

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### A. Gambarang Obyek Penelitian

#### 1. Sejarah berdirinya KSPPS Yaummi Maziyah Assaadah

Koperasi simpan pinjam pembiayaan syariah (KSPPS) adalah koperasi yang kegiatan usahanya meliputi simpanan, pinjaman dan pembiayaan sesuai prinsip syariah, termasuk mengelola zakat, infaq, sodakoh, dan wakaf sebagai bagian dari kegiatan koperasi yang bersangkutan.<sup>87</sup>

Di era semangat keislaman yang sedang berkibar, pada tahun 1990an penggerak dakwah dikalangan mahasiswa mulai menggeliat dan tumbuh gerakan ekonomi syariah, diantaranya ada Ridlo Gusti di Jakarta dan Teknosa ITB Bandung. Muhammad Jadmiko meneliti Teknosa ITB Bandung, dengan hasil “wah luar biasa”, manajer-manajer lembaga keuangan syariahnya sudah bermercy ria, dengan bisnis sampai ke pengeboran minyak. Dan konon beberapa tahun kemudian mereka bangkrut.<sup>88</sup>

Pencarian berlanjut dan bertemu dengan BINAMA di Semarang, pengelola-pengelola utamanya adalah orang tawadlu'. Ada beberapa orang yaitu diantaranya Bapak Kartiko, Bapak Basuki dan Ibu Nurhayati, semuanya adalah aparat BINAMA. Pada bulan November 1994 sedang merekrut untuk pelatihan BMT bekerjasama dengan Dompot Dhuafa Republika, dan jadilah pelatihan angkatan kedua yang dimonitori oleh Bapak Ery Sudewo dan Bapak Jamil Azzaini, sebagai pelatihan BMT terheboh dan akhirnya mewujudkan Forum Ekonomi Syariah (FES). Dan hanya rentang waktu satu bulan setelah pelatihan, Bapak Muhammad Jatmiko Ch menetapkan BMT dengan nama Koperasi Karyawan BMT Yaummi dengan dibantu beberapa ustadzah TPA (Taman Pendidikan Al-Qur'an) Yaummi dan beberapa tenaga profesional, dan dari forum-forum ekonomi syariah menetas juga BMT-BMT yang sekarang cukup bisa dibanggakan BMT Beringharjo di jogja,

---

<sup>87</sup> Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia, “Peraturan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia”, No 16/per/M.KUKM/IX/2015, tentang pelaksanaan kegiatan usaha sipmpan pinjam dan pembiayaan syariah oleh koperasi, Pasal 1 Ayat 1, [www.depkop.go.id](http://www.depkop.go.id), diakses pada Kamis, 18 maret 2021

<sup>88</sup> Dokumentasi, Profil KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah, pada hari Kamis, 3 November 2022, pukul 13.20 WIB.

BMT Binamas di purworejo, BMT Bima di muntilan dan juga BMT Yaummi Fatimah di pati.<sup>89</sup>

Seiring berjalanya waktu, semangat ekonomi syariah semakin menyala maka jadilah BMT Yummi menjadi tempat study banding, tempat magang dan pelatihan. Sampai sekitar tahun 2000an, puluhan BMT menetas di pulau jawa bahkan sampai di lampung. Ketika merasa tidak kondusif untuk sekedar menjadi ajang belajar, maka sejak tahun 2000an BMT Yaummi menutup diri seagai tempat belajar dan mulai menjadi BMT Kerja, dengan meluasnya keanggotaan maka badan hukum pun dirubah menjadi Koperasi Pesantren-Kopontren BMT Yaummi dengan visi pokok sebagai berikut :

- a. Membuktikan bahwa syari'at islam bisa dibumikan
- b. Mencari keuntungan untuk penyimpanan dana, pemodal (khususnya anggota koperasi), karyawan atau pelaksana

Kemudian diadakan perintisan pembukaan BMT-BMT di jaringan Lembaga Pendidikan Bina Anak soleh (BIAS) pada tahun 2010 dengan andil modal 50% dengan mendidik dan melatih calon karyawan dan mengendalikan manajemen. Berdirilah BMT-BMT di jaringan BIAS dengan nama seragam BMT Bina Martabat Insani (BMT BMI) di Tegal, Cilacap, Gombong, Magelang dan Klaten dengan badan hukum masing-masing daerah. Seiring waktu berjalan pada tahun januari 2012 seluruh jaringan BMT disatukan dalam badan hukum Koperasi Jasa Keuangan Syari'ah tingkat provinsi jawa tengah pada tahun 2012.

Penyatuan Badan Hukum dan penyatuan kegiatan usaha sudah berhasil dilaksanakan, maka sekarang dengan anggota sekitar 750 orang di jawa tengah, BMT Yaummi Fatimah siap mengembangkan sayap diseluruh kota di jawa tengah, dan sekarang sudah berkibar bendera BMT Yaummi di Klaten, Magelang, Gombong, Cilacap, Tegal, dan di Pati sendiri sebagai pusat kegiatannya dengan 13 cabang di kecamatan-kecamatan. Seiring dengan perkembangan zaman dan kemajuan teknologi, KJKS BMT Yaummi juga terus bebrbenah diri, selain mengembangkan cabang di kota lain seperti Kudus dan Rembang juga menyusul daerah-daerah di jawa tengah lainnya.<sup>90</sup>

---

<sup>89</sup> Dokumentasi, Profil KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah, pada hari Kamis, 3 November 2022, pukul 13.20 WIB.

<sup>90</sup> Dokumentasi, Profil KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah, pada hari Kamis, 3 November 2022, pukul 13.20 WIB.

Sejarah pergantian nama BMT Yaummi Fatimah menjadi BMT Yaummi Maziyah Assa'adah karena koperasi tidak ingin BMT yang setingkat dengan pemerintah ini dikuasai oleh kaum nasionalis. BMT identik dengan kata koperasi. Terdapat beberapa pihak dinas sector dimana jasa yang tidak menginginkan adanya BMT, dimana BMT ini bersangkutan langsung dengan asosiasi nasional. Dari pihak eksekuler tidak mengharapakan karena merasa nama simpan pinjam, dan sekarang disebut Koperasi Simpan Pinjam (KPPS). Lalu BMT berjanji akan memiliki nama Arab yaitu BMT Yaummi Maziyah Assa'adah yang artinya bahagia, berseri-seri dan menguntungkan.

BMT Yaummi Fatimah terinspirasi dari putri bungsu Rasulullah SAW yang bernama Siti Fatimah Az-Zahra. Didalam islam arti nama tersebut ialah gadis yang lembut hatinya dan selalu berseri-seri. Kemudian nama Yaummi Fatimah diganti dengan nama Maziyah Assa'adah yang artinya hampir mirip dengan nama Fatimah, yaitu artinya anak perempuan yang berseri-seri. Yaummi artinya yaitu wahai ibu.<sup>91</sup>

## **2. Data perusahaan dan Aspek Hukum KSPPS Yaummi Maziyah Assaadah**

Nama : KSPPS Yaummi Maziyah Assaadah  
 Kantor Pusat : Jl. KH. Ah.Dahlan 23B Pati  
 Tanggal Berdiri : 31 Oktober 1997  
 No.Badan Hukum : 13416/BH/KWK.II/X/1997  
 SK PAD : 02/PAD/XIV/II/2012  
 Email : [yaummifatimah@gmail.com](mailto:yaummifatimah@gmail.com)  
 No.Telpon : (0295)384866

## **3. Visi, Misi, dan Tujuan KSPPS Yaummi Maziyah Assadah**

### **a. Visi**

Menjadi Lembaga keuangan yang mengedepankan profit dengan berdasarkan syari'ah

### **b. Misi**

- 1) Mengedepankan dan membudayakan transaksi ekonomi sesuai dengan nilai-nilai syaria'ah
- 2) Menjunjung tinggi akhlaqul karimah dalam mengelola amanah ummat
- 3) Mengutamakan kepuasan dalam melayani anggota

---

<sup>91</sup> Dokumentasi, Profil KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah, pada hari Kamis, 3 November 2022, pukul 13.20 WIB.

- 4) Menjadikan KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah tumbuh berkembang secara sehat dengan tolok ukur kewajaran Lembaga keuangan pada umumnya
- 5) Meningkatkan kesejahteraan anggota dan melakukan pembinaan kaun dhuafa

c. Tujuan

Meningkatkan kesejahteraan anggota dan mengelola dengan mengedepankan nilai-nilai syaria'ah, menjunjung tinggi akhlaqul karimah serta mengutamakan kepuasan anggota<sup>92</sup>

#### 4. Struktur Organisasi KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah

a. Dewan Pengawas Syariah (DPS)

Ketua DPS : KH. Abdul Wahid Hasyim

Anggota DPS : Ustadz Suparman, M.pd

Ustadz Muh. Immanudin, Lc

Pengawas : H. Budi Santoso, S.sos

Wiji Mulyono, S.pd

Haji Suroto

b. Pengurus Pusat

Ketua : Akhyar, M.E

Wakil Ketua I : Ahmad Majuri, M.E

Wakil Ketua II : H. Kartono

Sekretaris : Dwi Setyaningrum, S.sos

Bendahara : Sri Wahyuni, S.sos

c. Pengurus Kantor Cabang Kudus

Kepala Cabang : Muhammad Zaenal Arifin

Administrasi : Musyarokah

Marketing : Dewi Fatmawati

Ahmad Chusoiri

Teller : Dea Amalia

#### 5. Diskripsi Tugas

a. Ketua Pengurus

- 1) Bertanggung jawab atas perencanaan anggaran pendapatan dan belanja serta bertanggung jawab atas pekerjaan yang dilakukan selama 1 tahun dalam RAT (Rapat Anggota Tahunan).
- 2) Menandatangani surat pengangkutan dan surat penting lainnya yang bersangkutan dengan kontrak kerja sama dan surat keputusan undang-undang guna kepentingan organisasi koperasi bersamaan dengan sekretaris.

---

<sup>92</sup> Dokumentasi, Profil KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah, pada hari Kamis, 3 November 2022, pukul 13.20 WIB.

- 3) Menandatangani laporan keuangan dan bukti lain yang bersangkutan dengan jalanya mekanisme operasional organisasi koperasi bersamaan dengan bendahara.<sup>93</sup>
- b. Sekretaris
- 1) Mengatur adanya surat masuk dan surat keluar yang menyangkut dengan keberlanjutan organisasi.
  - 2) Mengarsipkan dokumen yang bersangkutan dengan data perkembangan organisasi termasuk dokumen keanggotaan, pengembangan usaha dan pelaksanaan rencana kerja.
  - 3) Bertindak Bersama ketua dalam melakukan mitra kerjasama pada pihak ketiga atas nama organisasi.<sup>94</sup>
- c. Bendahara
- 1) Mematuhi tanggung jawab dan kewajiban yang disepakati Ketika rapat anggota untuk mengatur dan menyimpan asset organisasi berupa set keuangan.
  - 2) Mengeluarkan serangkaian dana untuk kepentingan organisasi, usaha dan operasional sesuai dengan kebutuhan anggaran yang telah ditentukan.
  - 3) Menandatangani laporan keuangan organisasi beserta perkembangan dan peredaran arus kas organisasi.
- d. Dewan Pengawas Syariah
- 1) Memberikan ketetapan hukum berupa fatwa yang dilakukan untuk setiap kegiatan usaha operasional organisasi.
  - 2) Memberikan nasehat dan bimbingan kepada seluruh manajemen organisasi tentang pengalaman dan keterampilan sehingga mereka semua tidak akan dapat meninggalkan sistem hukum Syariah disetiap gerak operasionalnya.
  - 3) Menghindari pemborosan bahan, waktu dan tenaga guna mencapai efisiensi perusahaan.
  - 4) Mengevaluasi pekerjaan sesuai dengan rencana yang telah disepakati sebelumnya.
  - 5)
  - 6) Pencegahan terhadap penipuan anggota manajemen organisasi.
  - 7) Melakukan tata tertib pada administrasi umum.

---

<sup>93</sup> Dokumentasi, Profil KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah, pada hari Kamis, 3 November 2022, pukul 13.20 WIB.

<sup>94</sup> Dokumentasi, Profil KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah, pada hari Kamis, 3 November 2022, pukul 13.20 WIB.

- e. Manajemen umum
  - 1) Kewenangan : Memimpin jalanya mekanisme organisasi agar senantiasa konsisten dengan tujuan dan kebijakan umum yang ditetapkan oleh manajemen.
  - 2) Tugas : Membuat rumusan rencana kerja regular, membuat rumusan kebijakan berdasarkan kebijakan umum yang harus disetujui oleh manajemen. Serta memimpin dan membimbing kegiatan yang dilakukan oleh karyawan dengan membuat laporan secara berkala kepada manajemen.<sup>95</sup>
- f. Manajer Pembiayaan
  - 1) Kewenangan : Melakukan pelayanan dan pembinaan kepada anggota agar pembiayaan dana yang diberikan perusahaan tidak mengalami pembiayaan macet.
  - 2) Tugas : Merumuskan rencana pembiayaan, memasukkan saran dan melakukan wawancara analisis pembiayaan , analisis proposal pembiayaan anggota, menyerahkan persetujuan pembiayaan kepada manajer umum, melakukan pengelolaan administrasi pembiayaan, memberikan bimbingan kepada anggota, dan melaporkan kemajuan perkembangan pembiayaan.
- g. Manajer Simpanan
  - 1) Kewenangan : Melaksanakan kegiatan seperti menghimpun dana dari anggota dan menghimpun dana dari berbagai sumber untuk memperbesar modal KSPPS.
  - 2) Tugas : Menyiapkan rencana pengarah simpanan, merencanakan produk tabungan, menganalisis atau simpanan, mengembangkan SDM anggota, serta melaporkan kemajuan perkembangan simpanan.
- h. Kepala Cabang
  - 1) Kewenangan : Memimpin jalanya organisasi cabang sesuai dengan tujuan dan kebijakan umum yang telah dirumuskan oleh direksi dan manajer umum.
  - 2) Tugas : Membuat rencana kerja secara berkala, memimpin dan membimbing kegiatan yang dilakukan karyawan di kantor cabang, dan melaporkan kegiatan secara berkala kepada manajer umum.

---

<sup>95</sup> Dokumentasi, Profil KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah, pada hari Kamis, 3 November 2022, pukul 13.20 WIB.

- i. Pemasaran atau Marketing
  - 1) Mengumpulkan nasabah dan anggota dengan menggunakan bauran promosi pembiayaan KSPPS.
  - 2) Melakukan penagihan terhadap nasabah atau anggota yang memanfaatkan pembiayaan dari KSPPS.
  - 3) Memantau dan mempromosikan penggunaan dana pembiayaan yang diberikan kepada anggota.<sup>96</sup>
- j. Teller
  - 1) Bertindak sebagai penerima dan pembayaran.
  - 2) Mengumpulkan dan menghitung uang serta membuat kuitansi.
  - 3) Melakukan pembayaran sesuai dengan jadwal dari perintah manajer.
  - 4) Melayani transaksi setoran dan penarikan.
  - 5) Membuat buku kas harian.
  - 6) Menghitung uang kas pada awal dan akhir jam kerja.<sup>97</sup>

## 6. Tata Kelola Perusahaan

### a. Kode Etik

Dijelaskan dalam cara kajian mempelajari Al-Qur'an pada setiap minggu dan diamalkan dalam kehidupan sehari-hari.

### b. Keyakinan Inti (*Core Beliefs*) 4 H:

Keyakinan Bersama yaitu keyakinan organisasi dan individu untuk meyakinkan dan mendorong seseorang dalam upaya mewujudkan visi-misi Lembaga organisasi, sebagai berikut :

- 1) *Ishlahi*, adalah keyakinan bahwa keunggulan pelayanan prima hanya dapat diperoleh jika kita melakukan perbaikan (*inovasi*) di semua hal.
- 2) *Falahh*, adalah keyakinan bahwa cita-cita hidup kita adalah rasa Bahagia yang abadi seperti rasa Bahagia dunia akhirat.
- 3) *Jamaah*, adalah keyakinan bahwa dengan kebersamaan yang dilakukan dengan integrasi tinggi dapat melahirkan Langkah besar pada cita-cita pribadi, keluarga, dan Lembaga.
- 4) *Mujahadah*, adalah keyakinan bahwa tidak ada tujuan besar tanpa usaha yang sungguh-sungguh.

---

<sup>96</sup> Dokumentasi, Profil KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah, pada hari Kamis, 3 November 2022, pukul 13.20 WIB.

<sup>97</sup> Dokumentasi, Profil KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah, pada hari Kamis, 3 November 2022, pukul 13.20 WIB.

c. Nilai dasar (*Core Values*) 5 H:

- 1) *Ibadah*, pelayanan yang kami berikan semuanya akan dipertanggungjawabkan dihadapan Allah SWT.
- 2) *Fathonah*, berusaha bersikap jujur dan transparan, terus berusaha meningkatkan kemampuan diri (*Lierning Society*) dan berusaha melakukan pengembangan SDM pada diri sendiri.
- 3) *Tabligh*, konsisten berkomunikasi dengan pelanggan, karyawan dan pemangku kepentingan lainnya untuk meningkatkan pemahaman dan kepercayaan dalam organisasi.
- 4) *Amanah*, integritas, akuntabilitas dan tanggung jawab dalam menyelesaikan pekerjaan dengan efektif dan efisien.
- 5) *Maslahah*, konsisten untuk mengutamakan kemaslahatan dan meminimalisir adanya kemadhorotan dalam setiap pengambilan keputusan.<sup>98</sup>

## 7. Produk KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Kudus

### a. Simpanan

Sebagai lembaga tamwil, KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah memobilisasi dana produktif anggota dengan membuka produk simpanan anggota yang mudah dan menarik yaitu :

#### 1) Si Relu (Simpana Suka Relu Lancar)

Si Relu merupakan Simpanan yang disetor dan dapat di ambil sewaktu-waktu dengan menggunakan akad wadi'ah yadhomanah. Keuntungan menggunakan Si Relu yaitu simpanan aman dan transparan, bebas riba, transaksi mudah dan sesuai syaria'ah, mendapat keuntungan yang menarik setiap bulan. Setoran awal pada simpanan ini minimal Rp .10.000 kemudian untuk setoran berikutnya minimal Rp.5.000. Persyaratannya sangat mudah hanya dengan menyiapkan foto copy kartu identitas seperti KTP atau SIM.

#### 2) Sidik Amal (Simpanan Pendidikan Amanah dan Leluasa)

Sidik Amal merupakan Pendidikan yang terencana untuk persiapan biaya pendidikan putra putri tercinta dimana setoran awal minimal Rp. 25.000 dan kelipatan jangka waktu 3 sampai dengan 6 tahun, untuk penarikan dapat dilakukan pada saat jatuh tempo sesuai dengan

---

<sup>98</sup> Dokumentasi, Profil KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah, pada hari Kamis, 3 November 2022, pukul 13.20 WIB.



jangka waktu simpanan. simpanan ini menggunakan akad wadi'ah yadlomanah yang memiliki keunggulan sebagai berikut mendapatkan keuntungan setiap bulan, bebas biaya administrasi dan mendapat hadiah paket belajar setiap bulan juli.

3) Si Mapan (Simpanan Masa Depan)

Si Mapan merupakan simpanan yang terencana yang di program dalam jangka waktu terserah penyimpan. Dengan ketentuan mulai dari jangka waktu 3 bulan setoran minimal Rp.50.000 per bulan dan mulai dari jangka waktu 6 bulan setoran minimal Rp.25.000 per bulan. Simpanan ini menggunakan akad wadi'ah yadlomanah.

4) Simwapres (Simpanan Siswa Berprestasi)

Simwapres merupakan simpanan yang di desain khusus untuk pelajar yang dimana setoran awal minimal Rp.10.000 dan setoran selanjutnya minimal Rp.5.000. Waktu penyetoran bebas tergantung keinginan pelajar namun penarikan hanya bisa dilakukan di bulan juni dan desember. Keuntungan simpanan ini yaitu mendapatkan hadiah setiap bulan juli dan januari, mendapat bagian keuntungan setiap bulanya.<sup>99</sup>

5) Si Suka (Simpanan Suka Rela Berjangka)

Si Suka merupakan simpanan berupa investasi tepat sesuai syariat dengan keuntungan berlipat dengan akad Mudharabah Muqoyyadah memberikan keuntungan bagi hasil dengan nisbah lebih besar dari simpanan yang lain. Proporsi nisbah bahi hasil penyimpanan ini 50:50 untuk jangka waktu 3 bulan dan untuk jangka waktu 6 bulan nisbah menjadi 65:35. Simpanan ini bebas dari biaya administrasi dan digunakan sebagai agunan pembiayaan.

6) Si Haji (Wujudkan Niatan Hati Menuju Tanah Suci)

Si Haji merupakan simpanan untuk membantu pelaksanaan ibadah haji atau umroh dengan akad wadi'ah yadlomanah. Ketentuan simpanan minimal setoran awal Rp.100.00 kemudian setoran selanjutnya juga minimal 100.000 dan penarikan hanya untuk kebutuhan keberangkatan haji atau umroh namun bila ada udzur syar'i simpanan ini boleh diambil kapan saja. Keuntungan yang didapatkan apabila menyimpan yaitu kemudahan

---

<sup>99</sup> Dokumentasi, Profil KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah, pada hari Kamis, 3 November 2022, pukul 13.20 WIB.

melakukan setoran sewaktu-waktu, mendapat keuntungan setiap bulanya, mudah memantau perkembangan dana setiap bulanya dan jangka waktu setoran tergantung keinginan.

7) Si Qurban

Mudahnya berqurban di KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah hanya dengan mengikuti simpanan qurban. Ketentuannya yaitu dengan melakukan setoran awal minimal Rp.25.000 dan setoran selanjutnya juga Rp.25.000 jangka waktu bisa memilih 1 tahun atau lebih, dan mendapat manfaat setiap bulan.<sup>100</sup>

8) Arisan Wisata Ukhuwah

Solusi tepat untuk merencanakan liburan Bersama dengan keluarga. Setoran per bulan Rp. 50.000 atau 100.000 dengan jangka waktu 36 bulan . Pencairan arisan utuh pada akhir periode atau bulan yang ke 36. Keuntungan Arisan Ukhuwah akan mendapatkan souvenir cantik dan mendapat hadiah wisata pada pertengahan periode atau bulan yang ke 18.

b. Pembiayaan

Selain produk simpanan KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah juga menyalurkan dana produktif kepada anggota dalam bentuk pembiayaan melalui jalinan Kerjasama usaha atau jual beli dengan sistem :

1) Mudharabah (Bagi Hasil)

Mudharabah adalah pembiayaan modal kerja dimana dana sepenuhnya dari KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah, sedangkan calon anggota menyediakan usaha dan manajemennya. Hasil keuntungan akan dibagikan sesuai kesepakatan Bersama berdasarkan ketentuan hasil.

2) Musyarakah (Penyertaan)

Musyarakah merupakan pembiayaan berupa Sebagian modal yang diberikan kepada anggota dari modal keseluruhannya. Masing-masing pihak bekerja dan memiliki hak untuk turut serta mewakili atau menggugurkan hak-haknya dalam manajemen usaha tersebut. Keuntungan dari usaha ini akan dibagi menurut proporsi penyertaan modal atau sesuai kesepakatan Bersama.

---

<sup>100</sup> Dokumentasi, Profil KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah, pada hari Kamis, 3 November 2022, pukul 13.20 WIB.

## 3) Murabahah

Murabahah adalah pembiayaan dengan system jual beli yang dilakukan secara angsuran terhadap pembelian suatu barang. Jumlah kewajiban yang harus dibayar oleh pengguna jasa sebesar jumlah harga barang dan keuntungan yang telah disepakati.<sup>101</sup>

## c. Pelayanan

Di samping produk Simpanan dan Pembiayaan, KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah juga melayani sebagai berikut :

- 1) Penjualan tiket pesawat murah atau khusus harga promo  
Menawarkan tiket pesawat paling praktis di seluruh dunia. Pembayaran datang langsung ke kantor KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah yang ada di seluruh Jawa Tengah.
- 2) Terima kiriman uang dari seluruh dunia.  
Menawarkan layanan dengan mengirimkan uang melalui *westernunion* dari seluruh dunia, dan cara ambilnya dengan datang langsung ke KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah seluruh Jawa Tengah. Atau melalui kode SMS MTCN ke 085640311155.
- 3) Program Umroh Plus dan Haji Plus  
Berangkat dari bandara A.Yani Semarang atau Adi Sucipto Yogyakarta. Program Umroh dari kelas Ekonomi sampai kelas VVIP.
- 4) Menerima pembayaran listrik online seluruh Jawa Tengah  
Pembayaran listrik tidak lagi sulit atau mengantri karena KSPPS Yaummi Maziyah di seluruh Jawa Tengah siap melayani pembayaran rekening listrik secara online.<sup>102</sup>

## B. Deskripsi Data Penelitian

### 1. Implementasi Bauran Promosi dalam Meningkatkan Nasabah Pembiayaan Murabahah di KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Kudus.

Seperti yang dikemukakan oleh Swastha dan Irawan bahwa definisi “Bauran promosi adalah kombinasi dari strategi

---

<sup>101</sup> Dokumentasi, Profil KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah, pada hari Kamis, 3 November 2022, pukul 13.20 WIB.

<sup>102</sup> Dokumentasi, Profil KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah, pada hari Kamis, 3 November 2022, pukul 13.20 WIB.

yang paling baik dari variable-variabel periklanan, *personal selling*, dan alat promosi lain yang semuanya direncanakan untuk mencapai tujuan program penjualan”. Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong Bauran Promosi adalah “perpaduan khusus antara iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan dan hubungan masyarakat yang digunakan perusahaan untuk meraih tujuan iklan dan pemasarannya”.<sup>103</sup>

Tujuan diadakanya bauran promosi adalah untuk memaksimalkan hasil laba dari penjualan, karena nilai produk diterima baik oleh konsumen. Selain itu promosi bertujuan untuk memberikan informasi kepada konsumen agar konsumen mengetahui merek atau produk tertentu yang belum luas terdengar oleh konsumen, membujuk konsumen untuk melakukan pembelian atas produk yang telah ditawarkan, dan mengingatkan konsumen agar tetap mempertahankan produk dan Kembali melakukan transaksi pembelian.<sup>104</sup>

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti menemukan bahwa untuk meningkatkan nasabah pembiayaan murabahah KSPPS Yaummi Maziyah Assa’adah mengimplementasikan bauran promosi melalui periklanan, promosi penjualan, penjualan pribadi, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung. Kelima bauran promosi tersebut berkaitan satu sama lain untuk mencapai sukses dan tujuan perusahaan tercapai.<sup>105</sup>

Komponen pertama dalam mengimplementasikan bauran promosi adalah periklanan, menurut Muhammad Zaenal Arifin selaku kepala cabang terkait periklanan adalah salah satu cara yang dilakukan oleh KSPPS Yaummi Maziyah Assa’adah dalam melaksanakan kegiatan bauran promosi. Periklanan ditujukan kepada khalayak umum untuk memberikan informasi mengenai produk pembiayaan murabahah dengan menggunakan media cetak dan menggunakan media elektronik. Media cetak yang digunakan oleh KSPPS Yaummi Maziyah Assa’adah dalam mempromosikan produknya menggunakan media cetak Brosur yang mana brosur disebarakan secara langsung oleh marketing kepada nasabah, selain

---

<sup>103</sup> Didik Eko Julianto Indah Arum Puspitasari, Sasongko, “Implementasi Bauran Promosi Pada Usaha Clothing Jember Banget,” *Jurnal Manajemen* 1, no. 1 (2015): 5.

<sup>104</sup> Muhammad Zaenal Arifin, Wawancara oleh peneliti, tanggal 7 November 2021, Wawancara 1, Transkrip.

<sup>105</sup> Ahmad Chusoiri, Wawancara oleh peneliti, tanggal 7 November 2021, Wawancara 2, Transkrip.

brosur KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah juga menggunakan Banner dalam mempromosikan pembiayaan murabahah namun media cetak benner hanya di letakan pada bagian tertentu seperti di depan halaman kantor KSPPS Yaummi Maziyah Asaa'adah saja. Sedangkan untuk Media Elektronik yang digunakan oleh KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah adalah melalui Whatsapp, Youtube, dan Facebook. Dalam kegiatan mempromosikan pembiayaan murabahah melalui Whatsapp semua pihak yang berkaitan dengan KSPPS Yaummi Maziyah diharuskan untuk memposting gambar dan pesan teks di status Whatsapp masing-masing kariawan. Kemudian untuk promosi melalui Facebook dan Youtube pihak KSPPS Yaummi Maziyah menampilkan beberapa vidio pendek dan beberapa gambar untuk di posting sebagai media untuk memperkenalkan produk pembiayaan murabahah.<sup>106</sup>

Komponen kedua dalam mengimplementasikan bauran promosi adalah promosi penjualan (*sales promotion*). Promosi penjualan merupakan bentuk promosi persuasi langsung karena menggunakan berbagai insentif untuk menarik pelanggan sehingga mampu meningkatkan jumlah barang yang dibeli.<sup>107</sup> Menurut Ahmad Chusoiri selaku marketing terkait promosi penjualan KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah menggunakan media pemberian hadiah kepada para nasabah yang menggunakan pembiayaan dan membayar angsuran secara teratur. Hadiah tersebut merupakan reward yang diberikan oleh KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah untuk memotivasi para pelanggan untuk terus melakukan pembiayaan murabahah. Selain pemberian hadiah KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah juga memberikan kalender, kalender dibuat sedemikian rupa sehingga menarik untuk dibaca, dilihat dan menyajikan informasi tentang pembiayaan murabahah, kalender diberikan kepada nasabah di setiap awal tahun kepada semua nasabah KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah.<sup>108</sup> Melalui penerapan tersebut maka berakibat positif bagi pihak KSPPS Yaummi Maziyah yakni semakin bertambahnya jumlah pembiayaan yang dilakukan oleh nasabah sehingga volume pembiayaan murabahah semakin meningkat mencapai 400

---

<sup>106</sup> Muhammad Zaenal Arifin, Wawancara oleh peneliti, tanggal 7 November 2021, Wawancara 1, Transkrip.

<sup>107</sup> Siti Lailatul Zahro', "Implementasi Bauran Promosi Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Pada Toko Bangunan Tunggal Tata Di Tuban Jawa Timur," *Skripsi*, n.d., 25.

<sup>108</sup> Ahmad Chusoiri, Wawancara oleh peneliti, tanggal 7 November 2021, Wawancara 2, Transkrip.

nasabah pembiayaan murabahah ujar Muhamad Zaenal Arifin selaku Kepala Cabang.<sup>109</sup>

Komponen ketiga dalam mengimplementasikan bauran promosi adalah penjualan pribadi. Penjualan pribadi merupakan komunikasi langsung antara seorang perwakilan penjualan dengan satu atau lebih calon nasabah dalam upaya untuk mempengaruhi satu dengan lainnya dalam situasi pembelian. Tjiptono menyatakan komunikasi langsung (tatap muka) antara penjual dan calon pelanggan untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon pelanggan dan membentuk pemahaman pelanggan terhadap produk sehingga mereka kemudian akan mencoba membeli.<sup>110</sup> Penjualan pribadi merupakan suatu sarana bagi KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah untuk berkomunikasi dengan calon nasabah dan mewakili pihak nasabah dalam berkomunikasi dengan pihak KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah dengan kepentingan nasabah dalam transaksi pembiayaan murabahah. Wawancara peneliti dengan Ahmad Chusoiri selaku marketing di KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah cabang Kudus mengatakan bahwa dalam penjualan pribadi yang dilakukan oleh pihak kami yaitu dengan mengadakan pameran 1 tahun sekali biasanya dilaksanakan dalam rangka ulang tahun KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah pameran tersebut bernama EXPO (*Exhibition Property/pameran Properti*) yang tiap tahunnya rutin dilaksanakan di Gedung KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah Pusat dan di halaman kantor KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah Pusat.<sup>111</sup> Selain mengadakan pameran penjualan pribadi dari mulut kemulut juga sangat efektif. Peneliti mewawancarai salah satu nasabah pembiayaan Murabahah di KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah cabang kudus yaitu ibu Alim dengan pertanyaan “Apakah dengan memperoleh kabar atau cerita terkait KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah dapat memberikan minat untuk menjadi nasabah ?” beliau menjawab “ iya, tentunya, karena saya penasaran mbak, terus ada yang cerita katanya mudah mengajukan pembiayaan jadi saya langsung ke kantornya yang

---

<sup>109</sup> Muhammad Zaenal Arifin, Wawancara oleh peneliti, tanggal 7 November 2021, Wawancara 1, Transkrip.

<sup>110</sup> Firliyanti Kaluku, “Analisis Bauran Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Unggulan Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Manado,” *Jurnal EMBA* 6, no. 2 (2018): 890.

<sup>111</sup> Ahmad Chusoiri, Wawancara oleh peneliti, tanggal 7 November 2021, Wawancara 2, Transkrip.

cabang jekulo”.<sup>112</sup> Selain itu juga peneliti mewawancarai Bapak Didik selaku nasabah pembiayaan Murabahah juga dengan pertanyaan yg sama seperti diatas beliau menjawab “iya mbak, efeknya saya menjadi nasabah”.<sup>113</sup> Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti kepada beberapa konsumen telah dibuktikan bahwa masing-masing dari mereka mendapatkan informasi terkait KSPPS Yaummi Maziyah Assa’adah dari rekomendasi teman. Sehingga KSPPS Yaummi Maziyah Assa’adah mendapat dampak positif dari proses promosi yang terjadi antara nasabah KSPPS Yaummi Maziyah Assa’adah dengan konsumen lain.

Komponen keempat dalam mengimplementasi bauran promosi adalah pemasaran langsung. Pemasaran secara langsung adalah sistem pemasaran dimana organisasi berkomunikasi secara langsung dengan target secara cermat untuk menghasilkan respon segera atau transaksi dan membangun hubungan pelanggan yang langsung.<sup>114</sup> Wawancara peneliti dengan Ahmad Chusoiri selaku marketing di KSPPS Yaummi Maziyah Assa’adah cabang Kudus mengatakan bahwa dalam pemasaran langsung yang dilakukan oleh pihak kami yaitu dengan menggunakan strategi jemput bola dimana para marketing langsung mendatangi rumah-rumah, pasar, dan berbagai instansi untuk memasarkan langsung pembiayaan murabahah. Selain itu juga pihak KSPPS menyediakan mobil kas keliling dimana mobil kas tersebut biasanya berkeliling untuk mempromosikan dan memasarkan langsung, dan juga bisa melakukan pembayaran angsuran pada mobil kas keliling tersebut.<sup>115</sup> Peneliti mewawancarai salah satu nasabah pembiayaan Murabahah di KSPPS Yaummi Maziyah Assa’adah cabang kudus yaitu ibu Alim dengan pertanyaan “Apakah ada dampak yang diperoleh dengan adanya pelayanan secara langsung menggunakan mobil kas keliling” beliau menjawab “ya kalau ada mobil kas keliling saya lebih mudah transaksi gak usah jauh-jauh ke kantornya mbak”<sup>116</sup> Selain itu juga peneliti mewawancarai

---

<sup>112</sup> Alim, Wawancara oleh peneliti, tanggal 7 November 2021, Wawancara 3, Transkrip.

<sup>113</sup> Didik, Wawancara oleh peneliti, tanggal 7 November 2021, Wawancara 3, Transkrip.

<sup>114</sup> Kansa Khairunisa, “Pengaruh Bauran Promosi Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Pelanggan (Survei Pada Mahasiswa BINUS University Yang Menggunakan Jasa Go-Jek Di Jakarta),” *Jurnal Administrasi Bisnis* 46, no. 2 (2017): 3.

<sup>115</sup> Ahmad Chusoiri, Wawancara oleh peneliti, tanggal 7 November 2021, Wawancara 2, Transkrip.

<sup>116</sup> Alim, Wawancara oleh peneliti, tanggal 7 November 2021, Wawancara 3, Transkrip.

Bapak Didik selaku nasabah pembiayaan Murabahah juga dengan pertanyaan yg sama seperti diatas beliau menjawab “Kalau mau mengajukan pembiayaan jadi lebih enak”.<sup>117</sup> Sebagaimana yang disampaikan oleh beberapa konsumen maka memberikan dampak positif bagi KSPPS Yaummi Maziyah Assa’adah yaitu terjadi proses penjualan yang cepat, proses penjualan yang cepat tersebut dirasakan oleh beberapa konsumen.

Komponen kelima dalam mengimplementasikan bauran promosi adalah Publisitas atau hubungan masyarakat. Menurut Kotler dan Keller hubungan masyarakat merupakan berbagai program yang dirancang untuk mempromosikan atau melindungi citra atau produk individual perusahaan.<sup>118</sup> Wawancara peneliti dengan Ahmad Chusoiri selaku marketing di KSPPS Yaummi Maziyah Assa’adah cabang Kudus mengatakan bahwa KSPPS Yaummi Maziyah Assa’adah sangat memerlukan kegiatan hubungan masyarakat atau publisitas untuk menjaga citranya agar tetap baik dimata masyarakat. Kegiatan hubungan masyarakat yang dilaksanakan oleh KSPPS Yaummi Maziyah Assa’adah yaitu dengan mengadakan kegiatan yang berhubungan dengan masyarakat seperti promosi instansi sekolah, instansi pemerintah, dan instansi komunitas. Selain itu KSPPS Yaummi Maziyah Assa’adah juga mengadakan pengajian rutin setiap hari sabtu pagi yang melibatkan banyak masyarakat.<sup>119</sup>

## **2. Kendala dalam Mengimplementasikan Bauran Promosi di KSPPS Yaummi Maziyah Assa’adah Cabang Kudus.**

Kegiatan promosi pada dasarnya menjadi hal yang sangat penting yang telah banyak disadari oleh perusahaan terutama dikarenakan semakin banyaknya persaingan dalam merebut nasabah. Promosi sangat penting dilakukan untuk melihat bagaimana perusahaan memasarkan produk mereka.

Promosi adalah salah satu bauran pemasaran yang dilaksanakan dengan tujuan untuk meningkatkan jumlah nasabah. Dalam menyampaikan informasi tentang produk yang dihasilkan baik mengenai jenis dan macam produk yang tersedia, maka perusahaan menyelenggarakan kegiatan promosi. Dengan adanya

---

<sup>117</sup> Didik, Wawancara oleh peneliti, tanggal 7 November 2021, Wawancara 3, Transkrip.

<sup>118</sup> Shinta Wahyu Hati, “Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Accu Yuasa Yang Dipromosikan Distributor Pt Riau Indotama Abadi Di Batam,” *Jurnal Business Administration* 1, no. 1 (2017): 13.

<sup>119</sup> Ahmad Chusoiri, Wawancara oleh peneliti, tanggal 7 November 2021, Wawancara 2, Transkrip.



promosi diharapkan dapat mendorong konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan, sehingga dapat meningkatkan jumlah nasabah.<sup>120</sup> Fakta yang terjadi, dalam mekanisme implementasi bauran promosi dalam meningkatkan nasabah pembiayaan murabahah yang dilakukan oleh KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah tidak terlepas dari beberapa kendala yang dihadapi. Hal ini dapat terjadi karena diakibatkan oleh beberapa faktor yang mempengaruhi.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti, diketahui bahwa terdapat beberapa kendala yang dihadapi oleh KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah dalam mengimplementasikan bauran promosi, sebagaimana disampaikan oleh Zaenal Arifin selaku Kepala Cabang KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Kudus dalam wawancara menjelaskan mengenai kendala-kendala yang dihadapi oleh KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah dalam mengimplementasikan bauran promosi menurutnya ada beberapa kendala yang mempengaruhi yaitu : Kendala yang pertama dalam periklanan, dari segi periklanan KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah mengalami kendala yaitu kurangnya biaya untuk melakukan iklan di media elektronik sehingga tidak dapat menjangkau konsumen yang lebih luas, kemudian dalam pemasangan baner sering terjadi kehilangan apabila baner sudah dipasang, selain itu juga izin pemasangan kepada pihak yang terlibat apabila baner dipasang bukan di area kantor. Kendala yang kedua pada hubungan masyarakat yaitu kurangnya reaksi nasabah pada saat pihak KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah menjelaskan atau mempromosikan produk, karena Sebagian besar dari nasabah adalah pedagang yang sibuk menjual dagangannya di pasar.<sup>121</sup>

Pendapat lain juga disampaikan oleh Dea Amalia selaku Teller di KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Kudus beliau mengatakan bahwa kendala yang dihadapi oleh KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Kudus yaitu terdapat dua kendala dalam mempromosikan produk yaitu kendala internal dan eksternal. Kendala internal berasal dari KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah sendiri seperti kurangnya tenaga marketing karena

---

<sup>120</sup> Arizona Zia Alan Perdana, "Penerapan Bauran Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Asuransi Bumi Pytra Syariah Surakarta," *Skripsi*, 2010, 33.

<sup>121</sup> Muhammad Zaenal Arifin, Wawancara oleh peneliti, tanggal 7 November 2021, Wawancara 1, Transkrip.

KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Kudus hanya mempunyai dua marketing. Kemudian kendala eksternal nya yaitu kurangnya reaksi nasabah pada saat pihak KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah menjelaskan atau mempromosikan produk, karena Sebagian besar dari nasabah adalah pedagang yang sibuk menjual daganganya di pasar.<sup>122</sup>

### 3. Solusi Menghadapi Kendala dalam Mengimplementasikan Bauran Promosi di KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Kudus.

Bauran promosi adalah salah satu kegiatan promosi yang digunakan untuk memperkenalkan sebuah produk. Pelaksanaan bauran promosi sendiri merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Tujuan dilakukanya bauran promosi adalah untuk membujuk konsumen agar mau menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan, karena promosi adalah bagian penting dalam menentukan arah tujuan perusahaan.<sup>123</sup>

Promosi merupakan kegiatan terpenting dalam usaha meningkatkan penjualan produk maupun jasa. Promosi berperan aktif dalam memperkenalkan , memberitahukan , dan mengingatkan Kembali keunggulan produk maupun jasa agar mendorong konsumen untuk memilih atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Pada segala aktivitas yang dijalankan akan memiliki berbagai macam jenis hambatan, dalam melakukan bisnis para pelaku akan memperoleh hambatan pada proses pelaksanaan bisnis yang dijalankan. Namun pada umumnya hambatan yang muncul akan dapat diselesaikan melalui Tindakan yang menjadi solusi dari permasalahan tersebut.<sup>124</sup>

Mekanisme bauran promosi yang dilakukan oleh KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Kudus tidak terlepas dari adanya kendala yang dihadapi. Namun, dalam kendala tersebut dapat disusun beberapa solusi agar proses implementasi bauran promosi yang dilakukan oleh KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah tidak terhambat.

---

<sup>122</sup> Dea Amalia, Wawancara oleh peneliti, tanggal 7 November 2021, Wawancara 3, Transkrip.

<sup>123</sup> Eliza Rahmi, "Implementasi Bauran Promosi Pariwisata Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Wisata Taman Rusa Sibreh Aceh Besar," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah* 4, no. 4 (2019): 4.

<sup>124</sup> Zahro' and Firmansyah, "Implementasi Bauran Promosi Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Pada Toko Bangunan Tunggal Tata Di Tuban Jawa Timur.":110

Berdasarkan wawancara dapat diketahui ada beberapa solusi yang dapat dilakukan oleh KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah dalam menangani kendala implementasi bauran promosi. Menurut Muhammad Zaenal Arifin selaku kepala cabang KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Kudus beliau mengatakan terkait solusi yang bisa dilakukan untuk mengatasi kendala periklanan yaitu menambah biaya periklanan, membuat relasi chanel terlebih dahulu sebelum pemasangan banner agar banner tidak hilang, kemudian meminta izin terlebih dahulu kepada pihak yang berwenang seperti Ketika memasang baner di bagan jalan maka harus meminta izin terlebih dahulu kepada Dinas PU (pekerjaan umum). Kemudian dalam mengatasi kendala pada hubungan masyarakat solusi yang digunakan oleh KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Kudus yaitu dengan mengedepankan pelayanan, kecepatan pelayanan, dan menggunakan standar SOP yaitu 5S (Salam, Senyum, Sapa, Sopan, Santun).<sup>125</sup>

Pernyataan Dea Amalia selaku Teller di KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah beliau mengatakan bahwa solusi yang bisa dilakukan KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Kudus untuk mengatasi kendala internal dan eksternal yaitu untuk kendala internal solusinya melakukan penambahan kariawan di bagian marketing karena untuk promosi jika hanya dilakukan dua orang saja pasti kurang efektif. Kemudian untuk kendala eksternal yaitu dengan mengedepankan pelayanan, kecepatan pelayanan, dan menggunakan standar SOP yaitu 5S (Salam, Senyum, Sapa, Sopan, Santun).<sup>126</sup>

### C. Analisis Data Penelitian

#### 1. Implementasi Bauran Promosi dalam Meningkatkan Nasabah Pembiayaan Murabahah pada KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Kudus.

Promosi merupakan suatu usaha dari pemasar dalam menginformasikan dan mempengaruhi orang atau pihak lain sehingga tertarik untuk melakukan transaksi atau pertukaran produk barang atau jasa yang dipasarkan. Maka dengan demikian promosi merupakan kegiatan-kegiatan secara aktif dilakukan

---

<sup>125</sup> Muhammad Zaenal Arifin, Wawancara oleh peneliti, tanggal 7 November 2021, Wawancara 1, Transkrip.

<sup>126</sup> Dea Amalia, Wawancara oleh peneliti, tanggal 7 November 2021, Wawancara 3, Transkrip.

perusahaan untuk mendorong konsumen membeli produk promosi yang ditawarkan. Promosi juga dikaitkan sebagai proses berlanjut karena dapat menimbulkan rangkaian kegiatan perusahaan yang selanjutnya. Karena itu promosi dipandang sebagai arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi agar melakukan pertukaran dalam perusahaan.<sup>127</sup>

Seperti yang dikatan Luis Marnisah dalam penelitiannya yang berjudul “Analisa Efektifitas Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Pada Membeli Semen Baruraja Di Kelurahan Sekip Jaya Kecamatan Kemuning Palembang”. Beliau mengatakan bahwa sebelum konsumen memutuskan untuk membeli suatu barang atau produk, biasanya konsumen akan melakukan beberapa tahap sebelum benar-benar memutuskan untuk membeli seperti pengenalan masalah produk apa yang akan dibeli, pencarian informasi tentang produk tersebut, evaluasi alternatif produk yang akan dibeli, keputusan pembelian, perilaku pasca pembelian. Setelah itu konsumen dapat menentukan sikap yang akan diambil selanjutnya. Untuk itu diperlukan strategi yang baik oleh perusahaan agar dapat menarik minat konsumen, salah satunya adalah bauran promosi.<sup>128</sup>

Pihak KSPPS Yaummi Maziyah juga harus memperhatikan bauran promosi dalam meningkatkan nasabah pembiayaan murabahah. bauran promosi ini menjadi inti untuk dijadikan evaluasi sebelum KSPPS menawarkan pembiayaan. Bauran promosi ini dilaksanakan guna mendapatkan banyak nasabah yang melakukan pembiayaan murabahah di masa depan.

Teori penerapan prosedur bauran promosi menurut Kotler dan Keller, yaitu (1) Periklanan (2) Penjualan Personal (3) Promosi Penjualan (4) Pemasaran Langsung (5) Publisitas atau Hubungan Masyarakat. Setelah melakukan bauran promosi seperti diatas supaya promosi pembiayaan bisa berjalan sesuai harapan, harus dicermati bahwa bauran promosi pantas untuk dilakukan. Menurut analisis peneliti, bauran promosi dalam meningkatkan nasabah pembiayaan murabahah yang diterapkan oleh KSPPS Yaummi Maziyah Assa’adah sudah tepat dan sejalan dengan teori

---

<sup>127</sup> Nasution, “Strategi Promosi Pembiayaan Murabahah Pada PT.Bank Muamalat Indonesia TBK.Cabang Padangsidimpuan.”:29

<sup>128</sup> Marnisah, Saputra, and Rosni, “Analisa Efektifitas Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Pada Membeli Semen Baruraja Di Kelurahan Sekip Jaya Kecamatan Kemuning Palembang.”:16

diatas. Untuk mengetahui hal itu, KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah menggunakan bauran promosi sebagai berikut :

a. Periklanan

Bauran promosi periklanan yang dilakukan KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Kudus sangat penting karena bertujuan untuk membantu mempromosikan pembiayaan murabahah kepada calon nasabah dan mendorong mereka untuk melakukan proses pembiayaan murabahah. Periklanan merupakan aktivitas promosi yang sangat dikenal oleh masyarakat atau nasabah. Hampir setiap saat nasabah mendengar atau membaca berbagai iklan. Baik di media cetak maupun media elektronik. Seperti yang dikatakan oleh Kismono periklanan merupakan komunikasi non personal yang dibiayai sponsor melalui berbagai media.<sup>129</sup>

Pernyataan diatas sesuai dengan teori dari Burke dalam Buchari Alma, beliau menyatakan “Iklan sebagai semua bentuk bayaran untuk mempresetasikan dan mempromosikan ide, barang atau jasa secara non personal oleh sponsor yang jelas”.<sup>130</sup>

Menurut Reny Kusumadewi dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Periklanan Komersil, beliau mengatakan bahwa periklanan merupakan alat yang digunakan oleh perusahaan untuk memperlancar komunikasi persuasive kepada masyarakat. Secara sederhana di definisikan sebagai bentuk pesan tentang sebuah produk yang disampaikan lewat media ditujukan kepada Sebagian atau seluruh masyarakat.<sup>131</sup>

Mekanisme bauran promosi periklanan yang dilakukan oleh KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Kudus antara lain dengan menggunakan media cetak dan media elektronik. Untuk media cetak KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Kudus menyajikanya dengan bentuk brosur dan bener dimana brosur disebarakan secara langsung oleh marketing kepada calon nasabah, sedangkan bener hanya di pasang pada halaman depan kantor dan beberapa dipasang di bagan jalan. Selain media cetak KSPPS

---

<sup>129</sup> Ramsiah Tasruddin, “Strategi Promosi Periklanan Yang Efektif,” *Jurnal Al-Khitabah* 2, no. 1 (2015): 107.

<sup>130</sup> R. Neny Kusumadewi, “Pengaruh Periklanan Komersil Dengan Konsep AIDA Terhadap Keputusan Pembelian Pada Media Radio Radika 100,3 FM Majalengka,” *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi* 2, no. 2 (2015): 105.

<sup>131</sup> Kusumadewi, , “Pengaruh Periklanan Komersil Dengan Konsep AIDA Terhadap Keputusan Pembelian Pada Media Radio Radika 100,3 FM Majalengka,”.

Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Kudus juga menggunakan media elektronik untuk melakukan periklanan yaitu menggunakan media sosial seperti WhatsApp, Facebook, dan Youtube. Pada media sosial WhatsApp KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Kudus mewajibkan semua kariawannya untuk memposting gambar dan pesan teks pada story whatsapp masing-masing. Kemudian untuk media sosial facebook dan youtube KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah menyajikannya dalam bentuk video dan gambar yang kemudian di posting dihalaman facebook dan youtube KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah.

Menurut analisis peneliti, berdasarkan penelitian menunjukan bahwa bauran promosi periklanan pada KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah masih kurang efektif dikarenakan masih adanya kendala yang terjadi pada proses periklanan yaitu kendala kurangnya biaya untuk melakukan iklan di media elektronik sehingga tidak dapat menjangkau periklanan yang lebih luas seperti iklan di radio, televisi, surat kabar dan majalah. Kemudian kendala pada pemasangan benner seperti sulit mencari izin pemasangan di bagan jalan dan banyaknya benner yang hilang Ketika sudah di pasang.

b. Promosi penjualan

Promosi penjualan sangat penting untuk dilakukan guna untuk meningkatkan penjualan, mengingatkan konsumen, memberi informasi dan membujuk konsumen untuk melakukan pembiayaan. Promosi penjualan bertujuan untuk membuat sebuah produk terlihat berbeda dengan produk lainya yang sejenis.<sup>132</sup>

Promosi penjualan yang dilakukan oleh KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Kudus yaitu berupa pemberian hadiah dan kalender pada nasabah yang melakukan pembiayaan murabahah dengan pembayaran angsuran lancar. Untuk pemberian hadiah diberikan kepada nasabah sebagai reward karena telah melakukan pembiayaan secara teratur dan terus menerus. Untuk pemberian kalender di lakukan 1 tahun sekali setiap awal tahun kepada semua nasabah pembiayaan murabahah.

Menurut analisis peneliti, mekanisme bauran promosi berbentuk promosi penjualan yang diterapkan oleh KSPPS

---

<sup>132</sup> Faisal Reza, "Strategi Promosi Penjualan Online Lazada.Co.Id," *Jurnal Kajian Komunikasi* 4, no. 1 (2016): 63.

Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Kudus sudah sangat efektif karena dengan adanya promosi penjualan menjadikan nasabah sangat senang dan mudah membujuk calon nasabah untuk melakukan pembiayaan murabahah dengan adanya hadiah yang diberikan oleh KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Kudus.

c. Penjualan pribadi (*personal selling*)

Penerapan penjualan pribadi (*personal selling*) menjadi salah satu media komunikasi yang tepat dalam strategi pemasaran. Penjualan pribadi sangat penting untuk dilakukan karena mempunyai manfaat yaitu dapat langsung mengidentifikasi kebutuhan nasabah, mempererat hubungan dengan nasabah, dan mempermudah mendapatkan feedback bagi perusahaan.<sup>133</sup>

Teori Kotler dan Keller mengakan bahwa penjualan pribadi adalah interaksi tatap muka dengan satu atau lebih calon pembeli untuk keperluan presentasi, menjawab pertanyaan, dan pengadaan pesanan.<sup>134</sup>

Penjualan pribadi yang diterapkan oleh KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Kudus yaitu melakukan pameran yang bernama EXPO, pameran ini dilakukan 1 tahun sekali, dilaksanakan dalam rangka memperingati hari jadi KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah. Selain pameran KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah juga menerapkan penjualan pribadi dari mulut ke mulut guna mempermudah calon nasabah untuk mencari informasi tentang KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Kudus dengan menanyakan langsung kepada marketing yang bertugas.

Menurut analisis peneliti, mekanisme bauran promosi berupa penjualan langsung (*personal selling*) yang dilakukan oleh KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Kudus sudah sangat efektif dibuktikan bahwa masing-masing dari mereka mendapatkan informasi terkait KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah dari mengikuti serangkaian acara EXPO dan dari rekomendasi teman. Sehingga KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah mendapat dampak positif dari proses

---

<sup>133</sup> Mega Fareza Dellamita, "Penerapan Personal Selling (Penjualan Pribadi) Untuk Meningkatkan Penjualan (Studi Pada PT Adira Quantum Multifinance Point Of Sales (POS) Dieng Computer Square Malang).," *Jurnal Administrasi Bisnis* 9, no. 2 (2014): 45.

<sup>134</sup> Meria Sri p dan Egi Arvian F, "Aplikasi Teori Personal Selling: Kasus Pada Bank Regional," *Jurnal Al-Tijarah* 3, no. 2 (2017): 45.

promosi yang terjadi antara nasabah KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah dengan calon nasabah lain.

d. Pemasaran langsung (*direct marketing*)

Pemasaran langsung (*direct marketing*) merupakan salah satu elemen komunikasi pemasaran yang memiliki keunggulan tersendiri dari pada elemen yang lainnya. Sebagai salah satu keunggulannya bisa disesuaikan dengan fenomena bisnis sekarang ini yang harus membutuhkan alat komunikasi dengan tujuan mampu menjadi alat komunikasi dengan kondisi bisnis yang mengharuskan suatu pemasar menyeimbangkan kemauan konsumen dalam bertransaksi produk.<sup>135</sup>

Mekanisme pemasaran langsung (*direct marketing*) yang diterapkan oleh KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Kudus yaitu dengan menggunakan strategi jemput bola dimana pihak KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Kudus mendatangi langsung calon nasabah. Seperti ke rumah-rumah, atau ketempat mereka bekerja seperti pasar, dan instansi lainnya. Selain itu juga pemasar langsung dilakukan dengan menggunakan mobil kas keliling dimana kariawan yang bertugas berkeliling menggunakan mobil untuk mencari calon nasabah dan memudahkan nasabah untuk membayar angsuran.

Menurut analisis peneliti, mekanisme pemasaran langsung (*personal selling*) yang dilakukan oleh KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah sudah sangat tepat dan efektif hal ini dibuktikan dengan mengedepankan pelayanan sehingga terjadi proses penjualan yang cepat, proses penjualan yang cepat tersebut dirasakan oleh beberapa nasabah.

e. Publisitas atau Hubungan Masyarakat

Publisitas atau hubungan masyarakat merupakan kegiatan menciptakan informasi yang bernilai berita dalam media yang bertujuan untuk menarik perhatian khalayak terhadap produk, barang atau jasa yang ditawarkan organisasi, sedangkan publisitas produk merupakan kegiatan yang bertujuan mempublikasikan produk tertentu. Tujuan utama hubungan

---

<sup>135</sup> Wahida Mardhatillah dan Dedi Junaedi, "Implementasi Direct Marketing Pada Bank Bpr Datagita Mustika," *Jurnal Al-Kharaj* 4, no. 1 (2021): 9.



masyarakat yaitu menciptakan dan memelihara pengertian agar dapat dimengerti oleh pihak yang berkepentingan.<sup>136</sup>

Mekanisme publisitas atau hubungan masyarakat yang diterapkan oleh KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Kudus yaitu dengan mengadakan kegiatan yang berhubungan dengan masyarakat seperti promosi instansi sekolah, instansi pemerintah, dan instansi komunitas. Selain itu KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah juga mengadakan pengajian rutin setiap hari sabtu pagi yang melibatkan banyak masyarakat.

Menurut analisis peneliti mekanisme publisitas atau hubungan masyarakat masih kurang efektif hal ini hal ini dikarenakan masih adanya kendala yang dihadapi dalam hubungan masyarakat yaitu masih kurangnya reaksi nasabah pada saat pihak KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah menjelaskan atau mempromosikan produk, karena Sebagian besar dari nasabah adalah pedagang yang sibuk menjual dagangannya di pasar.

Berdasarkan analisis peneliti, peneliti menyimpulkan bahwa implementasi bauran promosi dalam meningkatkan nasabah pembiayaan murabahah dalam meminimalisir minimnya nasabah pada pembiayaan Murabahah di KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Kudus secara keseluruhan sudah diimplementasikan, akan tetapi masih terdapat celah yang terdapat pada bauran promosi periklanan dan publisitas atau hubungan masyarakat.

Periklanan dan publisitas atau hubungan masyarakat yang dilakukan oleh KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah belum bisa dikatakan diimplementasikan dengan maksimal karena pada evaluasi tersebut tidak menerapkan secara maksimal proses periklanan dan publisitas. Jika hal ini sering terjadi akan berakibat fatal bagi KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Kudus serta menimbulkan kurangnya nasabah pada pembiayaan murabahah. seharusnya, KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Kudus merapkan periklanan dan publisitas dengan maksimal sehingga tidak terjadi kemerosotan nasabah atau kurangnya nasabah pada pembiayaan murabahah ini.

---

<sup>136</sup> Voettie Wisataone, "Pelaksanaan Fungsi Hubungan Masyarakat Dan Publisitas Pada Organisasi Non-Profit," *Jurnal Efisiensi* XV, no. 1 (2018): 19.

## 2. Kendala dalam Mengimplementasikan Bauran Promosi dalam Meningkatkan Nasabah Pembiayaan Murabahah di KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Kudus.

Pada dasarnya bauran promosi ditujukan untuk memperoleh laba baik jangka pendek maupun jangka Panjang guna menaikkan volume penjualan perusahaan dengan memperluas daerah pemasaran dan memperbanyak jumlah konsumen. Antara variabel bauran promosi yang satu dengan lainnya saling mendukung guna memperkenalkan produk secara luas agar dapat memperlancar penjualan produk sehingga dapat memberikan keuntungan yang besar baik untuk jangka Panjang maupun jangka pendek bagi perusahaan. Sama halnya dengan koperasi yang memiliki kebijakan sendiri untuk menarik nasabah baru untuk menjadi anggotanya sehingga dapat meningkatkan pendapatannya.<sup>137</sup>

Faktanya, implementasi bauran promosi yang dilakukan oleh KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Kudus tidak terlepas dari adanya kendala yang dihadapi. Kendala yang dihadapi oleh KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Kudus dalam implementasi bauran promosi di picu oleh dua faktor yakni faktor internal dan faktor eksternal.

Dalam hasil penelitian yang telah diperoleh, faktor internal berasal dari kurangnya tenaga kerja marketing dan periklanan. Sedangkan faktor eksternalnya berasal dari hubungan masyarakat.

Menurut analisis peneliti, kurangnya tenaga kerja marketing di KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah disebabkan oleh faktor sumber daya manusia. Tak dapat dipungkiri, kurangnya pegawai dalam suatu perusahaan akan memberi dampak yang begitu besar bagi perusahaan itu sendiri. Pada suatu perusahaan sumber daya manusia mempunyai peran yang hakiki untuk mengoperasikan sumber daya lainnya. Menurut Dhany Iskandar dalam penelitiannya yang berjudul “Strategi Peningkatan Kinerja Karyawan Perusahaan Pengelolaan Sumber Daya Manusia dan Kepuasan Kinerja dan Dampaknya Terhadap Produktivitas Karyawan”, beliau mengatakan bahwa perusahaan dapat

---

<sup>137</sup> Yanti Fransina Taopan, “Kebijakan Bauran Promosi Pada Koperasi Kreditpancur Kasih Tp Sidas Di Sidas Kabupaten Landak,” *Jurnal Bisma* 1, no. 6 (2016): 1374.

dikatakan berhasil bisa dilihat dari *teamwork* yang terbentuk di struktur organisasi yang terdapat dalam suatu perusahaan.<sup>138</sup>

Menurut peneliti Hanya dengan mengandalkan dua tenaga marketing saja akan mempengaruhi Kesehatan fisik karyawan. Tugas marketing yang harusnya dilakukan tiga sampai lima orang hanya di bebankan kepada satu orang saja sehingga akan menghambat kinerja karyawan secara optimal.

Faktor internal selanjutnya adalah kendala yang berasal dari periklanan yaitu kurangnya biaya untuk melakukan iklan di media elektronik sehingga tidak dapat menjangkau konsumen yang lebih luas, kemudian dalam pemasangan baner sering terjadi kehilangan apabila benar sudah dipasang, selain itu juga sulitnya izin pemasangan kepada pihak yang terlibat apabila benar dipasang bukan di area kantor.

Menurut peneliti, apabila KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Kudus tidak memaksimalkan proses periklanan, dimana awalnya memiliki prospek yang baik, ternyata ditengah jalan adalah masalah akibat peristiwa tak terduga contohnya seperti kehilangan benner yang sudah terpasang sehingga calon nasabah tidak mendapatkan informasi yang akurat dapat menjadikan calon nasabah mengurungkan niatnya melakukan pembiayaan murabahah di KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah.

Menurut analisis peneliti, Faktor lain yang menjadi kendala implementasi bauran promosi di KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Kudus adalah faktor eksternal, yaitu faktor yang berasal dari hubungan masyarakat, kurangnya reaksi nasabah pada saat pihak KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah menjelaskan atau mempromosikan produk. Kurangnya reaksi nasabah dapat disebabkan oleh unsur sengaja maupun tidak sengaja. Unsur kesengajaan yang dilakukan oleh nasabah dapat berupa kebiasaan yang dilakukan oleh nasabah seperti menyepelekan kegiatan promosi yang dilakukan oleh pihak KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah. Kemudian untuk unsur ketidak sengajaan diantara adalah reaksi nasabah pada saat pihak KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah menjelaskan atau mempromosikan produknya tidak sengaja ada pembeli yang harus

---

<sup>138</sup> Dhany Iskandar, "Strategi Peningkatan Kinerja Karyawan Perusahaan Pengelolaan Sumber Daya Manusia Dan Kepuasan Kinerja Dan Dampaknya Terhadap Produktivitas Karyawan," *Jurnal Jibeka* 12, no. 1 (2018): 23.

didahulukan terlebih dahulu. Karena mayoritas calon nasabah berasal dari pedagang yang berada di pasar.

**3. Solusi yang Dapat dilakukan KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah dalam Menangani Kendala Implementasi Bauran Promosi dalam Meningkatkan Nasabah Pembiayaan Murabahah pada KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Kudus.**

Seiring bertumbuhnya roda perekonomian manusia yang semakin berkembang, serta pengembangan teknologi yang begitu canggih membuat persaingan usaha begitu dirasakan. Sehingga kita dituntut untuk dapat berkembang dalam menjalankan usaha. Persaingan pasar yang banyak membuat usaha kreatif harus mampu bersaing. Volume penjualan merupakan salah satu tujuan akhir yang harus dicapai oleh perusahaan dalam meningkatkan penjualan.<sup>139</sup>

Kegiatan promosi bukan hanya bertujuan untuk memperkenalkan produk. Akan tetapi dapat dijelaskan dengan berbagai informasi, menawarkan produk yang akan dijual dengan seksama, memberikan harga yang menarik agar konsumen tertarik dan mendorong mereka untuk melakukan pembelian.<sup>140</sup> Kegiatan bauran promosi memiliki dampak yang cukup besar bagi kelangsungan perusahaan khususnya dalam meningkatkan volume penjualan. Yang berfungsi sebagai ukuran dalam menentukan peningkatan atau penurunan jumlah penjualan. Oleh karenanya dibutuhkan strategi bauran promosi yang tepat agar perusahaan mampu bersaing dengan competitor lainnya dalam bidang agrobisnis.<sup>141</sup>

Pernyataan di atas sesuai dengan teori Kotler dan Amstrong menyebutkan bahwa “komunikasi pemasaran merupakan kegiatan dimana perusahaan mencoba untuk menginformasikan, mengajak, dan mengitikan konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung tentang merek dan produk yang dijual.<sup>142</sup>

---

<sup>139</sup> Yessi Novita Ambarsari, “Analisis Bauran Promosi Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Jamur Kuping Pada Usaha ‘Rinjani Jamur’ Desa Joresan Kecamatan Mlarak Kab Upaten Ponorogo,” *Skripsi*, 2021, 1.

<sup>140</sup> Gugup Kismo, *Pengantar Bisnis Edisi Pertama* (Yogyakarta: BPFE, 2003).

<sup>141</sup> Kotler dan Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, edisi 3 (jakarta: erlangga, 2012).

<sup>142</sup> Kusumadewi, “Pengaruh Periklanan Komersil Dengan Konsep AIDA Terhadap Keputusan Pembelian Pada Media Radio Radika 100,3 FM Majalengka.”:104

Namun pada mekanisme implementasi bauran promosi yang dilakukan oleh KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah tidak terlepas dari adanya kendala yang dihadapi. Namun dalam kendala tersebut dapat disusun beberapa solusi agar proses implementasi bauran promosi yang dilakukan oleh KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah tidak terhambat sehingga pembiayaan yang disalurkan untuk nasabah harus tepat.

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa solusi yang dapat dilakukan oleh KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah dalam mmenangani kendala yang ada pada implementasi bauran promosi dalam meningkatkan nasabah pembiayaan murabahah, diantaranya yang pertama dalam periklanan solusi yang dapat dilakukan adalah menambah biaya periklanan, membuat relasi chanel terlebih dahulu sebelum pemasangan banner agar banner tidak hilang, kemudian meminta izin terlebih dahulu kepada pihak yang berwenang seperti ketika memasang baner di bagan jalan maka harus meminta izin terlebih dahulu kepada Dinas PU (pekerjaan umum).

Solusi yang kedua yaitu bauran promosi hubungan masyarakat. Menurut analisis peneliti, solusi dalam hubungna masyarakat yang dilakkan KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah yaitu dengan mengedepankan pelayanan, kecepatan pelayanan, dan menggunakan standar SOP yaitu 5S (Salam, Senyum, Sapa, Sopan, Santun). Mengedepankan pelayanan sangat penting untuk dilakukan karena kepuasan nasabah harus diprioritaskan agar nasabah merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan. Karena apabila tercapainya kepuasan konsumen maka terjadi respon yang baik pula terhadap citra KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah.

Menurut analisis penelitian, Solusi yang ketiga dalam implementasi bauran promosi pada faktor internal pihak KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah mempunyai solusi yaitu melakukan penambahan kariawan di bagian marketing karena untuk promosi jika hanya dilakukan dua orang saja pasti kurang efektif. Melakukan rekrutmen pada bagian marketing sangat dibutuhkan karena dalam dunia perbankan peran marketing di pandang sebagai ujung tombak dalam keberhasilan suatu perusahaan.

**Tabel 4.1**  
**Peningkatan Jumlah Nasabah Pembiayaan**  
**Murabahah Setelah Melakukan Bauran Promosi**

No	Tahun	Jumlah Nasabah	Jumlah Pembiayaan
1	2021	300	16.000.000
2	2022	400	18.000.000

*Sumber : Wawancara Muhammad Zaenal Arifin, Kepala Cabang KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Kudus*

Berdasarkan tabel 4.1 dapat dijelaskan bahwa pada tahun 2021 terdapat 300 nasabah dengan total pembiayaan 16.000.000. terjadi kenaikan cukup pesat setelah KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah menerapkan bauran promosi pada tahun 2022 yaitu mencapai 400 nasabah dengan total pembiayaan 18.000.000.

Dari pemaparan diatas dapat diketahui bahwa dengan adanya bauran promosi dapat memberikan peningkatan nasabah. Bila menyimak hal tersebut dalam program yang dijalankan oleh KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah yaitu melalui bauran promosi dengan cara memberikan pembiayaan kepada para nasabah yang membutuhkan biaya sangat berpengaruh demi kemajuan dan peningkatan.