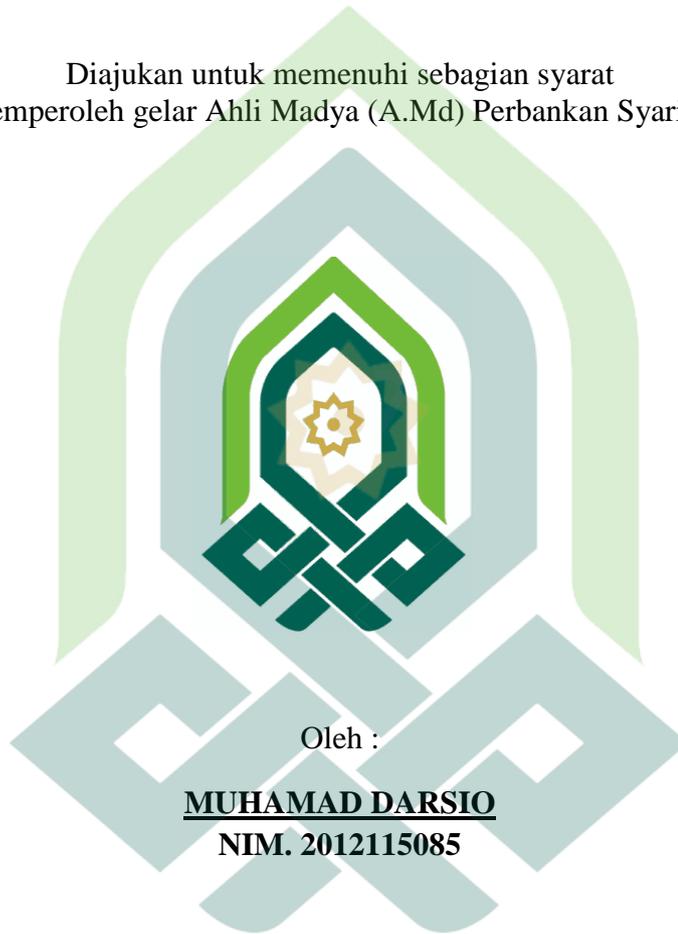


**STRATEGI PEMASARAN PRODUK SIMPANAN
PENDIDIKAN (SIDIK) DI KSPPS SMNU CABANG BATANG**

TUGAS AKHIR

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md) Perbankan Syariah



Oleh :

MUHAMAD DARSIO

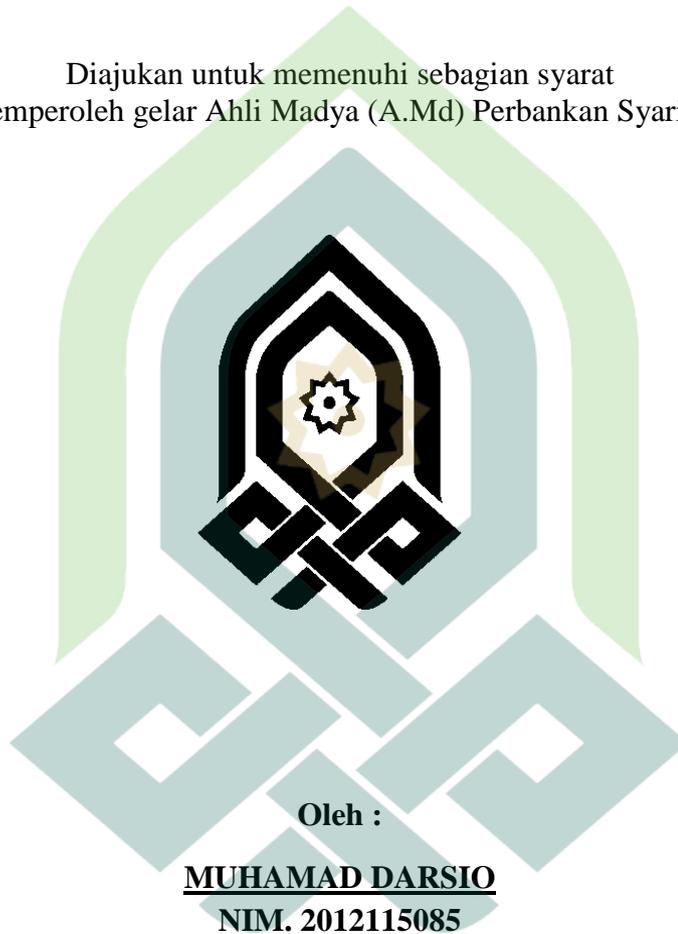
NIM. 2012115085

**JURUSAN D3 PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2018**

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK SIMPANAN
PENDIDIKAN (SIDIK) DI KSPPS SMNU CABANG BATANG**

TUGAS AKHIR

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md) Perbankan Syariah



Oleh :

MUHAMAD DARSIO
NIM. 2012115085

**JURUSAN D3 PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
TAHUN 2018**



SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhamad Darsio

Nim : 2012115085

Judul Tugas Akhir : Strategi Pemasaran Produk Simpanan Pendidikan
(SIDIK) di KSPPS SMNU Cabang Batang

menyatakan bahwa Tugas Akhir ini benar-benar hasil karya saya sendiri,
kecuali dalam bentuk kutipan yang penulis telah sebutkan sumbernya.
Apabila Tugas Akhir ini terbukti merupakan hasil duplikasi atau plagiasi,
maka saya bersedia menerima sanksi akademis dan dicabut gelarnya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 5 Januari 2019

Yang menandatangani



Muhamad Darsio
2012115085

NOTA PEMBIMBING

Siti Aminah Chaniago M.Si
Jln. Pemuda No. 101 Kalisalakasri
Kauman, Kec. Batang, Kab. Batang.

Lampiran : 4 (Empat) eksemplar
Hal : **Naskah Tugas Akhir
Sdr. Muhamad Darsio**

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Pekalongan
c/q. Ketua Jurusan Perbankan Syariah
di –
PEKALONGAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah tugas akhir saudara:

Nama : **Muhamad Darsio**
NIM : **2012115085**
Judul : **Strategi Pemasaran Produk Simpanan Pendidikan (SIDIK)
KSSP SMNU Cabang Batang**

Dengan ini saya mohon agar Tugas Akhir saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya saya sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 5 Januari 2019
Pembimbing,


Siti Aminah Chaniago, M. Si
NIP. 19680907 200604 2 001



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Pahlawan, Kajen, Kabupaten Pekalongan Telp. (0285) 412575 Fax. 423418

PENGESAHAN

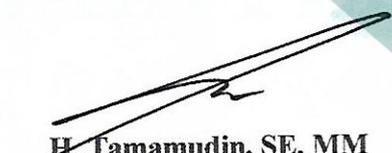
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara:

Nama : MUHAMAD DARSIO
NIM : 2012115085
Judul Skripsi : STRATEGI PEMASARAN PRODUK SIMPANAN
PENDIDIKAN (SIDIK) DI KSPPS SMNU CABANG
BATANG

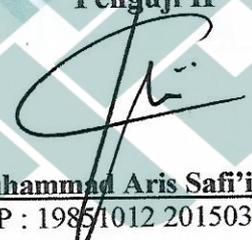
Telah diujikan pada hari Rabu, tanggal 06 Maret 2019 dan dinyatakan LULUS serta diterima sebagai sebagian syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md) perbankan Syariah.

Dewan Penguji

Penguji I

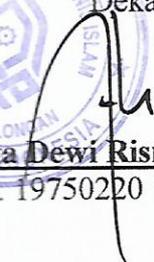

H. Famamudin, SE. MM
NIP. 19791030 2 00604 1 018

Penguji II


Muhammad Aris Safi'i M.E.I
NIP : 19851012 201503 1 004

Pekalongan, 15 Maret 2019

Disahkan oleh
Dekan,


Dr. Shinta Dewi Rismawati, S.H, M.H
NIP. 19750220 199903 2 001

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam Bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam Bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan Bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba	b	be
ت	ta	t	te
ث	sa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	jim	j	je
ح	ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha	kh	ka dan ha
د	dal	d	de



ذ	zal	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	ra	r	er
ز	zai	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	ain	ʿ	koma terbalik (di atas)
غ	gain	g	ge
ف	fa	f	ef
ق	qaf	q	qi
ك	kaf	k	ka
ل	lam	l	el
م	mim	m	em
ن	nun	n	en
و	wau	w	we
ه	ha	h	ha
ء	hamzah	ʾ	apostrof
ي	ya	y	ye



2. Vokal

Vokal Tunggal	Vokal Rangkap	Vokal Panjang
ا = a		أ = ā
إ = i	أَي = ai	إِي = ī
أ = u	أَوْ = au	أُ = ū

3. Ta Marbutah

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/. Contoh:

مرأة جميلة ditulis *mar'atun jamīlah*

Ta marbutah mati dilambangkan dengan /h/. Contoh:

فاطمة ditulis *fāṭimah*

4. Syaddad (tasydid, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi *syaddad* tersebut. Contoh:

ربنا ditulis *rabbānā*

البر ditulis *al-birr*

5. Kata sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu. Contoh:

الشمس ditulis *asy-syamsu*

الرجل ditulis *ar-rajulu*

السيدة ditulis *as-sayyidah*



Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qamariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu /l/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang. Contoh:

القمر	ditulis	<i>al-qamar</i>
البدیع	ditulis	<i>al-badī'</i>
الجالل	ditulis	<i>al-jalāl</i>

6. Huruf hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof (/'). Contoh:

أمرت	ditulis	<i>umirtu</i>
شيء	ditulis	<i>syai`un</i>



PERSEMBAHAN

Laporan Tugas Akhir ini saya persembahkan kepada:

1. Almameter tercinta IAIN Pekalongan khususnya Jurusan D3 Perbankan Syariah.
2. Bapak, Ibu Dosen IAIN Pekalongan khususnya Jurusan D3 Perbankan Syariah.
3. Kepada kedua orang tua saya tercinta, bapak Taryono dan ibu Casmuti terimakasih atas doa yang tulus yang tiada pernah putus, kerja keras serta pengorbanan yang engkau berikan selama ini dan kasih sayang yang selalu tercurah.
4. Kepada adik saya Urip Slamet Dardi dan kakak-kakak saya Bejo Slamet, Rokhim, Rokhmi, serta Simanjutak yang saya sayangi.
5. Kepada Diyah Susiana yang selalu mengingatkan, memberi semangat, suport dalam keadaan apapun dan setiap waktu.
6. Sahabat saya Domas Deva Ardalepa dan teman-teman seperjuangan D3 Perbankan Syariah angkatan 2015 khususnya kelas PBS C.



MOTTO

"Seseorang yang memiliki kebaikan dalam berbagai hal berarti memiliki pikiran yang baik. Dan seseorang yang memiliki pikiran yang baik mendapatkan kenikmatan hidup" (Badiuzzaman Said Nursi)

"Sebaik-baiknya manusia adalah yang paling bermanfaat bagi orang lain." (HR. Ahmad, ath-Thabrani, ad-Daruqutni)



ABSTRAK

Nama : Muhamad Darsio
NIM : 2012115085
Judul Tugas Akhir : Strategi Pemasaran Produk Simpanan Pendidikan (SIDIK)
di KSPPS SMNU Cabang Batang

Aktivitas pemasaran memiliki peranan penting dalam kegiatan usaha perusahaan maupun lembaga keuangan. Pada lembaga keuangan mikro seperti KSPPS SMNU Cabang Batang perlunya strategi pemasaran agar dapat bersaing pada pemasaran produk-produk serta jasa layanannya, salah satu produk yang dimiliki KSPPS SMNU Cabang Batang adalah simpanan pendidikan. Dengan adanya strategi pemasaran yang tepat pada produk simpanan pendidikan diharapkan KSPPS SMNU Cabang Batang dapat melakukan proses pemasaran dengan baik dan maksimal sehingga KSPPS SMNU dapat ikut serta dalam memberikan langkah kemudahan bagi anak-anak bangsa dalam memperoleh pendidikan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui prosedur operasional produk simpanan pendidikan di KSPPS SMNU Cabang Batang dan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran pada produk Simpanan Pendidikan di KSPPS SMNU Cabang Batang.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field reaserch*). Sumber datanya menggunakan data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Metode analisis datanya berupa analisis deskriptif kualitatif. Untuk menguji keabsahan data, menggunakan uji triangulasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa prosedur operasional pada produk simpanan pendidikan di KSPPS SMNU Cabang Batang meliputi prosedur pembukaan rekening, prosedur penyetoran simpanan, dan prosedur penarikan Simpanan Pendidikan. Adapun strategi pemasaran pada produk Simpanan Pendidikan di KSPPS SMNU Cabang Batang adalah dengan menggunakan strategi bauran pemasaran yang meliputi produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), orang (*people*), proses (*prosess*), dan bukti fisik (*physical evidence*). Selain itu strategi lain yang dilakukan adalah pembekalan pada marketing-marketing mengenai produk-produk KSPPS SMNU Cabang Batang khususnya produk SIDIK, strategi promosi dengan door to door atau dengan mendatangi anggota-anggota secara langsung, menjalin hubungan baik dengan anggota, marketing mendatangi secara langsung lembaga pendidikan untuk memberikan surat permohonan kerjasama serta menjelaskan lebih lanjut mengenai produk yang ditawarkan kepada pihak sekolah.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Simpanan Pendidikan, Bauran Pemasaran,
KSPPS SM NU.

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum Wr.Wb.

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunianya kepada penulis, sehingga penelitian Tugas Akhir ini dapat terselesaikan. Sholawat serta salam tidak lupa saya panjatkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW. Semoga kita termasuk golongan umatnya dan mendapatkan syafaatnya di *yaumul kiyamah*. Aamiin.

Tugas Akhir ini disusun sebagai syarat meraih gelar Ahli Madya Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan dengan judul “Strategi Pemasaran Produk Simpanan Pendidikan (SIDIK) di BPPS SMNU Cabang Batang”. Penulis mengakui bahwa semua ini tak akan terselesaikan tanpa bantuan dari semua pihak yang terlibat dalam penyusunan Tugas Akhir ini. Karena itulah pada kesempatan ini, penulis ingin mengungkapkan rasa terima kasih setulus-tulusnya kepada pihak-pihak yang telah membantu, membimbing, dan memotivasi penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan Tugas Akhir ini. Ucapan terima kasih saya tujukan kepada:

1. Bapak. Dr.H.Ade Dedi Rohayana M..Ag, selaku Rektor IAIN Pekalongan.
2. Ibu Dr. Shinta Dewi Rismawati, S. H., M. H, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
3. Bapak H.Tamamudin, SE., MM, selaku Ketua Jurusan D3 Perbankan Syariah.
4. Bapak H. Sam'ani, M.Ag, selaku Wali Dosen.



5 Bapak Siti Aminah Chaniago M.Si, selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir.

6 Bapak Aimmaturrohamat, SH, selaku Kepala Cabang KSPPS SM NU
Cabang Batang.

7 Para staff KSPPS SM NU Cabang Batang yang telah membantu memberikan
data kepada penulis.

8 Seluruh civitas Akademik IAIN Pekalongan.

9 Semua pihak yang telah membantu sampai terselesaikannya Tugas Akhir ini
yang tidak dapat kami sebutkan satu persatu.

Sekalipun penulis telah berusaha semaksimal mungkin dalam penulisan
Tugas Akhir ini, penulis menyadari masih terdapat kelemahan dan kekurangan,
karena itu penulis dengan senang hati menerima kritik dan saran yang bersifat
membangun untuk kesempurnaan Tugas Akhir ini pada kesempatan yang lain.
Akhirnya penulis berharap semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua
pihak.

Wassalamu'alikum Wr.Wb

Pekalongan, 5 Januari 2019

Penulis


Muhamad Darsio
2012115085



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	ii
NOTA PEMBIMBING ..	iii
PENGESAHAN	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ..	v
PERSEMBAHAN ..	ix
MOTO ..	x
ABSTRAK	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah .	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian .	5
E. Telaah Pustaka	5
F. Sistematika Penulisan	15



BAB II TINJAUAN TEORITIS

A. Strategi Pemasaran	
1. Pengertian Strategi Pemasaran	16
2. Fungsi Strategi Pemasaran	16
B. Bauran Pemasaran	
1. Produk (<i>product</i>)	19
2. Harga (<i>price</i>)	20
3. Tempat (<i>place</i>)	22
4. Promosi (<i>promotion</i>)	23
5. Orang (<i>people</i>)	25
6. Bukti/ Sarana Fisik (<i>physical Evidence</i>)	26
7. Proses (<i>process</i>)	27
C. Produk	27
D. Kerangka Berpikir	28

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	30
B. Pendekatan Penelitian	30
C. Subjek dan Objek Penelitian	30
D. Sumber Data	31
E. Teknik Pengumpulan Data	32
F. Analisis Keabsahan Data	33
G. Metode Analisis Data	34
H. Tahap-tahap Penelitian	36



BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

1. Sejarah KSPP Syariah SM NU Pekalongan 37
2. Struktur Organisasi KSPP Syariah SM NU Pekalongan 39
3. Sejarah Berdirinya KSPPS SMNU Cabang Batang 43
4. Gambaran Umum KSPPS SM NU Cabang Batang 43
5. Produk-produk KSPPS SM NU Cabang Batang 45
6. Gambaran Umum Produk Simpanan Pendidikan (SIDIK) 49

B. Analisis Data dan Pembahasan

1. Mekanisme Produk Simpanan Pendidikan (SIDIK)
di KSPPS SMNU Cabang Batang 53
2. Strategi Pemasaran Produk Simpanan Pendidikan (SIDIK)
di KSPPS SMNU Cabang Batang 56

BAB V PENUTUP

- A. Kesimpulan 71
- B. Saran 73

DAFTAR PUSTAKA

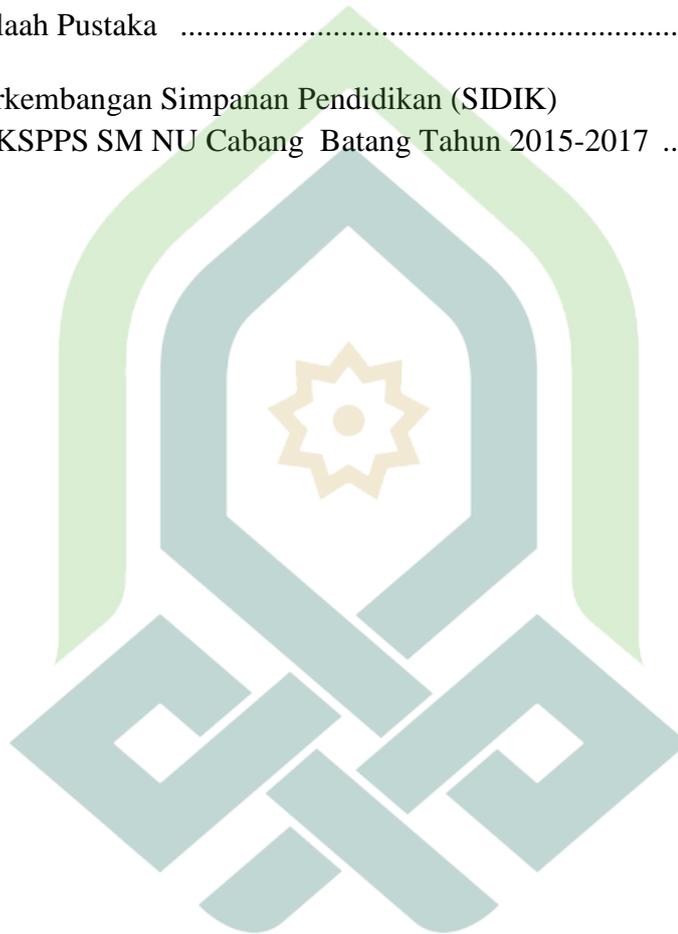
LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Data Jumlah Anggota Produk SIDIK di KSPPS SMNU Cabang Batang	3
Tabel 1.2. Telaah Pustaka	6
Tabel 4.1. Perkembangan Simpanan Pendidikan (SIDIK) di KSPPS SM NU Cabang Batang Tahun 2015-2017	51



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Berpikir 29

Gambar 4.1. Struktur Organisasi KSPPS SM NU Cabang
Batang Tahun 2018 44





DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Panduan Wawancara
- Lampiran 2 Transkrip Wawancara
- Lampiran 3 Surat Pengantar Penelitian dari IAIN Pekalongan
- Lampiran 4 Surat Keterangan telah melaksanakan penelitian dari KSPPS SM NU Cabang Batang
- Lampiran 5 Dokumentasi Foto
- Lampiran 6 Brosur Simpanan Pendidikan (SIDIK)

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Lembaga keuangan baik bank maupun non bank memiliki peranan yang penting bagi aktivitas perekonomian. Peran strategis bank dan lembaga keuangan bukan bank tersebut sebagai wahana yang mampu menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat secara efektif dan efisien kearah peningkatan taraf hidup rakyat. Sebagian besar masyarakat tidak terjangkau oleh pelayanan lembaga keuangan tersebut terutama masyarakat kecil/mikro. Maka lembaga keuangan syariah berdiri atas kebutuhan masyarakat yang tidak dapat akses ke bank-bank konvensional. Lembaga keuangan syariah menjadi alternatif untuk masyarakat mikro/kecil sebagai wadah untuk membantu permodalan maupun menyimpan dananya.

Baitul Maal Wattanwil (BMT) merupakan suatu lembaga yang terdiri dari dua istilah, yaitu baitul maal dan baitul tamwil. Baitul maal lebih mengarah pada usaha-usaha pengumpulan dan penyaluran dana yang nonprofit, seperti: zakat, infak, sedekah. Ada pun baitul tamwil sebagai usaha pengumpulan dana dan penyaluran dana komersial.¹

Lembaga ini didirikan dengan maksud untuk memfasilitasi masyarakat bawah yang tidak terjangkau oleh pelayanan bank islam atau BPR islam.

¹Ahmad Ridwan Hasan, *Manajemen Baitul Mal Wa Tamwi*, Cet.1, (Bandung:CV Pustaka Setia, 2003), hlm. 23.

Prinsip operasinya didasarkan atas prinsip bagi hasil, jual beli (*ijarah*), dan titipan (*wadiah*).²

Di Indonesia sendiri setelah berdirinya Bank Muamalat Indonesia (BMI) timbul peluang untuk mendirikan bank-bank yang berprinsip syari'ah. Oeperasionalisasi BMI kurang menjangkau usaha masyarakat kecil dan menengah, maka muncul usaha untuk mendirikan bank dan lembaga keuangan mikro, seperti BPR syari'ah dan BMT yang bertujuan untuk mengatasi hambatan operasional daerah.³

Perkembangan lembaga-lembaga keuangan syari'ah pun semakin banyak dan berkembang. Hal ini ditandai dengan banyaknya koperasi-koperasi, BMT-BMT juga bank-bank yang membuka layanan syari'ah. Tetapi nama BMT sekarang sudah diganti dengan nama KSPPS (Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syari'ah) yang telah ditetapkan oleh pemerintah. KSPPS SMNU inilah sebagai salah satu lembaga keuangan syari'ah yang bergerak dibidang Simpan Pinjam Syari'ah dan selalu mengutamakan pelayanan yang baik bagi setiap anggota. Peran serta MWC NU setempat yang memberikan peluang untuk menarik masyarakat untuk memanfaatkan lembaga keuangan yang dibuat para pelopor Nahdlotul Ulama' ini.⁴

Melalui kegiatan-kegiatan dan berbagai jasa yang ditawarkan, KSPPS SMNU juga melayani kebutuhan masyarakat serta melancarkan mekanisme sistem simpan pinjam bagi setiap anggota masyarakat.

² Nurul Huda dan Mohamad Heykal, *Lembaga Keuangan Islam*, Cet. (Jakarta: Prenada media group, 2010), hlm. 363.

³ Nurul Huda dan Mohamad Heykal, *Lembaga Keuangan Islam.....*hlm. 363.

⁴ Aimmaturohmat, *Strategi Pemasaran Produk Sikurnia di KSPPS SM NU Pekalongan cabang Batang*, makalah diberikan pada saat wawancara, 07 November 2017.

KSPPS SMNU merupakan lembaga keuangan yang tidak pernah lepas dari masalah simpanan, bahkan itu adalah salah satu kegiatan utamanya. Salah satu produk simpanan tersebut ialah Simpanan Pendidikan (SIDIK).

KSPPS SM NU juga memiliki beberapa kantor cabang yang salah satunya adalah kantor Cabang Batang, yang saat ini di kepalai oleh bapak Aimmaturohmat, S.HI. berdasarkan data yang saya dapatkan dari beliau bahwa jumlah anggota produk Simpanan Pendidikan (SIDIK) pada KSPPS SMNU Cabang Batang, selama 3 tahun terakhir ini dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 1.1

Data jumlah anggota produk SIDIK di KSPPS SMNU Cabang Batang:⁵

Tahun	Keterangan	Presentase
2015	50	-
2016	73	46%
2017	81	11%

Dari data diatas dapat dilihat, bahwa setiap tahunnya produk Simpanan Pendidikan pada KSPPS SMNU Cabang Batang mengalami kenaikan.

Untuk itu diperlukan adanya strategi pemasaran yang baik untuk hasil yang lebih baik dan agar dapat bersaing dengan koperasi atau BMT yang lainnya.

⁵Hasil Wawancara dengan Aimaturohmat (kepala cabang), KSPPS SM NU Cabang Batang, pada Tanggal 20 September 2018, pukul 11.00 WIB.

Dengan adanya strategi pemasaran yang tepat diharapkan KSPPS SMNU Cabang Batang dapat melakukan proses pemasaran dengan baik dan maksimal sehingga KSPPS SMNU ikut serta dalam memberikan langkah kemudahan bagi anak-anak bangsa dalam memperoleh pendidikan.

Mengacu pada uraian latar belakang diatas, maka peneliti ingin mengadakan penelitian dengan mengangkat judul: **"Strategi Pemasaran Produk Simpanan Pendidikan (SIDIK) di KSPPS SM NU Cabang Batang"**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut diatas maka permasalahan yang akan dibahas pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana mekanisme produk simpanan pendidikan di KSPPS SMNU Cabang Batang?
2. Bagaimana strategi pemasaran produk simpanan pendidikan di KSPPS SMNU Cabang Batang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai peneliti adalah

1. Untuk mengetahui prosedur operasional produk simpanan pendidikan di KSPPS SMNU Cabang Batang.
2. Untuk mengetahui lebih lanjut tentang strategi pemasaran produk Simpanan Pendidikan di KSPPS SMNU Cabang Batang.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat bagi penulis

Melatih bekerja dan berfikir kreatif dengan mencoba mengaplikasikan teori-teori yang diperoleh dalam perkuliahan serta memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar Ahli Madya pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Institut Agama Islam Negeri Pekalongan.

2. Manfaat bagi KSPPS SMNU Cabang Batang

Penelitian ini dapat memperkenalkan eksistensi KSPPS SMNU Cabang Batang pada masyarakat luas dan dapat memberi informasi dan pengetahuan tambahan yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan acuan usaha secara syariah.

E. Telaah Pustaka

Untuk menghindari adanya penelitian ulang yang dianggap sebagai bentuk plagiasi, berikut penulis paparkan beberapa penelitian terdahulu terkait strategi pemasaran diantaranya adalah sebagai berikut:

Tabel 1.2

Telaah Pustaka

No	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
1	Woro Permata, 2012113043 “Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Mudharabah (MDA) di BMT SM-NU Muawanah Kramat cabang Pemalang”	Hasil penelitian yang diperoleh adalah strategi KSPPS SM NU Muawanah Kramat cabang Pemalang dalam memasarkan pembiayaan <i>mudharabah</i> (MDA) yaitu dengan segmentasi pasar, <i>targeting</i> , <i>positioning</i> , dan <i>marketing mix</i> (bauran pemasaran). Pada <i>marketing mix</i> ada 7 variabel yaitu produk (<i>product</i>), harga (<i>price</i>), distribusi (<i>place</i>), promosi (<i>promotion</i>) yang terdiri dari periklanan (<i>advertising</i>), penjualan pribadi (<i>personal selling</i>), publisitas (<i>publicity</i>), orang (<i>people</i>),	Perbedaan ini lebih mengacu pada strategi pemasaran produk pembiayaan <i>mudharabah</i> . Sedangkan penulis sendiri lebih mengacu pada penerapan strategi pemasaran untuk produk simpanan. ¹⁹ Perbedaan juga terletak pada tempat penelitian.

¹⁹Woro Permata, “Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan *Mudharabah* (MDA) di BMT SM NU Muawanah Kramat Cabang Pemalang” (Pekalongan: Tugas Akhir STAIN Pekalongan, 2016).

		bukti fisik (<i>physical evidience</i>), dan proses (<i>process</i>). Dengan lokasi yang strategis dan kemudahan dalam melakukan pembiayaan <i>mudharabah</i> menjadi faktor pendorong strategi pemasaran pembiayaan <i>mudharabah</i> namun tingkat transparasi yang rendah serta pertanggung jawaban anggota terhadap BMT akan penyampaian laporan keuangan secara rutin menjadi faktor utama penghambat dalam pembiayaan <i>mudharabah</i> .	
2.	Zaidah 2012110022 “Analisis <i>marketing mix</i> dalam Pemasaran produk simpanan pendidikan anak di BMT El Fairus Pekalongan”	Hasil penelitian ini adalah mekanisme simpanan pendidikan anak di BMT EL Fairus sangat mudah diantaranya yaitu, ,menjadi menjadi anggota El fairus, mengisi dan menandatangani formulir, melampirkan foto copy ktp atau identitas lainnya. Strategi	Perbedaan peneliti ini lebih mengacu pada analisis <i>marketing mix</i> dalam pemasaran produk simpanan pendidikan anak. ²⁰ Sedangkan penulis sendiri lebih mengacu pada penerapan strategi pemasaran untuk produk simpanan pendidikan . Dilihat dari produknya juga berbeda, peneliti lebih fokus pada produk

²⁰ Zaidah, “Analisis *Marketing Mix* dalam Pemasaran Produk Simpanan Pendidikan Anak Periode 2011-2013 Studi Kasus di KJKS BMT El-Fairuz Pekalongan” (Pekalongan: *Tugas Akhir STAIN Pekalongan*)

		<p><i>marketing mix</i> yang digunakan menggunakan unsur 7P yang dijadikan sebagai alat untuk memasarkan produk-produk BMT EL Fairus. Elemen-elemen tersebut antara lain produk, harga, saluran distribusi, promosi, orang, bukti fisik, dan proses diterapkan dalam pemasaran produk BMT khususnya produk simpanan pendidikan anak.</p>	<p>simpanan pendidikan anak, sedangkan penulis lebih fokus pada pendidikan lebih umum, tempat penelitiannya juga berbeda.</p>
3.	<p>Cicik Erma Noviayuqi 2012110031 dengan judul “Strategi Bauran Pemasaran dalam Produk Simpanan Hari raya di KJKS BMT El-Fairuz Pekalongan”</p>	<p>Strategi bauran pemasaran yang telah dilakukan mendapatkan hasil yang baik bagi KJKS BMT El-Fairuz Pekalongan maupun masyarakat, hal tersebut dapat dibuktikan setidaknya dengan tiga indikator. Pertama, perkembangan jumlah nasabah tiap tahunnya yang telah didapat selama tiga tahun terakhir. Kedua, bertambah luasnya pasar sasaran.</p>	<p>Perbedaan terletak pada produk yang diteliti dan tempat penelitian.²¹</p>

²¹Cicik Erma Noviayuqi, “ Strategi Bauran Pemasaran dalam Produk Simpanan Hari raya di KJKS BMT El-Fairuz Pekalongan” (Pekalongan: *Tugas Akhir STAIN Pekalongan*, 2014).

		Ketiga, meningkatnya kepercayaan dan loyalitas nasabah.	
4.	Ririn Widiawati ,2015 “Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah pada Bank Mega Syariah Cabang Ungaran”	dari hasil yang peneliti dapatkan tersebut bahwa produk pembiayaan murabahah yang terdapat pada Bank Mega Syariah yaitu murabahah dengan wakalah dan murabahah tanpa wakalah dan Strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah menggunakan sistem <i>door to door</i> , iklan seperti brosur, spanduk, media elektronik dan jemput bola.	Perbedaan terletak pada produk yang diteliti dan tempat penelitian. ²²
5	Diennur Fitri Rosifa, 2015, “Analisis Strategi Pemasaran Produk Simpanan Di Bmt El Labana Semarang Dalam	Strategi pemasaran yang digunakan oleh BMT El Labana dalam penjualan produknya yaitu dengan: strategi produk , Strategi harga, Strategi promosi Dan BMT El Labana juga menetapkan strategi pemasaran seperti	Perbedaannya ialah terletak pada tempat penelitian dan produk yang diteliti. Pada penelitian yang dilakukan Diennur Fitri Rosifa membahas tentang strategi pemasaran produk simpanan di Bmt El-Labana

²²Ririn Widiawati, “Strategi Bauran Pemasaran dalam Produk Pembiayaan Murabahah pada Bank Mega Syariah Cabang Ungaran” (Semarang: *Skripsi UIN Walisongo*, 2015).

	Meningkatkan Keunggulan Kompetitif”	menetapkan target dalam hal ini harus ditetapkan beberapa target funding yang akan di himpun agar marketing termotifasi melakukan kinerja yang maksimal. Serta melakukan inovasi pendanaan dan pencitraan (brand image).	Semarang ²³ , sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis membahas tentang strategi pemasaran produk simpanan pendidikan di KSPPS SMNU Cabang Batang.
6	Tita Lestari, 2015, “Analisis Strategi Pemasaran pada Produk Tamara (Tabungan Mandiri Sejahter) di BMT El-Labana Semarang”	Strategi pemasaran BMT El-Labana Semarang menggunakan konsep 4P, yaitu : <i>Product</i> (produk), BMT menawarkan produk TAMARA dengan jujur. <i>Price</i> (harga), setoran yang ditentukan pihak BMT tidak memberatkan anggota. <i>Place</i> (tempat/saluran distribusi), tempat yang strategis dan nyaman. <i>Promotion</i> (promosi). Sedangkan untuk model strategi pemasaran yang dilakukan BMT El-Labana Semarang yaitu dengan	Perbedaannya ialah terletak pada tempat penelitian dan produk yang diteliti. Pada penelitian yang dilakukan Tita Lestari membahas strategi pemasaran pada produk tamara di Bmt El-Labana Semarang ²⁴ , sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis membahas tentang strategi pemasaran produk simpanan pendidikan di KSPPS SMNU Cabang Batang.

²³ Diennur Fitri Rosifa, “Analisis Strategi Pemasaran Produk Simpanan Di Bmt El Labana Semarang Dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif” (Semarang: *Skripsi UIN Walisongo*, 2015)

²⁴ Tita Lestari, “Analisis Strategi Pemasaran pada Produk Tamara (Tabungan Mandiri Sejahter) di BMT El-Labana Semarang” (Semarang: *Skripsi UIN Walisongo*, 2015)

		sistem jemput bola, menjalin kerjasama dengan mitra baru, serta melalui media pemasaran seperti mencetak brosur, pengajian, bakti sosial, sosialisasi ke arisan Dasa Wisma.	
7	Desta Marta Nita, 2017, “Analisis Strategi Pemasaran Produk BMT dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif dalam Prespektif Ekonomi Islam (Studi Pada BMT Sepakat Sejahtera Bersama Cabang Sukarame Bandar Lampung)”	Strategi pemasaran yang dilakukan oleh BMT Sepakat Sejahtera Bersama Cabang Sukarame Bandar Lampung menggunakan strategi-strategi yang terdiri dari komponen Bauran Pemasaran yaitu produk, Harga, Tempat, dan Promosi. Strategi harga dilakukan dengan penetapan harga yang menyesuaikan dengan kemampuan nasabah. Strategi tempat dilakukan dengan memilih lokasi yang terjangkau bagi nasabah dan calon nasabah. Strategi promosi dilakukan dengan meluruskan niat, jemput bola,	Perbedaannya ialah terletak pada tempat penelitian , produk yang diteliti dan rumusan masalah. Pada penelitian yang dilakukan Desta Marta Nita membahas tentang strategi pemasaran produk BMT Sepakat Sejahtera Bersama Cabang Sukarame Bandar Lampung dalam meningkatkan keunggulan kompetitif dalam prespektif Ekonomi Islam ²⁵ , sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis membahas tentang strategi pemasaran produk simpanan pendidikan di KSPPS SMNU Cabang Batang.

²⁵ Desta Marta Nita, “Analisis Strategi Pemasaran Produk BMT dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif dalam Prespektif Ekonomi Islam (Studi Pada BMT Sepakat Sejahtera Bersama Cabang Sukarame Bandar Lampung)”, (Lampung: *Skripsi IAIN Raden Intan Lampung*, 2017).

		<p>pelayanan yang baik, memperluas jaringan kerjasama dan periklanan seperti menyebar brosur. Hasil penelitian juga menyimpulkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh BMT Sepakat Sejahtera Bersama sudah sesuai dengan nilai-nilai dan prinsip Ekonomi Islam yaitu Adl dan Takaful.</p>	
8	<p>Akbar Kurniawan, 2017, “Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Divisi Marketing BMT Syamil Ampel”</p>	<p>Hasil dari penelitian ini bahwa BMT Syamil Ampel menggunakan tiga strategi yaitu: <i>segmenting</i>, <i>targeting</i>, dan <i>positioning</i>. <i>Segmenting</i> yaitu mengelompokkan calon anggota, dari segi geografis dan demografis. <i>Targeting</i> yaitu menentukan pasar sasaran berdasarkan full market coverage, dan <i>positioning</i> yaitu memposisikan produk tabungan. Hambatan yang dialami BMT Syamil Ampel yaitu persaingan antar lembaga</p>	<p>Perbedaannya ialah terletak pada rumusan masalah, tempat penelitian dan produk yang diteliti. Pada penelitian yang dilakukan Akbar Kurniawan membahas tentang analisis strategi pemasaran produk tabungan divisi <i>marketing</i> BMT Syamil Ampel²⁶, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis membahas tentang strategi pemasaran produk simpanan pendidikan di KSPPS SMNU Cabang Batang.</p>

²⁶ Akbar Kurniawan, “Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Divisi Marketing BMT Syamil Ampel”, (Salatiga: *Tugas Akhir IAIN Salatiga*, 2017).

		keuangan, tempat atau daerah yang kurang mendukung.	
9	Rikat Pulung Kamaludin, 2012112007 “Strategi Bauran Pemasaran (<i>marketing mix</i>) Pada Produk Tabungan Tarbiyah di KJKS BMT Bahtera Cabang Pekalongan”	Hasil penelitian ini adalah KJKS BMT Bahtera Cabang Pekalongan menerapkan elemen 7p dalam bauran pemasaran yaitu meliputi: produk (<i>product</i>), harga (<i>price</i>), distribusi (<i>place</i>), promosi (<i>promotion</i>), orang (<i>people</i>), bukti fisik (<i>physical evidence</i>), dan proses (<i>process</i>) untuk meningkatkan jumlah anggota dari tahun ke tahunnya. Selain menerapkan strategi <i>marketing mix</i> pada produk tabungan tarbiyah KJKS BMT Bahtera cabang pekalongan menerapkan pentingnya segmen pemasaran, target pemasaran, dan posisi pemasaran untuk menjadikan produk tabungan tarbiyah sebagai produk unggulan.	Perbedaannya ialah terletak pada tempat penelitian dan produk yang diteliti. Pada penelitian yang dilakukan Rikat Pulung Kamaludin membahas tentang strategi bauran pemasaran (<i>marketing mix</i>) pada produk tabungan tarbiyah di KJKS BMT Bahtera Cabang Pekalongan ²⁷ , sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis membahas tentang strategi pemasaran produk simpanan pendidikan di KSPPS SMNU Cabang Batang.

²⁷ Rikat Pulung Kamaludin, “Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Pada Produk Tabungan Tarbiyah Di KJKS BMT Bahtera Cabang Pekalongan” (Pekalongan: *Tugas Akhir STAIN Pekalongan*, 2015).

10	Vina Naila Rosana, 2016, “Strategi Pemasaran Produk Simpanan Hasanah di BMT Mitra Hasanah Genuk Semarang”	Strategi pemasaran yang dilakukan oleh BMT Mitra Hasanah Genuk Semarang yaitu dengan periklanan, media periklanan yang dilakukan oleh BMT yaitu dilakukan dalam bentuk brosur, internet, mmt, dan souvenir. Selain periklanan adapula penualan pribadi dalam praktiknya marketing BMT Mitra Hasanah melayani serta mempengaruhi, menawarkan, dan mensosialisasikan produknya kepada mitra nya secara langsung. Adapula publisitas yang dilakukan BMT melalui kegiatan tausiyah di area yayasan sekolah yang menadi kegiatan waib satu bulan sekali pada minggu trakhir bulan tersebut dibarengi dengan kegiatan pemberian doorprize kegiatan.	Perbedaannya ialah terletak pada tempat penelitian dan produk yang diteliti. Pada penelitian yang dilakukan Vina Naila Rosana membahas tentang strategi pemasaran produk simpanan hasanah di BMT Mitra Hasanah Genuk Semarang ²⁸ , sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis membahas tentang strategi pemasaran produk simpanan pendidikan di KSPPS SMNU Cabang Batang.
----	---	---	--

²⁸ Vina Naila Rosana, “Strategi Pemasaran Produk Simpanan Hasanah di BMT Mitra Hasanah Genuk Semarang” (Semarang: *Skripsi UIN Walisongo*, 2016)

Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang: latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, telaah pustaka dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN TEORITIS

Meliputi konsep strategi pemasaran, bauran pemasaran, produk, dan kerangka berpikir.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisikan tentang jenis penelitian, pendekatan penelitian, subjek dan objek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, analisis keabsahan data, metode analisis data, dan tahap-tahap penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Membahas tentang profile tentang KSPPS SM NU Cabang Batang, menjelaskan tentang sejarah serta perkembangan KSPPS SM NU Cabang Batang, visi misi, dan produk-produk yang telah dipasarkan KSPPS SM NU Cabang Batang. Membahas tentang hasil pengamatan yang telah penulis lakukan dan pembahasan permasalahan yang ada.

BAB V PENUTUP

Pada bab penutup berisi kesimpulan dari penelitian dan saran

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari pembahasan yang telah dijabarkan oleh penulis dalam TA ini, penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Mekanisme Produk Simpanan Pendidikan (SIDIK) di KSPPS SMNU Cabang Batang

Dari penelitian yang telah dilakukan, bahwasanya produk simpanan pendidikan ini memiliki mekanisme dengan melakukan prosedur dan memenuhi persyaratan, syarat-syarat yang harus dipenuhi sebagai berikut:

- a) Calon anggota datang ke kantor KSPPS SM NU Cabang Batang
- b) Menyerahkan identitas diri (KTP, SIM atau sejenisnya)
- c) Mengisi permohonan keanggotaan dan formulir pembukaan rekening simpanan
- d) Simpanan minimal Rp. 10.000,-
- e) Membayar setoran Rp. 15.000,- (bagi anggota baru), setoran ini dilakukan cukup 1 kali
- f) Membayar biaya administrasi pembukaan rekening Rp. 2.000,-
- g) Teller menginput data ke komputer dan mencetak buku tabungan

2. Strategi Pemasaran produk Simpanan Pendidikan di KSPPS SMNU

Cabang Batang.

Strategi pemasaran yang dilakukan KSPPS SMNU Cabang Batang dalam memasarkan produk simpanan pendidikan adalah dengan menggunakan strategi bauran pemasaran yang meliputi produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), orang (*people*), proses (*prosess*), bukti fisik (*physical evidence*).

Selain menggunakan strategi bauran pemasaran diatas, KSPPS SM NU Cabang Batang mempunyai strategi khusus dalam memasarkan produk simpanan pendidikan. Strategi khusus tersebut antara lain:

- a. Pembekalan pada marketing-marketing mengenai produk-produk KSPPS SMNU Cabang Batang khususnya produk SIDIK.
- b. Strategi promosi dengan door to door atau dengan mendatangi anggota-anggota secara langsung.
- c. Menjalin hubungan baik dengan anggota.
- d. Mengajak guru-guru yang dikenal untuk bekerja sama dengan KSPPS SMNU Cabang Batang.
- e. Marketing mendatangi secara langsung lembaga pendidikan seperti SD, SLTP, MI, MTS, TPQ, RA, dll untuk memberikan surat permohonan kerjasama serta menjelaskan lebih lanjut mengenai produk yang ditawarkan kepada pihak sekolah.

Namun diantara beberapa strategi pemasaran produk tabungan pendidikan yang diterapkan KSPPS SMNU Cabang Batang, masih

terdapat beberapa hal yang perlu perhatian demi meningkatkan citra KSPPS di depan para calon anggota atau anggotanya yaitu masih kurangnya strategi promosi periklanan dari segi media sosial yang kurang masif.

Berdasarkan analisis diatas, bahwasanya KSPPS SMNU Cabang Batang dalam membuat perumusan strategi pemasaran produk simpanan pendidikan adalah dengan memperhatikan kebutuhan masyarakat, sumber daya yang dimiliki KSPPS serta mengacu pada bauran pemasaran. Dengan menggunakan strategi tersebut diharapkan dapat meningkatkan minat masyarakat untuk bergabung bersama KSPPS SMNU Cabang Batang dan membuka rekening simpanan pendidikan (SIDIK).

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan, maka berikut ini beberapa saran yang bisa dipertimbangan untuk kemajuan dan perkembangan untuk lembaga keuangan terkait, yaitu:

1. KSPPS SMNU Cabang Batang hendaknya secara terus menerus melakukan pembaharuan dalam pelayanan dan produk, sehingga anggota semakin percaya dengan peran dan manfaat KSPPS.
2. KSPPS SMNU Cabang Batang hendaknya bisa meningkatkan periklanan melalui media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Anwar, Saifuddin. 2001. *Metode Penelitian*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Azwar. 1998. *Metode Penelitian*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Bungin, Burhan. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Rajawali Pers. Jakarta.
- Bungin, Burhan. 2011. *Penelitian Kualitatif*. Kencana Prenada Media Group. Cet. 5. Jakarta
- Ghony, Djunaidi, Fauzan Almanshur. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Ar-Ruzz Media. Cet. 1. Yogyakarta.
- Hasan, Ali. 2010. *marketing Bank Syariah*. Ghalia Indonesia, Cet. Ke-1, Bogor.
- Hasan, Ahmad Ridwan. 2003. *Manajemen Baitul Mal Wa Tamwi*. CV Pustaka Setia, Cet.1. Bandung.
- Hidayati, Nurul. *Metodologi Penelitian Dakwah dengan Pendekatan Kualitatif*. UIN Jakarta Press. Jakarta.
- Huda, Nurul, Mohamad Heykal. 2010. *Lembaga Keuangan Islam*, Prenadamedia group, Cet.1. Jakarta.
- Hurriyati, Ratih. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Alfabeta, Cet. Ke-3. Bandung.
- Ismail. 2010. *Manajemen Perbankan Dari Teori Menuju Aplikasi*, Kencana prenada media group, Cet. Ke-1. Jakarta.
- Kasmir. 2015. *Manajemen Perbankan*, Rajawali Pers Cet. Ke-13. Jakarta.
- Swasta, Basu, Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty Yogyakarta, Cet. Ke-13. Yogyakarta.
- Philip Kotler. 1995. *Manajemen Pemasaran (analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian)*, penerjemah ancilla Antawati Hermawan. Salemba Empat . Jakarta

Siyoto, Sandu. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing. Cet. Ke-1. Yogyakarta.

Sarian Wijatno. 2009. *Pengantar Entrepreneurship*. Jakarta: PT. Grasindo.

B. Penelitian Terdahulu

Cicik Erma Noviayuqi, “Strategi Bauran Pemasaran dalam Produk Simpanan Hariraya di KJKS BMT El-Fairuz Pekalongan” (Pekalongan: *Tugas Akhir STAIN Pekalongan*, 2014).

Ririn Widiawati “Strategi Bauran Pemasaran dalam Produk Pembiayaan Murabahah pada Bank Mega Syariah Cabang Ungaran” (Semarang: *Skripsi UIN Walisongo*, 2015).

Woro Permata, “Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan *Mudharabah*(MDA) di BMT SM NU Muawanah Kramat cabang Pemalang” (Pekalongan: *Tugas Akhir STAIN Pekalongan*, 2016).

Zaidah, “Analisis *Marketing Mix* dalam Pemasaran Produk Simpanan Pendidikan Anak Periode 2011-2013 Studi Kasus di KJKS BMT El-Fairuz Pekalongan” (Pekalongan: *Tugas Akhir STAIN Pekalongan*)

Diennur Fitri Rosifa, “Analisis Strategi Pemasaran Produk Simpanan Di Bmt El Labana Semarang Dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif” (Semarang: *Skripsi UIN Walisongo*, 2015)

Tita Lestari, “Analisis Strategi Pemasaran pada Produk Tamara (Tabungan Mandiri Sejahter) di BMT El-Labana Semarang” (Semarang: *Skripsi UIN Walisongo*, 2015)

Desti Marta Nita, “Analisis Strategi Pemasaran Produk BMT dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif dalam Prespektif Ekonomi Islam (Studi Pada BMT Sepakat Sejahtera Bersama Cabang Sukarame Bandar Lampung)” (Lampung: *Skripsi IAIN Raden Intan Lampung*, 2017).

Akbar Kurniawan, “Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Divisi Marketing BMT Syamil Ampel” (Salatiga: *Tugas Akhir IAIN Salatiga*, 2017).

Rikat Pulung Kamaludin, “Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Pada Produk Tabungan Tarbiah Di KJKS BMT Bahtera Cabang Pekalongan” (Pekalongan: *Tugas Akhir STAIN Pekalongan*, 2015).

Vina Naila Rosana, “Strategi Pemasaran Produk Simpanan Hasanah di BMT Mitra Hasanah Genuk Semarang” (Semarang: *Skripsi UIN Walisongo*, 2016)

C. Wawancara

Prasetyo, *Marketing KSPPS SMNU Cabang Batang*, Wawancara, Pekalongan, 22 November 2018.

Aimmaturohmat, *Kepala Cabang KSPPS SM NU Cabang Batang*, Wawancara, Pekalongan 15 November 2018.

Mariyati, *Anggota Produk Simpanan Pendidikan*, Wawancara, Pekalongan 08 Maret 2019

Riyandi, *Anggota Produk Simpanan Pendidikan*, Wawancara, Pekalongan 08 Maret 2019

Sumiyati, *Anggota Produk Simpanan Pendidikan*, Wawancara, Pekalongan 08 Maret 2019

Dewi, *Anggota Produk Simpanan Pendidikan*, Wawancara, Pekalongan 08 Maret 2019

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Muhamad Darsio
NIM : 2012115085
Agama : Islam
Jenis kelamin : Laki-laki
Tempat, tgl lahir : Batang, 28 Juni 1996
Alamat : Desa Juragan Rt 03/03 Kec. Kandeman Kab. Batang
Nama Orang Tua : Taryonio dan Casmuti

RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SD
2. SMP
3. SMA
4. IAIN Pekalongan

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Batang, 8 Januari 2018



Muhamad Darsio
2012115085





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
UNIT PERPUSTAKAAN

Jl.Kusuma bangsa No.9 Pekalongan.Telp.(0285) 412575 Faks (0285) 423418
Website :perpustakaan iain-pekalongan.ac.id |Email : perpustakaan@iain
pekalongan. ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika IAIN Pekalongan, yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : **MUHAMAD DARSIO**
NIM : **2012115085**
Jurusan/Prodi : **D3 PERBANKAN SYARIAH**

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada
Perpustakaan IAIN Pekalongan, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Tugas Akhir Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

**“STRATEGI PEMASARAN PRODUK SIMPANAN PENDIDIKAN (SIDIK) DI
KSPPS SMNU CABANG BATANG”**

beserta perangkat yang di perlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksekutif ini
Perpustakaan IAIN Pekalongan berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan,
mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan
menampilkan/mempublikasikannya lewat internet atau media lain secara **fulltext** untuk
kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama
saya sebagai penulis/pencipta atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan
IAIN Pekalongan, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta
dalam karya ilmiah saya ini

Dengan demikian ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Pekalongan, Maret 2019



MUHAMAD DARSIO
NIM. 2012115085

NB: Harap diisi, ditempel meterai dan ditandatangani
Kemudian diformat pdf dan dimasukkan dalam cd.



KOPERASI SIMPAN PINJAM DAN PEMBIAYAAN SYARIAH
KSPS SYARIAH SM NU KOTA PEKALONGAN

BADAN HUKUM NOMOR : 180 / 135 / 2004 TANGGAL 1 OKTOBER 2004

Kantor Pusat : Kompleks Gedung Aswaja, Jl. Sriwijaya 2, Pekalongan Telp./faks. (0285) 4415700, (0285) 4460518
e-mail : nahdlatut_tujjar@yahoo.co.id

SURAT KETERANGAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Bersama ini KSPPS SM NU Cabang Batang, menerangkan bahwa:

Nama : Muhamad Darsio

NIM : 2012115085

Jurusan : D3 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Telah melakukan penelitian untuk penulisan Tugas Akhir di KSPPS SM NU Cabang Batang yang berjudul:

"STRATEGI PEMASARAN PRODUK SIMPANAN PENDIDIKAN (SIDIK) DI KSPPS SMNU CABANG BATANG"

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Batang, 5 Januari 2019


Aminahurrohmah S. Hi
Kepala Cabang