

## UPAYA MENINGKATKAN MINAT NASABAH MELALUI MEDIA PROMOSI PADA KOPERASI SIMPAN PINJAM KARYA JAYA BERSAMA MUARA ENIM

Sri Hayu Rahayu

[Srihayurahayu70@gmail.com](mailto:Srihayurahayu70@gmail.com)

Universitas Serasan. Jalan H. Pangeran Danal No. 142 Kelurahan Muara Enim  
31312 Email : [mail@unsan.ac.id](mailto:mail@unsan.ac.id) Website: [unsan.ac.id](http://unsan.ac.id). Muara Enim

### ABSTRACT

*This study aims to determine customer interest through promotional media and to determine what promotional media are used at the Karya Jaya Bersama Muara Enim Savings and Loans Cooperative. This study is a type of case study research that will explain efforts to increase customer interest through promotional media at the Karya Jaya Bersama Muara Enim Savings and Loans Cooperative by collecting information from respondents using interview instruments, observations and documentation. This study uses a purposive sampling technique, namely taking a sample of 10 respondents from 211 customers. The results of the study indicate that the growth in the number of customers who open savings at the Karya Jaya Bersama Savings and Loans Cooperative does not show a consistent increase every year. So that promotional media is needed to market products from the cooperative that are expected to make the public familiar with the Karya Jaya Bersama Savings and Loans Cooperative and to increase the number of customers and attract customer interest and attention through promotions carried out by providing attractive promos, namely low interest and a faster and easier disbursement process.*

*Keywords: Interest, Promotional Media*

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui minat nasabah melalui media promosi dan untuk mengetahui media promosi apa yang digunakan pada Koperasi Simpan Pinjam Karya Jaya Bersama Muara Enim. Penelitian ini merupakan jenis penelitian studi kasus yang akan menjelaskan mengenai upaya dalam meningkatkan minat nasabah melalui media promosi pada Koperasi Simpan Pinjam Karya Jaya Bersama Muara Enim dengan pengumpulan informasi kepada responden menggunakan instrumen wawancara, pengamatan dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel secara purposive sampling yaitu pengambilan sampel 10 orang responden dari 211 nasabah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pertumbuhan jumlah nasabah yang membuka tabungan pada Koperasi Simpan Pinjam Karya Jaya Bersama tidak menunjukkan konsisten naik pada setiap tahunnya. Sehingga diperlukan media promosi

untuk memasarkan produk dari koperasi yang diharapkan masyarakat mengenal Koperasi Simpan Pinjam Karya Jaya Bersama dan agar meningkatkan jumlah nasabah serta menarik minat dan perhatian nasabah melalui promosi yang dilakukan dengan memberikan promo yang menarik yaitu bunga yang rendah serta proses pencairan yang lebih cepat dan mudah.

Kata kunci : Minat, Media Promosi

## **PENDAHULUAN**

Koperasi merupakan suatu lembaga sebagai gerakan ekonomi rakyat yang membantu masyarakat untuk menjadikan kondisi sosial dan ekonomi masyarakat agar kesejahteraannya menjadi meningkat. Koperasi di Indonesia diatur di dalam Undang-undang Koperasi No. 17 Tahun 2012, dimana koperasi memiliki fungsi untuk mewujudkan dan mengembangkan perekonomian nasional berdasarkan atas asas kekeluargaan. Asas dari koperasi itu sendiri bukan hanya kekeluargaan saja, tetapi berdasarkan demokrasi ekonomi dan juga gotong royong.

Salah satu bentuk koperasi yang sangat bermanfaat untuk masyarakat adalah Koperasi Simpan Pinjam. Koperasi simpan pinjam adalah salah satu koperasi yang keberadaannya dirasa cukup perlu dan membantu dalam mengatasi persoalan keuangan baik anggota maupun non anggota. Sistem dari koperasi simpan pinjam itu sendiri adalah dengan cara menyalurkan bentuk pinjaman kepada masyarakat baik anggota maupun melayani masyarakat yang bukan anggota koperasi tersebut yang membutuhkannya.

Sebagai lembaga keuangan bukan bank yang diusahakan oleh lembaga keuangan berbentuk koperasi, koperasi simpan pinjam mempunyai peluang yang cukup baik untuk mengembangkan usahanya. Hal ini dapat terjadi apabila koperasi simpan pinjam dan unit simpan pinjam mampu memanfaatkan peluang.

Persaingan di dunia perkoperasian sekarang ini tampak semakin ketat. Masing-masing koperasi terus berinovasi dan berkompetisi dalam upaya menarik minat dan perhatian masyarakat sebagai partner yang paling tepat. Hal ini didukung pula oleh kebijakan perekonomian yang mengarah pada mekanisme pasar, sebagai akibat berlakunya sistem liberalisasi ekonomi yang kurang menguntungkan bagi koperasi khususnya koperasi simpan pinjam. Koperasi simpan pinjam dihadapkan dengan persaingan secara langsung dengan lembaga keuangan lain yang diuntungkan dengan mekanisme pasar.

Agar koperasi tetap mampu bersaing dengan lembaga keuangan lain yang mengeluarkan produk sejenis, maka manajemen koperasi harus mampu mengolah perusahaannya dengan baik, supaya konsumen tidak beralih kepada lembaga keuangan lain. Koperasi dituntut untuk lebih memahami segala kebutuhan dan keinginan anggota. Selain itu juga diperlukan media pemasaran promosi yang baik, dengan media promosi yang baik maka dapat meningkatkan usaha dan merebut pangsa pasar. Jika itu sudah terjadi maka dapat dipastikan koperasi akan dapat mencapai tujuannya yaitu mensejahterakan anggota.

Penggunaan media promosi saat ini sudah lazim digunakan oleh lembaga keuangan, oleh karena itu untuk memajukan koperasi simpan pinjam agar memiliki daya saing yang kuat dengan menggunakan media promosi cetak dan media promosi elektronik yang tepat sasaran. Media promosi merupakan strategi dan cara agar konsumen tertarik menggunakan produk atau jasa yang dimiliki koperasi. Dengan strategi yang baik, posisi koperasi simpan pinjam menjadi kuat dalam kegiatannya, terutama untuk menghadapi persaingan pasar saat ini.

Salah satu koperasi simpan pinjam yang menggunakan media promosi adalah Koperasi Simpan Pinjam Karya Jaya Bersama Muara Enim. Koperasi Simpan Pinjam Karya Jaya Bersama awalnya masih menggunakan media promosi yang bersifat konvensional yaitu dengan menyebarkan brosur.

Penggunaan media promosi pada Koperasi Simpan Pinjam Karya Jaya Bersama didasari oleh perkembangan dari keadaan ekonomi yang ada di masyarakat dan semakin berkembangnya pola hidup dari masyarakat sendiri, serta banyaknya persaingan antar lembaga keuangan, baik lembaga keuangan bank maupun lembaga keuangan bukan bank.

Persaingan tersebut semakin mendorong Koperasi Simpan Pinjam Karya Jaya Bersama untuk menggunakan pola strategi pemasaran agar dapat tetap bersaing dengan lembaga keuangan lainnya. Setiap situasi dan kondisi dapat menjadi ancaman sekaligus peluang bagi kelangsungan hidup perusahaan. Dalam keadaan yang seperti ini perusahaan harus mampu mengantisipasi ancaman dan dapat memanfaatkan peluang yang tersedia. Untuk menghadapi hal tersebut Koperasi Simpan Pinjam Karya Jaya Bersama menggunakan strategi generik, dengan penggunaan strategi generik yang dianggap tepat sesuai dengan wawancara yang dilakukan penulis dengan Ketua Koperasi Simpan Pinjam Karya Jaya Bersama maka diharapkan dapat meningkatkan minat nasabah yang akan berdampak pada meningkatnya perkembangan Koperasi Simpan Pinjam Karya Jaya Bersama Muara Enim.

Koperasi Simpan Pinjam Karya Jaya Bersama Muara Enim merupakan kantor cabang dari kantor pusat Koperasi Simpan Pinjam Karya Jaya Bersama yang ada di Sumatera Selatan. Berdasarkan wawancara dengan Kepala cabang Bapak Vikram bahwa media promosi erat kaitannya dengan peningkatan minat nasabah terhadap koperasi ini. Koperasi Simpan Pinjam Karya Jaya Bersama awalnya menjalankan media promosi brosur hanya pada tahun 2016 dengan menggunakan jenis kertas biasa. Kemudian sistem media promosi yang dilakukan yaitu hanya media promosi brosur yang di pasang atau ditempatkan dipinggir jalan/keramaian serta di dinding kantor.

Menurut Bapak Vikram selaku ketua Koperasi Simpan Pinjam Karya Jaya Bersama seiring dengan lamanya waktu berjalan jumlah minat nasabah pada koperasi mengalami penurunan karena pada salah satu penyebabnya yaitu media promosi brosur tersebut sudah tidak lagi digunakan. Penyebab lainnya yaitu karena terjadinya kondisi krisis ekonomi dikarenakan masyarakat terdampak pandemi covid-19 dan pasar mulai sepi dan tingkat kepercayaan pada koperasi mulai menurun.

Berikut ini tabel jumlah nasabah koperasi pada tahun 2016-2020 :

**Tabel 1**  
**Jumlah Nasabah Koperasi Simpan Pinjam Karya Jaya Bersama**  
**Tahun 2016-2020**

No.	Tahun	Jumlah Nasabah
-----	-------	----------------

1	2016	280
2	2017	280
3	2018	276
4	2019	251
5	2020	211

*Sumber : Koperasi Simpan Pinjam Karya Jaya Bersama*

Berdasarkan pada tabel jumlah nasabah diatas bahwa tingkat perkembangan jumlah nasabah pada koperasi mengalami penurunan setiap tahunnya. Hal ini dikarenakan perkembangan minat nasabah pada koperasi semakin menurun. Penulis akan meneliti pada tahun ke 2020 yang perkembangannya dari waktu ke waktu mengalami fluktuatif karena jumlah nasabah koperasi pada kondisi krisis ekonomi dikarenakan terdampak pandemi covid-19, pasar mulai sepi dan tingkat kepercayaan pada koperasi mulai menurun.

Koperasi Simpan Pinjam Karya Jaya Bersama pada tahun 2016 awalnya memiliki media promosi brosur yang masih sangat sederhana artinya bahasa yang kurang menarik dan sulit di mengerti. Akan tetapi pada tahun selanjutnya sampai dengan tahun 2020 media promosi brosur tersebut sudah tidak lagi digunakan. Minat nasabah yang ingin bergabung di koperasi pun menjadi sangat sedikit. Maka dari itu penulis ingin menentukan media promosi yang tepat agar Koperasi Simpan Pinjam Karya Jaya Bersama dapat menentukan pola media promosinya dengan menyesuaikan keadaan pasar yang ada pada saat ini, yaitu dengan menggunakan strategi pada media promosi cetak dan media promosi elektronik.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yaitu dengan melakukan penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Dengan memilih metode kualitatif ini, peneliti mengharapkan dapat memperoleh data yang lengkap dan akurat. Sesuai dengan metode yang digunakan dalam penelitian ini, maka dalam proses analisa data yang diteliti penyusunan ini menggunakan teknik deskriptif yaitu analisa dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan bagaimana upaya dalam meningkatkan minat nasabah melalui media promosi pada Koperasi Simpan Pinjam Karya Jaya Bersama Muara Enim untuk memberikan kesimpulan dan meminimalisir data yang tidak diperlukan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Terjadinya Penurunan Jumlah Minat Nasabah Pada Koperasi Simpan Pinjam Karya Jaya Bersama Muara Enim**

Dalam koperasi ini penurunan jumlah minat nasabah pada Koperasi Simpan Pinjam Karya Jaya Bersama Muara Enim mengalami penurunan setiap tahunnya. Penurunan yang signifikan terjadi di tahun 2019-2020. Penurunan tersebut disebabkan karena pada tahun tersebut terjadinya kondisi krisis ekonomi dikarenakan masyarakat

terdampak pandemi covid-19 dan pasar mulai sepi serta tingkat kepercayaan pada koperasi menurun.

Menurut Bapak Vikram selaku Ketua Koperasi Simpan Pinjam Karya Jaya Bersama Muara Enim mengatakan memang benar seiring dengan lamanya waktu berjalan jumlah minat nasabah yang ingin bergabung pada koperasi semakin menurun drastis karena pada salah satu penyebabnya yaitu media promosi yang sudah tidak lagi digunakan dan penyebab utamanya yaitu terjadinya kondisi krisis ekonomi dikarenakan masyarakat terdampak covid-19 dan pasar mulai sepi serta tingkat kepercayaan pada koperasi menurun.

Terhadap kondisi masyarakat yang terdampak pada pandemi covid-19 membuat masyarakat yang penghasilannya menjadi tidak tetap dan mempunyai tanggungan yang lebih banyak menjadi takut akan resiko tidak mampu untuk membayar iuran pinjaman dana pada koperasi, ditambah lagi karena bunga pinjaman pada koperasi yang cukup besar, serta keadaan pasar yang semakin menurun dan mulai sepi membuat masyarakat yang mempunyai pekerjaan seperti pedagang dari hasil berjualan mendapatkan keuntungan yang lebih sedikit dan tidak tentu. Dan tentunya hal tersebut membuat minat nasabah pada koperasi menjadi sangat sedikit dan semakin menurun.

Persaingan antar lembaga keuangan pada saat ini yang semakin marak, dibandingkan meminjam dana pada koperasi masyarakat lebih memilih meminjam kepada bank yang bunga nya lebih rendah. Selain itu banyaknya promosi pinjaman online di internet yang disebar di berbagai macam aplikasi seperti facebook, whatsapp, media aplikasi lainnya yang lebih memudahkan pencairan dana yang lebih cepat dan praktis membuat masyarakat lebih memilih pinjaman online dibandingkan harus datang ke lokasi dan menunggu pencairan dana yang cukup lama.

Sebaiknya Koperasi Simpan Pinjam Karya Jaya Bersama Muara Enim dapat menerapkan tahapan minat tersebut dan memberikan promo yang lebih menarik perhatian dan minat nasabah salah satunya yaitu dengan pemberian bunga yang lebih rendah serta proses pencairan dana yang lebih cepat dan mudah agar nasabah dapat lebih tertarik meminjam dana pada Koperasi Simpan Pinjam Karya Jaya Bersama Muara Enim.

### **Belum Optimalnya Media Promosi Yang Digunakan Pada Koperasi Simpan Pinjam Karya Jaya Bersama Muara Enim**

Koperasi Simpan Pinjam Karya Jaya Bersama Muara Enim adalah koperasi yang unit usahanya simpan pinjam, dimana pada koperasi tersebut melayani terhadap anggota, pegawai/PNS, dan masyarakat pada umumnya. Untuk yang akan meminjam harus memenuhi persyaratan yang telah ditetapkan serta dan mengisi formulir yang sudah ditandatangani oleh Ketua koperasi dan jumlah pinjaman disesuaikan dengan jangka waktu pinjaman serta besarnya pinjaman dibatasi. Jika baru pertama meminjam maka mendapatkan pinjaman sebesar limit Rp. 1.000.000,- dan jika telah melunasi tanpa adanya keterlambatan dalam membayar angsuran bulan maka yang bersangkutan dapat meminjam sampai dengan Rp. 10.000.000,- untuk pinjaman berikutnya.

Adapun tabel angsuran yang ada pada koperasi adalah sebagai berikut :

Tabel 2

Tabel Angsuran Tiap Bulan

No.	Besar Pinjaman	Angsuran Per Bulan		
		6 Bulan	10 Bulan	12 Bulan
1	1.000.000	210.000	135.000	119.000
2	1.500.000	315.000	202.500	177.500
3	2.000.000	420.000	270.000	237.000
4	2.500.000	525.000	337.500	296.000
5	3.000.000	630.000	405.000	355.000
6	3.500.000	735.000	472.500	414.500
7	4.000.000	840.000	540.000	474.000
8	4.500.000	945.000	607.500	532.500
9	5.000.000	1.050.000	675.000	592.500
10	5.500.000	1.155.000	742.500	651.500
11	6.000.000	1.260.000	810.000	710.000
12	6.500.000	1.365.000	877.500	769.500
13	7.000.000	1.470.000	945.000	828.500
14	7.500.000	1.575.000	1.012.500	887.500
15	8.000.000	1.680.000	1.080.000	946.500
16	8.500.000	1.785.000	1.147.500	1.006.000
17	9.000.000	1.890.000	1.215.000	1.065.000
18	9.500.000	1.995.000	1.282.500	1.124.500
19	10.000.000	2.100.000	1.350.000	1.183.500

Sumber : Koperasi Simpan Pinjam Karya Jaya Bersama

Dalam hal menarik minat nasabah yang ingin meminjam dana pada koperasi, maka koperasi harus melakukan promosi yang lebih menarik sehingga dapat meningkatkan minat nasabah kembali.

Namun dari hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis pada Koperasi Simpan Pinjam Karya Jaya Bersama Muara Enim dimana dalam pemberian promosi pemasaran agar dapat menarik minat nasabah tersebut belum optimal disebabkan karena Koperasi Simpan Pinjam Karya Jaya Bersama sudah tidak menggunakan media promosi lagi. Koperasi Simpan Pinjam Karya Jaya Bersama hanya melakukan promosi, menarik minat dan perhatian nasabah hanya pada saat awal dibentuk nya koperasi saja, yaitu pada tahun 2016. Jumlah nasabah pun menurun lebih drastis pada tahun 2019-2020 selain tidak dilakukannya lagi media promosi disebabkan juga karena faktor terdampak nya covid-19 pada masyarakat, sehingga untuk melakukan promosi secara *door to door*

tidak dapat lagi dilakukan karena masyarakat harus menjaga jarak, mematuhi protokol kesehatan, dan tidak boleh berlama-lama menghabiskan aktifitas diluar rumah.

Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan agar Koperasi Simpan Pinjam Karya Jaya Bersama Muara Enim dapat mengoptimalkan kembali media promosi sebagai alat atau perantara untuk memasarkan produk/jasa yang ditawarkan oleh koperasi ini agar dapat meningkatkan kembali jumlah minat nasabah yang ingin bergabung pada Koperasi Simpan Pinjam Karya Jaya Bersama Muara Enim.

Penggunaan media promosi saat ini sudah sangat lazim digunakan oleh lembaga keuangan, oleh karena itu untuk memajukan Koperasi Simpan Pinjam Karya Jaya Bersama agar memiliki daya saing yang kuat untuk meningkatkan minat nasabah yang akan bergabung pada koperasi yaitu dengan menggunakan media promosi cetak dan media promosi elektronik yang tepat sasaran.

Media promosi cetak yang dapat digunakan untuk lebih meningkatkan kembali minat nasabah pada Koperasi Simpan Pinjam Karya Jaya Bersama Muara Enim yaitu antara lain :

1. Surat kabar atau koran

Surat kabar atau koran merupakan media komunikasi sekaligus media promosi yang utama yang ada di Indonesia. Surat kabar dapat dibaca sekali lalu dibuang jika tidak mendapat minat dari calon nasabah. Akan tetapi surat kabar ini dapat menjadi referensi untuk memasarkan akan suatu produk atau jasa tertentu. Karena surat kabar atau koran ini masih banyak digunakan pada suatu lembaga instansi pemerintahan, kantor-kantor serta masyarakat dan masih sangat diperlukan.

2. Majalah

Majalah adalah jenis media cetak yang lebih menspesialisasikan produknya untuk menjangkau komunikasi tertentu. Majalah merupakan benda yang tidak asing bagi semua orang. Walaupun telah terjadinya perkembangan yang sangat pesat dalam bidang teknologi maupun pemasaran, namun tetap mempermudah manusia untuk mengakses berbagai macam informasi dan masih tetap eksis hingga saat ini.

3. Brosur

Brosur merupakan selebaran kertas yang dikirim atau diberikan ke berbagai perusahaan maupun perorangan yang dianggap sebagai pembeli potensial. Media promosi brosur merupakan alat atau sarana yang digunakan untuk promosi dengan tujuan menginformasikan maupun menyakinkan kepada calon nasabah koperasi yang ingin bergabung dengan cara menawarkan guna untuk meningkatkan minat nasabah pada koperasi. Koperasi Simpan Pinjam Karya Jaya Bersama diharapkan agar membuat pembaharuan yang lebih menarik lagi terhadap media promosi brosur, yaitu seperti menambahkan gambar atau denah kantor koperasi, mencantumkan alamat web serta whatsapp, facebook dan instagram, membuat bahasanya yang singkat, jelas dan mudah dimengerti serta dipahami oleh pembaca agar dapat lebih menarik perhatian calon nasabah.

4. Media luar ruangan (*out door media*)

Bentuk promosi media luar ruangan seperti berbentuk spanduk, baliho, papan reklame, poster dan stiker yang dapat memberikan peluang promosi untuk dapat menjangkau banyak konsumen yang biasanya terpasang pada perempatan atau sisi jalan menghadap ke pengemudi kendaraan yang kini semakin marak.

Sedangkan media promosi elektronik yang dapat digunakan serta tepat sasaran dan berfokus pada peluang media saat ini yaitu :

1. **Televisi**  
Televisi merupakan media yang dapat menjangkau masyarakat luas sehingga sangat efektif untuk digunakan sebagai media promosi dan dapat mengiklankan produk melalui televisi agar dapat dilihat secara langsung.
2. **Radio**  
Radio juga termasuk media promosi yang efektif. Biaya yang dibutuhkan relatif lebih rendah, penyampaian iklan dapat diterima oleh siapa saja, menjangkau wilayah yang cukup luas, serta siaran radio dapat diterima dan didengar di area tanpa listrik.
3. **Telepon**  
Telepon berfungsi untuk melakukan dan menerima panggilan serta pengiriman dan juga penerimaan pesan singkat (SMS). Dengan menggunakan media telepon dapat mempermudah berkomunikasi antar sesama konsumen yang dituju agar konsumen tertarik bergabung pada koperasi.
4. **Internet**  
Koneksi internet saat ini seakan sudah menjadi kebutuhan sehari-hari oleh sebagian besar masyarakat di dunia, termasuk di Indonesia. Semua hal bisa ditemukan melalui internet, salah satunya adalah transaksi jual beli. Bahkan, bisa dikatakan bahwa sekarang masyarakat lebih menyukai melakukan transaksi jual beli di toko online karena dirasa lebih praktis dan mudah. Oleh karena itu, perlu memanfaatkan internet dengan sebaiknya terkhusus sebagai media promosi untuk pemasaran secara online. Bisa melalui website, media sosial seperti Whatsapp, Facebook, Instagram. Selain mudah dilakukan, juga tidak perlu mengeluarkan biaya pemasaran yang lebih tinggi.

Media promosi yang sudah digunakan sebelumnya oleh Koperasi Simpan Pinjam Karya Jaya Bersama pada tahun lalu hanya menggunakan media promosi brosur. Namun setelah peneliti melakukan penelitian pada Koperasi Simpan Pinjam Karya Jaya Bersama Muara Enim bahwa nasabah koperasi tidak terlalu tertarik dengan media promosi tersebut yang sudah dilakukan dikarenakan pada media promosi brosur tersebut bahasanya kurang dimengerti serta isinya sulit dipahami, dan masyarakat menjadi jarang membacanya.

Maka dengan melakukan pembaharuan terhadap media promosi cetak dan media promosi elektronik tersebut diharapkan dapat membangun kesadaran tentang adanya destinasi, informasi, pengetahuan dan keinginan untuk menggunakan media promosi tersebut. Setelah dilakukannya wawancara dengan Ketua koperasi yaitu Bapak Vikram, memberikan penjelasan bahwa mereka tertarik akan menggunakan media promosi cetak dan media promosi elektronik tersebut.

Dari uraian tersebut dapat disimpulkan agar koperasi menjadi lebih baik dan efektif dalam melakukan kegiatan pemasarannya maka koperasi haruslah menerapkan media promosi cetak dan media promosi elektronik tersebut sehingga perkembangan

jumlah nasabah pada koperasi dapat berjalan dengan optimal serta menghasilkan peningkatan pada jumlah minat nasabah yang akan bergabung pada Koperasi Simpan Pinjam Karya Jaya Bersama Muara Enim.

## KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan pada bab-bab sebelumnya, dan menjawab rumusan masalah, tujuan penelitian serta mengacu pada proses dan hasil analisa data dalam penelitian ini, maka penulis mencoba menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Terjadinya penurunan minat nasabah pada Koperasi Simpan Pinjam Karya Jaya Bersama Muara Enim disebabkan karena media promosi brosur yang sudah tidak digunakan lagi dan terjadinya kondisi krisis ekonomi dikarenakan masyarakat terdampak pandemi covid-19 dan pasar mulai sepi serta tingkat kepercayaan pada koperasi menurun.
2. Belum optimalnya media promosi brosur yang digunakan pada Koperasi Simpan Pinjam Karya Jaya Bersama Muara Enim disebabkan karena Koperasi Simpan Pinjam Karya Jaya Bersama sudah tidak lagi menggunakan media promosi brosur tersebut. Media promosi brosur hanya dilakukan pada saat awal tahun berdirinya koperasi yaitu pada tahun 2016-2017.

## DAFTAR PUSTAKA

- Crow & crow. 2014. *Psikologi dalam Perspektif Islam*. Jakarta : Kencana
- Edilius & Sudarsono. 2015. *Ekonomi Koperasi*. Bandung : Alfabeta
- Howard dan Sheth. 2017. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung : Alfabeta
- [https:// Wvdsgn.wordpress.com/2018/02/19/jenis-jenis-media-promosi](https://Wvdsgn.wordpress.com/2018/02/19/jenis-jenis-media-promosi)
- Irantara, Yosol. 2005. *Media Relations Konsep, Pendekatan dan Praktis*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media
- Kotler dan Keller. 2017. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung : Alfabeta
- Masyaroh, Diani. 2016. *Upaya Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Pembiayaan di PT BPRS Bumi Artha Sampang kantor cabang Purwokerto*. (<http://repository.iainpurwokerto.ac.id>)
- Morisson. 2013. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta : Kencana

Pangestu, Ardi Teguh. 2016. *Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Anggota Pada Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Sumber Mulyo Ambulu Kabupaten Jember.*

(<https://repository.unej.ac.id/handle>)

Rahayu, Reza Sri. 2020. *Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Pada Bank Syariah Mandiri.*

(<https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/RezaSriRahayu>)

Shoel, William. 2018. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa.* Bandung : Alfabeta

Sistaningrum, Widyaningtyas. 2002. *Manajemen Penjualan Produk.* Jakarta : Kanisius

Stanton, Wiliam J. 2015. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa.* Bandung : Alfabeta

Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Bisnis.* Bandung : Alfabeta

Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kualitatif.* Bandung : Alfabeta

Swastha dan Irawan. 2017. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer.* Bandung : Alfabeta

Undang-Undang Koperasi Nomor 17 Tahun 2012 Tentang *Perkoperasian.* Bandung : Citra Umbara