> Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil* (Yogyakarta, UII Press, 2004), 51.

<sup>2</sup> Ibid.,56-57.

<sup>3</sup> Ibid.,209.

dilakukan sebuah perusahaan meliputi hal-hal seperti menyusun dan mengembangkan suatu produk yang dapat memuaskan kebutuhan konsumen, menetapkan apa yang diinginkan konsumen, serta menentukan *marketing mix*.<sup>4</sup> *Marketing mix* bisa diartikan sebagai kombinasi seperangkat alat pemasaran yang bersifat dapat dikendalikan oleh perusahaan sebagai bagian dalam upaya untuk mencapai tujuan pada pasar sasaran. Empat elemen perencanaan pemasaran menurut Jerome Mc. Carthy yang dikutip Kotler, yaitu *product, price, promotion dan place*, sering disebut *marketing mix* (bauran pemasaran) harus sungguh-sungguh mendapat perhatian agar fungsi pemasaran bisa mendapat *maximizing profit*.<sup>5</sup>

Strategi yaitu tindakan yang digunakan sebagai rencana ke depan untuk mencapai tujuan tertentu.<sup>6</sup> Kegiatan promosi dalam lembaga keuangan dilakukan dengan berusaha menawarkan produk dan jasa yang dimiliki baik secara langsung maupun tidak langsung. Sarana yang paling efektif untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya adalah dengan promosi.<sup>7</sup> Promosi merupakan cara perusahaan mempengaruhi dan merayu calon anggota, melalui pemakaian segala unsur acuan pemasaran.

Operasionalisasi lembaga keuangan sekarang ini kurang menjangkau usaha masyarakat menengah dan menengah ke bawah, sehingga dibutuhkan kehadiran BMT dan Koperasi Syariah di tengah-tengah masyarakat. Hal ini sebagai upaya untuk membantu masyarakat dalam menghadapi rentenir. BMT merupakan lembaga yang terdapat dalam lembaga keuangan mikro syariah. Bersamaan dengan pesatnya industri perbankan syariah, perkembangan BMT juga semakin meningkat.

---

<sup>4</sup> M. Manullang, *Pengantar Bisnis* (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2002), 208.

<sup>5</sup> Herry Sutanto, Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Pustaka Setia, 2013), 41.

<sup>6</sup> Sedarmayanti, *Manajemen Strategi* (Bandung: PT Refika Aditama, 2014), 2.

<sup>7</sup> M. Mursid, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Bumi Aksara, 2017), 169.

Kediri merupakan salah satu kota terbesar di Jawa Timur. Di Kota Kediri terbagi menjadi tiga kecamatan yaitu Kecamatan Kota, Kecamatan Pesantren, dan Kecamatan Mojoroto. Masing-masing kecamatan banyak berdiri lembaga-lembaga keuangan baik yang berprinsip syariah maupun tidak. Di Kecamatan Kota ada BMT UGT Sidogiri, BMT Beringharjo, Koperasi Syariah Al-Ittihad, Koperasi Syariah ABA. Untuk Kecamatan Pesantren ada 4 yaitu BMT Lantasin, BMT Rukun Abadi, Koperasi Syariah Amanah An-nuur, Koperasi Syariah Serba Usaha Trijaya. Sedangkan di Kecamatan Mojoroto ada Koperasi Syariah Serba Usaha Harum Dhaha.<sup>8</sup> Dari 9 koperasi syariah tersebut terpilih tiga tempat atas pertimbangan lama berdirinya yaitu selama minimal 13 tahun. Sehingga terpilih 3 koperasi syariah yang diambil dari setiap kecamatan yaitu BMT UGT Sidogiri, BMT Lantasin, dan KSSU Harum Dhaha.

Tabel 1.1  
Perbandingan BMT UGT Sidogiri KCP Kediri dengan KSSU Harum Dhaha Kediri dan BMT Lantasin Kediri

No.	Keterangan	BMT UGT Sidogiri KCP Kediri (Jl. Cendana No.53 Singonegaran Kota Kediri)	KSSU Harum Dhaha Kediri (Jl.Penanggung-an Mojoroto, Bandar Lor Kota Kediri)	BMT Lantasin Kediri (Jl. Pesantren VI No. 4, Pesantren, Kota Kediri)
1.	Produk	Simpanan Pembiayaan	Simpanan Pembiayaan	Simpanan Pembiayaan
2.	Promosi	Internet (website), brosur, media sosial (WhatsApp Group), memiliki layanan aplikasi <i>mobile</i> UGT Sidogiri, grebek pasar dan <i>personal selling</i>	Dari mulut ke mulut, website, media sosial	Radio, brosur, koran dan majalah.

<sup>8</sup> Dinas Koperasi dan UMKM Kota Kediri, <http://kedirikota.go.id>, diakses tanggal 10 Juni 2022.

3.	Place	Dibelakang pasar Pahing Kota Kediri	Di antara pertokoan Mitos Mojoroto Kota Kediri	Dekat dengan Pabrik Gula Pesantren Kota Kediri
4.	Price	Harga yang ditawarkan bervariasi dan bisa di nego	Harga yang ditawarkan bervariasi dan bisa di nego	Harga yang ditawarkan bervariasi dan bisa di nego
5.	Tahun Berdiri	13 Juni 2009	22 Juli 2009	1 November 2009

Sumber data: Data observasi.

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa dari strategi promosi yang dilakukan BMT UGT Sidogiri KCP Kediri cukup bervariasi yang bermaksud dalam mengenalkan lembaga keuangan mikro yang berbasis syariah kepada masyarakat. Selain itu, ada pula tujuan lain yakni untuk meningkatkan jumlah anggota pada BMT UGT Sidogiri KCP Kediri. Dalam memperkenalkan produk dan jasanya BMT UGT Sidogiri melakukan promosi dengan berbagai cara yaitu melalui internet (<http://bmtugtsidogiri.co.id>), sosial media (*whatsApp Group*), brosur, *mobile* UGT Sidogiri, *grebek pasar* dan *personal selling*.<sup>9</sup>

Sedangkan KSSU Harum Dhaha Kediri strateginya hanya dilakukan melalui *website*, sosial media, dan *word of mouth*. Untuk sosial media dari Harum Dhaha sekarang ini jarang digunakan, hanya digunakan untuk meng-*update* produk-produknya saja. Anggota dari Harum Dhaha juga tidak bisa melakukan transaksi *online* karena belum memiliki aplikasi *mobile banking*, sehingga anggota

<sup>9</sup> Wawancara dengan Bapak Saiful Bahri, pimpinan cabang BMT UGT Sidogiri KCP Kediri, Kediri 13 Februari 2020.

harus melakukan transaksi secara *offline*. Pada BMT Lantansir juga tidak memiliki layanan *mobile banking* sehingga masyarakat jika ingin melakukan transaksi harus datang langsung ke kantor BMT Lantansir. Promosi yang dilakukan hanya melalui radio, koran, majalah dan pembagian brosur.

Dalam pelayanannya BMT UGT Sidogiri KCP Kediri memberikan pelayanan jemput bola untuk langsung mendatangi setiap hari kerja para anggotanya untuk mengambil tabungan dan pembayaran angsuran. Pada saat pihak BMT UGT Sidogiri KCP Kediri jemput bola juga memberikan *personal selling* yang tidak dilakukan oleh lembaga lain. Selain itu anggota BMT UGT Sidogiri KCP Kediri juga bisa melakukan transaksi semisal pengambilan atau pembayaran di kantor kas BMT UGT Sidogiri di kota lain tanpa harus selalu di kota anggota tersebut pertama kali melakukan kerjasama. BMT UGT Sidogiri KCP Kediri juga mempunyai tempat yang mudah dijangkau masyarakat sebab berada diantara Kota maupun Kabupaten Kediri serta berada di belakang salah satu pasar terbesar di Kota Kediri yaitu Pasar Pahing, serta berlokasi di antara kawasan usaha dan selalu ramai orang berlalu-lalang. Anggota juga memilih BMT Sidogiri KCP Kediri karena mereka tidak perlu capek datang ke kantor, karena karyawan BMT UGT Sidogiri KCP Kediri setiap hari akan mendatangi para anggota atau anggota dapat melakukan transaksi secara *online*.<sup>10</sup> Dengan adanya kemudahan tersebut peluang peningkatan jumlah anggota pun terjadi. Di sisi lain anggota juga diuntungkan karena tidak perlu meninggalkan tempat usaha mereka.

Di sekitar Pasar Pahing tidak hanya BMT UGT Sidogiri KCP Kediri yang berdiri sebagai lembaga keuangan yang menawarkan produk dan jasa keuangan. Namun ada juga koperasi syariah lain yang berdiri di dekat Pasar Pahing yaitu BMT Beringharjo Cabang Kediri. Kedua lembaga ini dapat menjadi mitra bagi warga sekitar, pedagang di pasar, dan lain-lain untuk tambahan modal maupun

---

<sup>10</sup> Wawancara dengan Bapak Saiful Bahri, pimpinan cabang BMT UGT Sidogiri KCP Kediri, Kediri, 13 Februari 2020.

menyimpan dana. Berikut ini tabel perbandingan BMT UGT Sidogiri KCP Kediri dan BMT Beringharjo Cabang Kediri.

Tabel 1.2  
Perbandingan BMT UGT Sidogiri KCP Kediri dengan BMT Beringharjo Cabang Kediri

No.	Keterangan	BMT UGT Sidogiri KCP Kediri	BMT Beringharjo Cabang Kediri
1.	Produk	Simpanan dan Pembiayaan	Simpanan dan Pembiayaan
2.	Promosi	Website, brosur, media sosial, personal selling (Grebek Pasar), memiliki mobile UGT	Website, brosur, mendatangi anggota potensial, media sosial
3.	Cara transaksi	Jemput bola, online, datang ke kantor	Jemput bola dan datang ke kantor
4.	Jumlah Anggota	9608	8545

Sumber data: Data Observasi

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa dalam satu kecamatan yang kebetulan lokasi kantornya juga bersebelahan BMT UGT Sidogiri KCP Kediri dengan BMT Beringharjo Cabang Kediri bersaing cukup ketat. Untuk promosi dan cara bertransaksi memiliki sedikit perbedaan. Pada BMT UGT Sidogiri KCP Kediri dapat melakukan transaksi secara *online* karena memiliki aplikasi *mobile UGT*. Meskipun hanya sedikit memiliki perbedaan tetapi untuk jumlah anggota yang tertarik bertransaksi dengan lembaga keuangan tersebut lebih banyak di BMT UGT Sidogiri KCP Kediri. Karena kemudahan untuk bertransaksi secara *online* dapat dilakukan oleh anggota BMT UGT Sidogiri KCP Kediri. Anggota BMT UGT Sidogiri KCP Kediri juga dapat melakukan transaksi semisal pengambilan atau pembayaran di kantor kas BMT UGT Sidogiri yang berada di kota lain tanpa harus di kota atau kantor cabang pembantu anggota tersebut pertama kali melakukan kerjasama. Selain itu para karyawan BMT UGT Sidogiri KCP Kediri setiap hari selalu mendatangi para anggotanya agar bisa lebih dekat dengan mereka serta dapat mendengarkan apa keluhan yang dirasakan oleh para anggota. Sehingga untuk ke depannya dapat terus memperbaiki sistem operasionalnya. Sedangkan pada

BMT Beringharjo anggota yang dihampiri hanya anggota yang di anggap potensial, hal tersebut menjadikan minat masyarakat untuk bergabung menjadi kurang.

BMT UGT Sidogiri merupakan koperasi dengan sistem syariah yang mulai beroperasi pada tanggal 06 Juni 2000. BMT UGT Sidogiri memiliki 278 unit layanan BMT di kabupaten/kota yang dinilai potensial. Untuk di Kota/Kabupaten Kediri BMT UGT Sidogiri memiliki 4 unit layanan kantor cabang pembantu yaitu di Kota Kediri, Pare, Mojo, dan Wates.

Tabel 1.3  
Perbandingan BMT UGT Sidogiri KCP Kediri dengan KCP Pare, Mojo, dan Wates

No.	Keterangan	BMT UGT Sidogiri KCP Kediri	BMT UGT Sidogiri KCP Pare	BMT UGT Sidogiri KCP Mojo	BMT UGT Sidogiri KCP Wates
1	Promosi	<i>Personal selling</i> , brosur, media sosial, aplikasi <i>mobile</i> UGT, website	<i>Personal selling</i> , media sosial, brosur, aplikasi <i>mobile</i> UGT, website	<i>Personal selling</i> , brosur, media sosial, aplikasi <i>mobile</i> UGT, website	<i>Personal selling</i> , media sosial, brosur, aplikasi <i>mobile</i> UGT, website
2	Jumlah Anggota	9608	9019	8113	7380

Sumber data: Data Observasi

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa untuk strategi promosi yang dijalankan dari masing-masing BMT UGT Sidogiri yang berada di Kota maupun Kabupaten Kediri memiliki kesamaan. Tetapi untuk jumlah anggota yang tertarik dengan masing-masing BMT UGT Sidogiri cukup jauh berbeda. Meskipun di Kota Kediri lebih banyak berdiri lembaga keuangan baik yang berprinsip syariah maupun tidak dibandingkan dengan kantor cabang pembantu yang lain, rasa ketertarikan anggota tetap lebih banyak di BMT UGT Sidogiri KCP Kediri. Hal ini dikarenakan BMT UGT Sidogiri KCP Kediri sudah melayani beberapa pasar yang berada di wilayah Kota maupun Kabupaten Kediri diantaranya yaitu Pasar Pahing, Pasar Setone Betek, Pasar Pesantren, Pasar Banjaran, Pasar Kweden, Pasar

Gudang Garam, Pasar Bence, dan Pasar Grosir Ngronggo. Bahkan untuk sekarang-sekarang ini tanpa perlu karyawan mempromosikan tentang BMT UGT Sidogiri KCP Kediri, para calon anggota datang sendiri untuk mau bergabung menjadi anggota di BMT UGT Sidogiri KCP Kediri.

Tabel 1.4  
Jumlah Anggota BMT UGT Sidogiri KCP Kediri Sebelum dan Sesudah Ada Inovasi Strategi Promosi

Sebelum Inovasi Strategi Promosi				
Tahun	Jumlah Anggota	Jumlah Penambahan Anggota	Persentase Penambahan Anggota	Selisih Persentase Penambahan Anggota
2009	140	-	-	-
2010	223	83	59,2%	2,25%
2011	350	127	56,95%	-32,95%
2012	434	84	24%	

Sesudah Inovasi Strategi Promosi				
Tahun	Jumlah Anggota	Jumlah Penambahan Anggota	Persentase Penambahan Anggota	Selisih Persentase Penambahan Anggota
2013	503	69	15,89%	0,41%
2014	585	82	16,30%	0,79%
2015	685	100	17,09%	0,42%
2016	805	120	17,51%	0,5%
2017	950	145	18,01%	0,93%
2018	1130	180	18,94%	0,52%
2019	1350	220	19,46%	0,91%
2020	1625	275	20,37%	1,16%
2021	1975	350	21,53%	

Sumber: Data Hasil Observasi

Berdasarkan tabel sebelum inovasi strategi promosi pada kolom jumlah penambahan anggota menunjukkan bahwa pada tahun 2009-2010 penambahan



jumlah anggota sebanyak 83 orang dengan persentase penambahan anggota sebesar 59,2%. Tahun 2010-2011 penambahan jumlah anggota sebanyak 127 orang dengan persentase penambahan sebesar 56,95%. Selisih persentase penambahan anggota dari tahun 2010-2011 menurun sebesar 2,25%. Tahun 2011-2012 penambahan jumlah anggota sebanyak 84 anggota dengan persentase penambahan sebesar 24%. Selisih persentase penambahan anggota menurun sebesar -32,95%.

Pada tahun-tahun berikutnya selisih persentase menunjukkan peningkatan karena adanya inovasi strategi promosi yang dilakukan oleh BMT UGT Sidogiri KCP Kediri. Tahun 2013-2014 penambahan anggota sebanyak 82 anggota dengan persentase penambahan sebesar 16,30% dan selisih persentase persentase anggota meningkat sebanyak 0,41%. Tahun 2014-2015 jumlah penambahan anggota sebanyak 100 anggota dengan persentase penambahan sebesar 17,09% dan selisih persentase penambahan anggota meningkat sebanyak 0,79%. Tahun 2015-2016 penambahan anggota sebanyak 120 anggota dengan persentase penambahan sebesar 17,51% dan selisih persentase penambahan anggota meningkat sebanyak 0,42%. Tahun 2016-2017 penambahan anggota sebanyak 145 anggota dengan persentase penambahan anggota sebanyak 18,01% dan selisih persentase penambahan anggota meningkat sebesar 0,5%. Tahun 2017-2018 penambahan anggota sebanyak 180 anggota dengan persentase penambahan sebesar 18,94% dan selisih persentase penambahah anggota meningkat sebanyak 0,93%. Tahun 2018-2019 penambahan anggota sebanyak 220 anggota dengan persentase penambahan anggota sebanyak 19,46% dan selisih persentase penambahan anggota meningkat sebanyak 0,52%. Tahun 2019-2020 penambahan anggota sebanyak 275 anggota dengan persentase penambahan sebesar 20,37% dan selisih persentase penambahan anggota meningkat sebanyak 0,64%. Tahun 2020-2021 penambahan

anggota sebanyak 350 anggota dengan persentase penambahan sebanyak 21,53% dan selisih persentase penambahan anggota meningkat sebanyak 1,16%.<sup>11</sup>

Berdasarkan paparan konteks penelitian di atas, peneliti terdorong untuk melaksanakan sebuah penelitian dengan judul “PERAN STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN JUMLAH ANGGOTA (Studi Kasus BMT UGT Sidogiri Kantor Cabang Pembantu Kediri)”.

## **B. Fokus Penelitian**

Berlandaskan konteks penelitian yang sudah dipaparkan diatas, maka penulis merumuskan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi promosi di BMT UGT Sidogiri KCP Kediri?
2. Bagaimana peran strategi promosi dalam meningkatkan jumlah anggota di BMT UGT Sidogiri KCP Kediri?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berlandaskan paparan fokus penelitian, penelitian disusun bertujuan untuk:

1. Mengetahui strategi promosi dari BMT UGT Sidogiri di Kantor Cabang Pembantu Kediri
2. Mengetahui peran strategi promosi dalam meningkatkan jumlah anggota di BMT UGT Sidogiri Kantor Cabang Pembantu Kediri.

## **D. Kegunaan Penelitian**

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan pengetahuan pembaca tentang peran strategi promosi dalam meningkatkan jumlah anggota di BMT UGT Sidogiri KCP Kediri. Serta diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya, dan mampu menghasilkan penelitian yang lebih mendalam lagi.

---

<sup>11</sup> Wawancara dengan Bapak Nur Rohim, bagian *teller* BMT UGT Sidogiri KCP Kediri, Kediri, 11 Agustus 2021.

## 2. Kegunaan secara praktis

### a. Bagi peneliti

Diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan serta dapat menerapkan pengetahuan yang telah diperoleh peneliti mengenai peran strategi promosi dalam meningkatkan jumlah anggota di BMT UGT Sidogiri KCP Kediri.

### b. Bagi lembaga

Diharapkan bisa digunakan sebagai tambahan pengetahuan untuk menjaga atau mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelaksanaan strategi promosi, khususnya pada lembaga BMT UGT Sidogiri KCP Kediri.

## E. Telaah Pustaka

Berikut beberapa karya-karya yang mempunyai relevansi terkait penelitian yang akan diteliti yaitu:

1. Penelitian oleh Kukuh Rustirama dari IAIN Kediri, dengan skripsi yang berjudul “Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dan *Service Excellent* Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Di BMT UGT Sidogiri Cabang Kediri”. Dengan kesimpulan strategi pemasaran yang digunakan BMT UGT Sidogiri Cabang Kediri dalam meningkatkan jumlah anggota dengan menerapkan *service excellent* dan menggunakan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari 4P (*product, price, place, promotion*). Peran *service excellent* dalam meningkatkan jumlah anggota dengan *fast respon* kepada semua anggota ketika bertanya. Sedangkan peran dari *marketing mix* yaitu dengan memberikan berbagai macam produk yang bisa dipilih anggota sesuai dengan keinginan mereka, dalam penentuan harga sesuai kesepakatan bersama yang berdasarkan ketentuan produk yang diambil. Pemilihan lokasi yang strategis dipusat keramaian sehingga mudah untuk dicari oleh calon anggota. Promosi yang

dilakukan dengan jemput bola, mulut ke mulut, *door to door*, iklan.<sup>12</sup> Perbedaan judul di atas dengan penulis adalah fokus penelitian yang berbeda untuk penelitian terdahulu menganalisis strategi pemasarannya dengan *service excellent* dan bauran pemasaran. Untuk penelitian sekarang fokus menganalisis pada strategi promosi yang dijalankan. Sedangkan untuk persamaannya adalah objek penelitiannya yang sama-sama di BMT UGT Sidogiri KCP Kediri serta jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif.

2. Penelitian oleh Eli Sri Dyah Ika Nur Apriliani dari IAIN Kediri, dengan skripsi berjudul “Pengaruh Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Memilih Pembiayaan Murabahah Modal Usaha Barokah (Studi pada BMT UGT Sidogiri Cabang Pasar Pahing Kediri)”. Dengan kesimpulan berdasarkan uji signifikansi *R Square* yang telah dilakukan. Hasilnya, promosi dan lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pedagang di Pasar Pahing dalam memilih pembiayaan murabahah sebesar 0,794 atau 79,4%. Sehingga diperoleh hasil bahwa sebesar 79,4% keputusan pedagang dipengaruhi oleh variabel lokasi dan promosi, sedangkan sisanya 20,6% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti harga dan produk.<sup>13</sup> Persamaan dengan penelitian sekarang adalah objek penelitiannya yaitu di BMT UGT Sidogiri KCP Kediri. Perbedaan terletak pada jenis penelitiannya yaitu penelitian saat ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dan penelitian terdahulu menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Selain itu variabel yang diteliti berbeda, yaitu penulis membahas tentang peran strategi promosi dalam meningkatkan jumlah anggota sedangkan penelitian terdahulu membahas

---

<sup>12</sup> Kuku Rustirama, “*Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dan Service Excellent Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Di BMT UGT Sidogiri Cabang Kediri*” Skripsi (Kediri: IAIN Kediri, 2021).

<sup>13</sup> Eli Sri Dyah Ika Nur Apriliani, “*Pengaruh Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Memilih Pembiayaan Murabahah Modal Usaha Barokah Studi Pada BMT UGT Sidogiri Cabang Pasar Pahing Kediri*” Skripsi (Kediri: IAIN Kediri, 2019)

tentang pengaruh lokasi dan promosi terhadap keputusan memilih pembiayaan murabahah modal usaha barokah.

3. Penelitian oleh Dian Yuliani Istiningrum dari STAIN Kediri, dengan skripsi berjudul “Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Produk Modal Usaha Barokah (Studi pada BMT UGT Sidogiri Capem Mojo Kediri”. Dengan kesimpulan berdasarkan uji regresi sederhana menunjukkan 46,8% keputusan menjadi nasabah BMT UGT Sidogiri Capem Mojo Kediri dipengaruhi oleh promosi. Hal ini membuktikan bahwa promosi sangat efektif untuk mendorong umat muslim memutuskan untuk menjadi nasabah pada lembaga syariah. Sisanya adalah 53,2% yang dipengaruhi oleh variabel lain seperti kualitas pelayanan, citra lembaga, lokasi, produk, harga dan lain-lain<sup>14</sup>. Perbedaan terletak pada jenis penelitiannya yaitu penelitian saat ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dan penelitian terdahulu menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Selain itu variabel yang diteliti berbeda, yaitu penulis membahas tentang peran strategi promosi dalam meningkatkan jumlah anggota sedangkan penelitian terdahulu membahas tentang pengaruh promosi terhadap keputusan menjadi nasabah modal usaha barokah. Untuk objek penelitiannya hanya berbeda kantor cabang pembantu. Penelitian sekarang pada BMT UGT Sidogiri KCP Kediri, sedangkan penelitian terdahulu pada BMT UGT Sidogiri Capem Mojo.
4. Penelitian oleh Sriani Uswatun Hasanah dari IAIN Kediri, dengan skripsi yang berjudul “Peranan *Service Excellent* Terhadap Loyalitas Anggota Di BMT UGT Sidogiri Cabang Kediri”. Dengan kesimpulan pelaksanaan *service excellent* di BMT UGT Sidogiri Cabang Kediri masuk dalam kategori cukup. Bentuk pelayanan yang diberikan mampu membuat anggota merasa puas dan nyaman selama berada di Koperasi BMT UGT Sidogiri Cabang Kediri, selain itu

---

<sup>14</sup> Dian Yuliana Istiningrum, “Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Produk Modal Usaha Barokah di BMT UGT Sidogiri Capem Mojo Kediri” Skripsi (Kediri: STAIN Kediri, 2017)

pelayanan yang diberikan juga mampu melebihi harapan anggota.<sup>15</sup> Perbedaan judul di atas dengan penulis adalah fokus penelitian yang berbeda untuk penelitian terdahulu menganalisis peranan *service excellent* terhadap loyalitas anggota. Untuk penelitian sekarang fokus pada menganalisis strategi promosi yang dijalankan dalam meningkatkan jumlah anggota. Sedangkan untuk persamaannya adalah objek penelitiannya yang sama-sama di BMT UGT Sidogiri KCP Kediri serta jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif.

5. Penelitian oleh Moh. Bahrul Ulum dari STAIN Kediri, dengan skripsi berjudul “Peranan Strategi *Marketing Mix* Terhadap Jumlah Pengguna Jasa Travel Umroh Di Yayasan Sobru Jamil Kepung Kab. Kediri”. Dengan kesimpulan bahwa dalam praktiknya Yayasan Sobru Jamil menggunakan strategi *marketing mix* dan sangat berperan terhadap peningkatan jumlah pengguna jasa travel umrah yang meningkat dari tahun ke tahun.<sup>16</sup> Perbedaannya pada lokasi penelitian di BMT UGT Sidogiri, untuk penelitian terdahulu di Yayasan Sobru Jamil Kepung Kediri. Selain itu penelitian yang sekarang membahas tentang strategi promosi dalam sebuah lembaga keuangan dan peneliti terdahulu tentang peran strategi bauran pemasaran terhadap banyaknya pemakai jasa pada perusahaan tersebut. Untuk persamaannya sama-sama menggunakan jenis penelitian kualitatif.

## BAB II

---

<sup>15</sup> Sriani Uswatun Hasanah, “Peranan *Service Excellent* Terhadap Loyalitas Anggota di BMT UGT Sidogiri Cabang Kediri” Skripsi (Kediri: IAIM Kediri, 2018).

<sup>16</sup> Moh. Bahrul Ulum, “Peranan Strategi *Marketing Mix* Terhadap Jumlah Pengguna Jasa Travel Umroh di Yayasan Sobru Jamil Kepung Kab. Kediri” Skripsi (Kediri: STAIN Kediri, 2015).