

**PENERAPAN STRATEGI PROMOSI PRODUK SIMPANAN HAJI
DAN UMROH (SAHAROH) DI KSPPS BMT AN-NAJAH
WIRADESA KABUPATEN PEKALONGAN**

TUGAS AKHIR

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



Oleh:

ANGGI MAGHFIROH
NIM. 2012115086

**JURUSAN D3 PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2019**





SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : ANGGI MAGHFIROH

NIM : 2012115086

Jurusan : D3 PERBANKAN SYARIAH

Menyatakan bahwa Tugas Akhir yang berjudul “PENERAPAN STRATEGI PROMOSI PRODUK SIMPANAN HAJI DAN UMROH (SAHAROH) DI KSPPS BMT AN-NAJAH WIRADESA KABUPATEN PEKALONGAN” adalah benar-benar karya sendiri, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah disebutkan sebelumnya.

Demikian surat ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila tidak benar saya bersedia mendapat sanksi akademis dan dicabut gelarnya.

Pekalongan, 25 November 2018

Deklarator

METERAI
TEMPEL
TGL. 20
BE106AFF729132426
6000
ENAM RIBU RUPIAH
ANGGI MAGHFIROH
NIM. 2012115086

NOTA PEMBIMBING

H. Tamamudin, S.E,M.M

Jl. KH A. Dahlan No 3

Lamp : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Tugas Akhir Sdr. Anggi Maghfiroh

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

c/q Ketua Jurusan Perbankan Syariah

di

PEKALONGAN

Assalamualaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini kami kirimkan naskah Tugas Akhir saudara:

Nama : **ANGGI MAGHFIROH**

NIM : **2012115086**

Prodi : D3 Perbankan Syariah

Judul : Penerapan Strategi Promosi Produk Simpanan Haji Dan Umroh (Saharoh) Di KSPPS BMT An-Najah Wiradesa Kabupaten Pekalongan

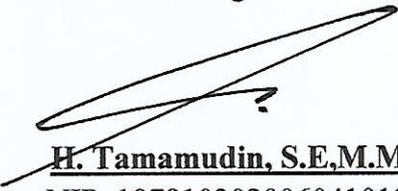
dengan ini mohon agar Tugas Akhir saudara tersebut dapat segera dimunaqasahkan.

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

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Pekalongan, 25 November 2018

Pembimbing



H. Tamamudin, S.E,M.M

NIP. 197910302006041018

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

Jl. Pahlawan, Rowolaku, Kajen Telepon 085728204134, Faksimili (0285) 423418
Website: febi.iainpekalongan.ac.id E-mail: febi@iainpekalongan.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri
(IAIN) Pekalongan mengesahkan Tugas Akhir Saudari :

Nama : **ANGGI MAGHFIROH**
NIM : **2012115086**
Judul TA : **“PENERAPAN STRATEGI PROMOSI PRODUK
SIMPANAN HAJI DAN UMROH (SAHAROH) DI KSPPS
BMT AN-NAJAH WIRADESA KABUPATEN
PEKALONGAN”**

Yang telah diujikan pada hari Rabu, tanggal 9 Januari 2019
dan dinyatakan **LULUS**, serta diterima sebagai salah satu syarat guna
memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md) dalam Ilmu Perbankan Syariah.

Dewan Penguji,

Penguji I

Hj. Rinda Asytuti, M.Si
NIP. 19771206 200501 2002

Penguji II

Alvita Tyas Dwi Arvani, S.E.M.Si
NIP. 19840612 2001608 D2 102

Pekalongan, 9 Januari 2019

Disahkan oleh,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Shirta Dewi Rismawati, 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 adalah sebagai berikut.

1. Konsonan

Fenom-fenom konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi itu sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Dibawah 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	Ş	es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	H	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
سین	Syin	Sy	es dan ye
سڤ	Sad	Ṣ	es (dengan titik di bawah)
سڤڤ	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	‘	koma terbalik (diatas)
عین	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	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal tunggal	Vokal rangkap	Vokal panjang
أ = a		أ = a
إ = i	أى = ai	إى = i
أ = u	أو = au	أو = u

3. Ta Marbutah

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh:

مرأة جميلة ditulis *mar'atun jamilah*

Ta marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh:

فاطمة ditulis *fatimah*

4. Syaddad (tasydid, geminasi)

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

Contoh:

رَبَّنَا ditulis *rabbana*

الْبِرِّ ditulis *al-birr*

5. Kata Sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti sandang itu.

Contoh:

الشمس ditulis *asy-syamsu*

الرجل ditulis *ar-rajulu*

السيدة ditulis *as-sayyidah*

Kata sandang yang diikuti “uruf qamariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

القمر ditulis *al-qamar*

البدیع ditulis *al-badi'*

الجلال ditulis *al-jalal*

6. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada ditengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof /' /

Contoh:

أمرت ditulis *umirtu*

شيء ditulis *syai'un*

PERSEMBAHAN

Dengan penuh hormat dan rasa cinta serta kasih sayang yang tulus, kupersembahkan Tugas Akhir ini untuk orang-orang yang senantiasa mendoakan kesuksesan saya dan memberikan semangat dalam hidup saya, khususnya untuk:

1. Kedua orang tua saya (Bapak Bakhir dan Ibu Syamsiah) yang telah mendukung saya dan mengenalkan sebuah kehidupan dengan sebuah kasih sayang yang tak terhingga ridhamu adalah semangatku.
2. Kakak saya (Faiq dan Faizun) yang telah memberikan motivasi dan semangat untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.
3. Dosen pembimbing Bapak H. Tamamudin, S.E, M.M, terimakasih banyak atas bimbingan yang diberikan selama proses penyusunan Tugas Akhir ini.
4. Teman-teman seperjuangan (Al-Ulfah, Khikmah, Dina, Rahmita, Veranita, Ruhmah, Nur Rizkiyah, Eva Ifadhoh, Dian) yang memberikan dorongan motivasi agar terselesainya Tugas Akhir ini.
5. Dan teman-teman Girls Squad yang selalu memberikan dorongan motivasi agar tidak putus asa dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.



Motto

“Kemarin adalah Sejarah, Besok adalah Misteri, Hari ini adalah Anugerah, Pengalaman yang telah lalu biarlah berlalu, Karena waktu yang telah berlalu tidak bisa berputar kembali”

(Master Oogway)

“Setetes keringat orangtuaku akan saya buktikan dengan beribu usahaku untuk membahagiakannya, karena hidupku berawal dari semangat mereka dan akan kupersembahkan untuk mereka”

ABSTRAK

Nama : ANGGI MAGHFIROH
NIM : 2012115086
Judul TA : PENERAPAN STRATEGI PROMOSI PRODUK SIMPANAN
HAJI DAN UMROH (SAHAROH) DI KSPPS BMT AN-NAJAH
WIRADESA KABUPATEN PEKALONGAN

Kata Kunci : Periklanan, *Personal selling*, Promosi Penjualan, Publisitas

Promosi merupakan kegiatan yang termasuk penting, dalam kegiatan ini setiap lembaga keuangan berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Secara garis besar keempat macam sarana promosi yang dapat digunakan adalah periklanan, promosi penjualan, personal selling, dan publikasi.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode deskriptif, metode pengambilan data, wawancara, dan dokumentasi, serta dengan membaca ke perpustakaan, internet, dan media.

Berdasarkan hasil penelitian, penulis mengambil kesimpulan bahwa strategi promosi yang digunakan di KSPPS BMT An-Najah Wiradesa Pekalongan pada produk SAHAROH dalam meningkatkan jumlah nasabah adalah: periklanan, promosi penjualan, personal selling, dan publikasi. Dari beberapa cara promosi tersebut pihak BMT An-Najah akhirnya cukup sukses dalam meningkatkan jumlah nasabah, terbukti dengan peningkatan jumlah nasabah SAHAROH yang dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Strategi promosi yang di gunakan BMT An-Najah diantaranya: periklanan di BMT An-Najah dilakukan dengan menggunakan media cetak, dimana media cetak yang digunakan seperti brosur dan pamflet. Personal selling dilakukan dengan cara memperkenalkan dan menarik minat konsumen terhadap produk yang ditawarkan secara tatap muka dan memberikan informasi tentang produk SAHAROH. Publikasi yang dilakukan adalah mengikuti pameran. Promosi penjualan yang dilakukan yaitu dengan memberikan bonus berupa perlengkapan haji. Dari keempat cara promosi tersebut dapat disimpulkan bahwa antara promosi yang satu dengan yang lainnya saling mendukung. Dalam melakukan strategi promosi, BMT An-Najah tidak luput dari hambatan-hambatan yang dihadapi, tetapi ada juga faktor yang mendukungnya, baik dari sarana promosi periklanan, promosi penjualan, *personal selling*, dan publikasi.

KATA PENGANTAR

Assalamu'laikum Wr. Wb.

Puji syukur kehadirat Allah SWT, atas segala rahmat dan nikmat yang senantiasa diberikan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik. Sholawat serta salam senantiasa penulis persembahkan kepada Nabi Agung kita Nabi Muhammad SAW, yang senantiasa menjadi suri tauladan bagi seluruh umat manusia dan semoga kita mendapatkan syafaatnya di hari kiamat kelak.

Dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini, tentunya tidak akan berjalan dengan lancar tanpa kerjasama dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini perkenankanlah penulis mengucapkan terimakasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Dr. Ade Dedi Rohayana, M.Ag, selaku Rektor IAIN Pekalongan.
2. Ibu Dr. Shinta Dewi Risnawati, S.E., M.H selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak H. Tamamudin, S.E., M.M selaku Ketua Jurusan Dekan Fakultas Ekonomi dan Binis Islam dan selaku dosen pembimbing yang senantiasa telah memberikan arahan dan bimbingan dalam penyusunan Tugas Akhir.
4. Bapak Dr. H. Sam'ani, M.Ag selaku wali dosen yang menjadi orang tua selama saya duduk dibangku kuliah.
5. Bapak dan Ibu dosen khususnya dosen Jurusan D3 Perbankan Syariah yang telah memberikan ilmunya.

6. Kedua orang tua saya, Bapak Bakhir dan Ibu Syamsiah, serta kakak dan teman saya, yang tanpa lelah memberikan semangat dan mendoakan saya, sehingga saya dapat menyelesaikan studi ini dengan baik dan lancar.
7. Segenap SDM dan marketing KSPPS BMT An-Najah Wiradesa Pekalongan yang telah bersedia memberikan data-data maupun informasi yang penulis butuhkan dalam Tugas Akhir ini.
8. Serta semua pihak yang mendukung dalam terselesainya Tugas Akhir ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu pesatu.

Penulis percaya bahwa Tugas Akhir ni masih jauh dari kata sempurna, sehingga penulis akan sangat berterima kasih atas kritik dan saran yang bersifat membangun guna penyempurna Tugas Akhir ini.

Akhirnya penulis berharap semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi yang membutuhkan.

Wassaamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 30 November 2018

Penulis


ANGGI MAGHFIROH
NIM. 2012115086



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN NOTA PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN TRANSLITERASI.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	ix
HALAMAN MOTTO	x
ABSTRAK	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR BAGAN	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian.....	6
E. Penegasan Istilah.....	7
F. Telaah Pustaka	9
G. Kerangka Teori.....	16
H. Metode Penelitian.....	19
I. Sistematika Penulisan.....	23
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pengertian dan Tujuan Promosi	24
B. Syarat-Syarat Promosi.....	27
C. Jenis Strategi Promosi.....	28
D. Konsep Wadi'ah.....	36



BAB III GAMBARAN UMUM	
A. Gambaran Umum KSPPS BMT An-Najah Wiradesa.....	42
BAB IV HASIL PENELITIAN KSPPS BMT AN-NAJAH WIRADESA KABUPATEN PEKALONGAN	
A. Hasil Penelitian	58
B. Faktor-faktor pendukung dan penghambat	65
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	69
B. Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN-LAMPIRAN	78

DAFTAR TABEL

Tabel 1 : Data Nasabah Produk KSPPS Bmt An-Najah Wiradesa	4
Tabel 2 : Telaah Pustaka	13



DAFTAR BAGAN

Bagan 3.1 Struktur Organisasi BMT An-Najah Wiradesa..... 46





DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Surat Izin Penelitian	78
LAMPIRAN II Surat Keterangan Penelitian	79
LAMPIRAN III Pedoman Wawancara	80
LAMPIRAN IV Wawancara Penelitian	81
LAMPIRAN V Brosur Produk Simpanan di KSPPS BMT An-Najah Wiradesa Pekalongan	84
LAMPIRAN VI Slip Tabungan BMT An-Najah Wiradesa	89
LAMPIRAN VII Tanda Bukti Pembayaran dan Formulir Pendaftaran Tabungan BMT An-Najah Wiradesa	90
LAMPIRAN VIII Permohonan Simpanan	91
LAMPIRAN IX Permohonan Pembiayaan	92

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) yang menjamur di masyarakat Indonesia telah ikut mendukung keberhasilan gerakan ekonomi masyarakat. Salah satu BMT yang cukup berkembang yaitu KSPPS BMT An-Najah Wiradesa. BMT ini berdiri tahun 1995, per Tahun 2007 KSPPS BMT An-Najah didukung oleh lima kantor cabang di Kabupaten Pekalongan.¹

Sebagai lembaga bisnis KSPPS BMT An-Najah bergerak dalam bidang simpan dan pinjam dimana KSPPS BMT An-Najah dapat menghimpun dana dari nasabah yang kemudian disalurkan melalui produk pinjaman dan pembiayaan.

Tumbuhnya BMT yang sedemikian pesat tentunya menimbulkan persaingan yang semakin ketat baik antara BMT dengan lembaga keuangan lain seperti Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) maupun antara BMT itu sendiri. Hal ini mengharuskan manajemen melakukan strategi khusus yang mampu mempertahankan kondisinya agar dapat bertahan dengan baik atau dapat menjaga keberlangsungan hidupnya (survive), mampu memenangkan persaingan dengan berbagai kebijakan dalam pemasarannya khususnya dalam bidang promosi.

¹ Dokumen KSPPS BMT An-Najah Wiradesa Per Oktober 2015

Munculnya bank-bank syariah dan lembaga keuangan syariah lainnya mengakibatkan terjadinya persaingan diantara mereka terutama pada produknya. Persaingan menjadi lebih ketat dikarenakan produk-produk yang dikeluarkan oleh bank-bank syariah atau lembaga keuangan syariah lainnya hampir sama, termasuk produk simpanan. Oleh karena itu BMT perlu membuat strategi agar produknya lebih dilirik oleh masyarakat. Semakin banyak masyarakat menggunakan produk-produk BMT An-Najah Wiradesa maka semakin banyak jumlah nasabah yang dimiliki. Hal tersebut dapat tercapai dengan menggunakan strategi promosi yang tepat.

Promosi merupakan salah satu bagian dari bauran pemasaran. Kegiatan ini termasuk penting, karena dalam kegiatan ini setiap BMT berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung. Tanpa promosi jangan diharapkan anggota dapat mengenal BMT. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Secara garis besar keempat macam sarana promosi yang dapat digunakan adalah (1) periklanan, (2) promosi penjualan, (3) *personal selling*, (4) publikasi.² Hal ini pula yang dilakukan oleh BMT An-Najah dalam mempromosikan produk SAHAROH, yaitu dengan melakukan strategi promosi yang diantaranya:

² Muhammad Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010) hlm.169-170.

1. Periklanan

Periklanan adalah sarana promosi yang paling sering digunakan dalam rangka mengkomunikasikan produk dan jasa.

2. *Personal Selling*

Personal selling adalah kegiatan promosi yang dilakukan dengan penjualan secara pribadi kepada pelanggan. Dalam penjualan pribadi terjadi sentuhan langsung antara tenaga pemasaran dengan pelanggan akhir, sehingga memungkinkan terjadinya kontak langsung.

3. Publisitas

Publisitas adalah kegiatan dalam rangka mengenalkan ke publik dengan media-media yang dikenal non komersial.

4. Promosi Penjualan

Promosi penjualan adalah kegiatan promosi yang dilakukan dengan jalan menjual secara langsung kepada pelanggan. Kegiatan promosi penjualan bisa berupa pemberian diskon, pemberian voucher belanja produk, pemberian hadiah langsung.³

Untuk produk SAHAROH sendiri KSPPS BMT An-Najah memakai beberapa strategi promosi. Salah satunya lewat bonus yang ditawarkan, yaitu bonusnya berupa perlengkapan haji seperti al-qur'an dan lainnya. Selain itu, ada juga beberapa strategi promosi lain yang

³Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hlm. 136-140.

diterapkan oleh KSPPS BMT An-Najah demi meningkatkan jumlah anggota dan aset produk SAHAROH.

Upaya marketing dengan menciptakan persepsi positif di benak konsumen merupakan faktor penting dalam kesuksesan produk., yang lebih penting daripada keunggulan teknologi. Karena pada akhirnya yang menentukan keberhasilan suatu produk adalah konsumen. Maka menjadi hal penting adalah bagaimana menciptakan nilai emosional pada produk dan menimbulkan rasa kepemilikan kepada produk tersebut sehingga konsumen bersedia membayar untuk produk tertentu. Karena saat ini pemasaran bukanlah perang dipasar melainkan berada dibenak pelanggan yang pada intinya merebut hati pelanggan melalui produk dan jasa.⁴

Menurut Bapak Ali Mahsyar, selaku Kabag Marketing KSPPS BMT An-Najah Wiradesa, yang didapati bahwa dari sekian banyak produk, produk SAHAROH merupakan produk yang sedikit diminati nasabah, yaitu 1% dari produk yang lain. Karena dalam produk ini calon nasabah harus dibukakan jalan pikirannya terlebih dahulu. Melalui pengajian, PKK, dan seminar.⁵

⁴ Rinda Asytuti, "Kritik Terhadap Pemasaran Bank Syariah", (Jurnal Hukum Islam, Volume 10, Nomor 1, Juni 2012), hlm. 88.

⁵ Wawancara dengan Bapak M. Ali Mahsyar, selaku Kabag Marketing KSPPS BMT An-Najah Wiradesa, tanggal 17 April 2018, pukul 09.00 WIB.

Tabel 1

Data Nasabah Produk SAHAROH (Simpanan Haji dan Umroh)

Tahun	Jumlah Nasabah
2015	179
2016	245
2017	318

Sumber : Data dari Bapak Ali Mahsyar, selaku Kabag Marketing KSPPS BMT An-Najah Wiradesa.

Pada tabel terlihat perkembangan jumlah nasabah yang cukup signifikan dari tahun ke tahun. Tahun 2015 terdapat 179 nasabah, pada tahun 2016 terjadi peningkatan dari tahun sebelumnya menjadi 245 nasabah. Peningkatan ini diikuti tahun berikutnya 2017 menjadi 318.

Dalam menerapkan strateginya, KSPPS BMT An-Najah tentu saja mengalami beberapa hambatan dan kendala yang harus dihadapi dalam memasarkan produknya. Yaitu ada beberapa BMT lain yang mengeluarkan produk sejenis. Hal ini mengharuskan KSPPS BMT An-Najah mempunyai strategi promosi yang efektif untuk meningkatkan jumlah anggota produk SAHAROH.

Berdasarkan uraian dari latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian lebih lanjut mengenai “Penerapan Strategi Promosi Produk Simpanan Haji dan Umroh (SAHAROH) di KSPPS BMT An-Najah Wiradesa Kabupaten Pekalongan”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan strategi promosi produk simpanan haji dan umroh (Saharoh) di KSPPS BMT An-Najah Wiradesa?
2. Apa saja faktor pendukung dan faktor penghambat yang dihadapi KSPPS BMT An-Najah dalam menerapkan strategi promosinya?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian Tugas Akhir ini adalah:

1. Untuk mengetahui penerapan strategi promosi produk simpanan haji dan umroh (Saharoh) di KSPPS BMT An-Najah Wiradesa.
2. Untuk mengetahui apa saja yang menjadi faktor pendukung dan faktor penghambat KSPPS BMT An-Najah dalam menerapkan strategi promosinya.

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Praktis
 - a. Pihak KSPPS BMT An-Najah Wiradesa
Dapat dijadikan koreksi pada KSPPS BMT An-Najah Wiradesa, dan dapat mempermudah KSPPS BMT An-Najah Wiradesa dalam mengetahui penerapan strategi promosi produk simpanan haji dan umroh (Saharoh).
 - b. Bagi Peneliti

Untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan Program Diploma III (DIII) guna mendapat gelar Ahli Madya Jurusan Perbankan Syariah pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan.

2. Secara Teoritis

- a. Untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi pembaca, baik mahasiswa maupun masyarakat secara umum, tentang penerapan strategi promosi produk simpanan haji dan umroh (Saharoh) di KSPPS BMT An-Najah Wiradesa.
- b. Dapat digunakan sebagai dasar pengetahuan dan pengalaman dalam kegiatan penelitian berikutnya, bagi mahasiswa yang ingin meneliti lebih lanjut tentang strategi promosi.

E. Penegasan Istilah

1. Strategi Promosi

Strategi promosi merupakan kombinasi yang paling baik dari variabel-variabel periklanan, personal selling dan alat promosi yang lain yang semuanya direncanakan untuk mencapai tujuan program penjualan.⁶ Dalam penelitian ini, penulis akan meneliti tentang strategi promosi produk SAHAROH (simpanan haji dan umroh).

2. Produk

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan kedalam pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi sehingga dapat

⁶ Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty, 2008), hlm. 149.

memuaskan keinginan atau kebutuhan.⁷ Dalam hal ini produk yang menjadi objek penelitian penulis adalah produk SAHAROH di KSPPS BMT An-Najah Wiradesa.

3. SAHAROH

SAHAROH adalah simpanan Reguler diperuntukkan untuk Anggota yang ditunjukkan bagi Anggota yang akan melaksanakan Ibadah Haji dan Umroh, kegiatannya menyimpan sejumlah uang kepada BMT An-Najah dengan jangka waktu tertentu, untuk setoran pertama minimal Rp. 10.000,- selanjutnya minimal Rp. 5.000,- atau dilakukan model paketan setiap bulan penyetorannya dilakukan sewaktu-waktu pada jam kerja dan pengambilannya pada saat jatuh tempo pelaksanaan haji atau umroh, mendapatkan bonus atau dalam bentuk barang, setiap penarikan wajib membawa buku simpanan, apabila diwakilkan harus disertai surat kuasa dan copy identitas penyimpan.

4. KSPPS BMT An-Najah Wiradesa

Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) BMT An-Najah adalah sebuah lembaga koperasi yang didirikan oleh sekelompok remaja masjid di Kecamatan Wiradesa yang merasa peduli terhadap nasib para pedagang dan pengusaha kecil di Wiradesa yang banyak terjerat hutang para rentenir untuk menambah modal guna meningkatkan usahanya. Dari beberapa musyawarah yang

⁷ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, (Jakarta: Erlangga, Jilid 2, Edisi Keenam), hlm. 54.

diselenggarakan akhirnya diputuskan untuk mendirikan sebuah koperasi yang mana salah satu unitnya bergerak dibidang simpan pinjam syariah bagi para pedagang dan pengusaha kecil di Wiradesa dengan tujuan untuk mempermudah para pengusaha kecil dalam pemberian kredit, serta menjauhkan masyarakat dari para rentenir.

F. Telaah Pustaka

Dalam kegiatan penelitian, biasanya bertitik tolak pada ilmu pengetahuan yang sudah ada, pada umumnya peneliti akan memulai penelitiannya dengan cara menggali dari apa yang telah diteliti oleh para peneliti sebelumnya. Pemanfaatan terhadap apa yang telah dikemukakan dan ditemukan oleh peneliti dapat dilakukan dengan mempelajari, mencermati, mendalami dan menggali kembali, serta mengidentifikasi hal-hal yang ada dan belum ada. Untuk mengetahui hal-hal yang ada dan belum ada, dapat melalui laporan hasil penelitian dalam bentuk jurnal ataupun karya-karya ilmiah. Di sini, peneliti akan meneliti tentang penerapan konsep strategi promosi produk SAHAROH di KSPPS BMT An-Najah.

Menurut M Aziz Lamazido dengan judul skripsinya “Strategi Promosi Jasa Perjalanan Haji dan Umroh Melalui Media Website (Studi Kasus Pada Biro Perjalanan Haji dan Umroh PT Saibah Mulia Mandiri Semarang)” Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi pemasaran, khususnya strategi promosi yang diterapkan PT Saibah Mulia Mandiri mampu meningkatkan jumlah jamaah yang menggunakan jasanya dan

lebih memperluas wilayah pasarnya untuk dapat meningkatkan pelayanan terhadap masyarakat di berbagai daerah. Jamaah yang menggunakan jasa PT Saibah Mulia Mandiri juga semakin meningkat dengan layanan yang terus diperbaiki setiap waktunya.⁸

Menurut Olivia Saputri dengan judul tugas akhirnya “Strategi Promosi dalam Meningkatkan Klien Produk Mitra Mabru Plus pada AJB Bumiputera 1912 Divisi Syariah Cabang Palembang” Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi promosi yang digunakan AJB Bumiputera 1912 Divisi Syariah Cabang Palembang adalah periklanan, personal selling, publisitas dan promosi penjualan.⁹

Menurut Septi Hermawati dengan judul tugas akhirnya “Strategi Promosi pada SIM A (Simpanan Anak-anak di BMT Citra Keuangan Syariah Comal” Hasil penelitian ini ditemukan bahwa pelaksanaan promosi keuangan syariah Comal sudah cukup baik. Hal ini dapat dilihat dari kesiapan BMT yang meliputi kesiapan pihak marketing dan kesiapan fasilitas pendukung pelaksanaan marketing. BMT Citra Keuangan Syariah juga menggunakan elemen 7P (Produk, Price, Promotion, People, Physical

⁸ M Aziz Lamazido, “*Strategi Promosi Jasa Perjalanan Haji dan Umroh Melalui Media Website (Studi Kasus Pada Biro Perjalanan Haji dan Umroh PT Saibah Mulia Mandiri Semarang)*”, (Semarang: UIN Walisongo Semarang, 2016), Skripsi Tidak Diterbitkan.

⁹ Olivia Saputri, “*Strategi Promosi dalam Meningkatkan Klien Produk Mitra Mabru Plus pada AJB Bumiputera 1912 Divisi Syariah Cabang Palembang*”, (Palembang: UIN Raden Fatah Palembang, 2017), TA Tidak Diterbitkan.

Evidence, Proses) dan STPDS (Segmentation, Targeting, Positioning, Differentiation, Selling) digunakan dalam promosi SIM A.¹⁰

Menurut Ana Septiani dengan judul tugas akhirnya “Strategi Promosi dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (di BMT SM NU Cabang Bojong Produk Siharfi)” Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi promosi yang digunakan BMT SM NU Cabang Bojong pada produk SIHARFI dalam meningkatkan jumlah nasabah adalah: periklanan, promosi penjualan, penjualan pribadi dan publikasi.¹¹

Menurut Winat Sri Nurmasih dengan judul tugas akhirnya “Strategi Promosi Produk Simpanan Serba Guna (SIGUN) di KSPP Syariah SM NU Kantor Cabang Sragi” Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi promosi yang dilakukan KSPP Syariah SM NU Kantor Cabang Sragi dalam memasarkan produk SIGUN adalah melalui media iklan dengan menyebar brosur. Media Personal Selling dilakukan dengan memberikan fasilitas antar jemput simpanan. Untuk media Promosi Penjualan dan media Publisitas belum maksimal dalam penerapannya.¹²

Menurut Fenti Yuni Nadhiroh dengan judul tugas akhirnya “Strategi Promosi Produk Simpanan Tabungan Hari Raya (SITARA) di KSPPS BMT Minna Lana Pekalongan” Hasil penelitian ini menyimpulkan

¹⁰ Septi Hermawati, “*Strategi Promosi pada SIM A (Simpanan Anak-anak di BMT Citra Keuangan Syariah Comal)*”, Tugas Akhir Program Studi D3 Perbankan Syariah, (Pekalongan: Perpustakaan STAIN Pekalongan 2015), TA Tidak Diterbitkan.

¹¹ Ana Septiani, “*Strategi Promosi dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (di BMT SM NU Cabang Bojong Produk Siharfi)*”, Tugas Akhir Program Studi D3 Perbankan Syariah, (Pekalongan: Perpustakaan STAIN Pekalongan 2015), TA Tidak Diterbitkan.

¹² Winat Sri Nurmasih, “*Strategi Promosi Produk Simpanan Serba Guna (SIGUN) di KSPP Syariah SM NU Kantor Cabang Sragi*”, Tugas Akhir Program Studi D3 Perbankan Syariah, (Pekalongan: Perpustakaan STAIN Pekalongan 2015), TA Tidak Diterbitkan.

bahwa strategi promosi yang dilakukan oleh KSPPS BMT Minna Lana Pekalongan menggunakan 4 sarana promosi yaitu periklanan, personal selling, publisitas, dan promosi penjualan.¹³



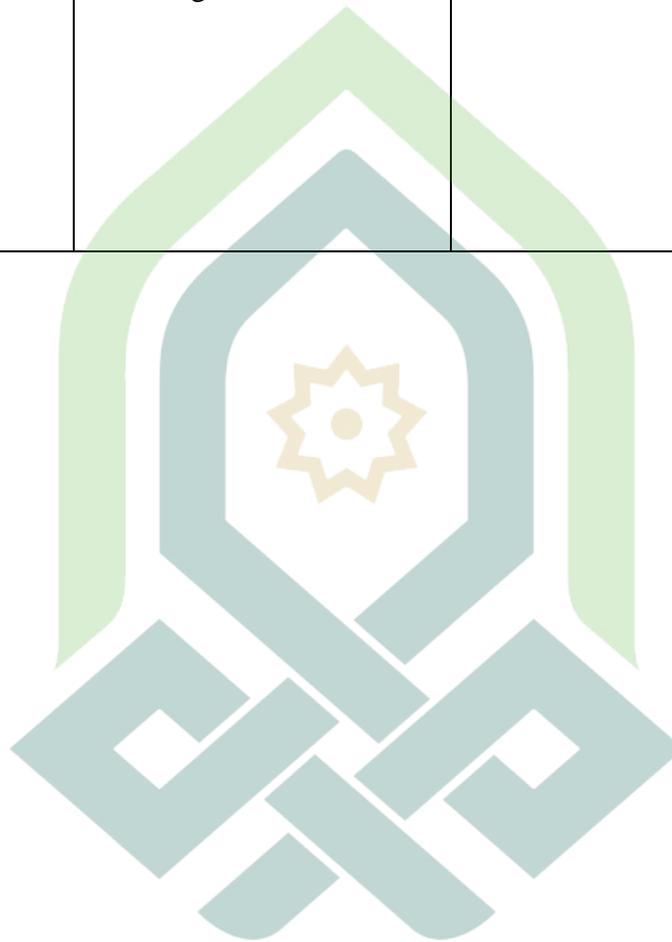
¹³ Fenti Yuni Nadhiroh, “Strategi Promosi Produk Simpanan Tabungan Hari Raya (SITARA) di KSPPS BMT Minna Lana Pekalongan”, Tugas Akhir Progam Studi D3 Perbankan Syariah, (Pekalongan: Perpustakaan STAIN Pekalongan 2017), TA Tidak Diterbitkan.

No.	Nama	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	M Aziz Lamazido	Strategi Promosi Jasa Perjalanan Haji Dan Umroh Melalui Media Website (Studi Kasus Pada Biro Perjalanan Haji dan Umroh PT Saibah Mulia Mandiri Semarang)	Penelitian lapangan (Field research) melalui pendekatan kualitatif	Sama-sama membahas tentang strategi promosi	Penelitian ini membahas tentang Strategi Promosi Produk Jasa Perjalanan Haji Dan Umroh Melalui Media Website (Studi Kasus Pada Biro Perjalanan Haji dan Umroh PT Saibah Mulia Mandiri Semarang), sedangkan peneliti membahas strategi promosi produk simpanan haji dan umroh (Saharoh) di KSPPS BMT An-Najah Wiradesa.
2.	Olivia Saputri	Strategi Promosi dalam Meningkatkan Klien Produk Mitra Mabror Plus pada AJB Bumiputera 1912 Divisi Syariah Cabang Palembang	Penelitian lapangan (Field research) melalui pendekatan kualitatif	Sama-sama membahas tentang strategi promosi	Penelitian ini membahas tentang Strategi Promosi dalam Meningkatkan Klien Produk Mitra Mabror Plus pada AJB Bumiputera 1912 Divisi Syariah Cabang Palembang, sedangkan peneliti membahas strategi promosi produk simpanan haji dan umroh (Saharoh) di KSPPS BMT An-Najah Wiradesa.



3.	Septi Hermawati	Strategi Promosi pada SIM A (Simpanan Anak-anak di BMT Citra Keuangan Syariah Comal)	Penelitian lapangan (Field research) melalui pendekatan kualitatif	Sama-sama membahas tentang strategi promosi	Penelitian ini membahas tentang Strategi Promosi Produk SIM A (Simpanan Anak-anak di BMT Citra Keuangan Syariah Comal, sedangkan peneliti membahas strategi promosi produk simpanan haji dan umroh (Saharoh) di KSPPS BMT An-Najah Wiradesa.
4.	Ana Septiani	Strategi Promosi dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (di BMT SM NU Cabang Bojong Produk Siharfi)	Penelitian lapangan (Field research) melalui pendekatan kualitatif	Sama-sama membahas tentang strategi promosi	Penelitian ini membahas tentang Strategi Promosi dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (di BMT SM NU Cabang Bojong Produk Siharfi), sedangkan peneliti membahas strategi promosi produk simpanan haji dan umroh (Saharoh) di KSPPS BMT An-Najah Wiradesa.
5.	Winat Sri Nurmasih	Strategi Promosi Produk Simpanan Serba Guna (SIGUN) di KSPP Syariah SM NU Kantor Cabang Sragi	Penelitian lapangan (Field research) melalui pendekatan kualitatif	Sama-sama membahas tentang strategi promosi	Penelitian ini membahas tentang Strategi Promosi Produk Simpanan Serba Guna (SIGUN) di KSPP Syariah SM NU Kantor Cabang Sragi, sedangkan peneliti membahas strategi promosi produk simpanan haji

					dan umroh (Saharoh) di KSPPS BMT An-Najah Wiradesa.
6.	Fenti Nadhiroh Yuni	Strategi Promosi Produk Simpanan Tabungan Hari Raya (SITARA) di KSPPS BMT Minna Lana Pekalongan	Penelitian lapangan (Field research) melalui pendekatan kualitatif	Sama-sama membahas tentang strategi promosi	Penelitian ini membahas tentang Strategi Promosi Produk Simpanan Tabungan Hari Raya (SITARA) di KSPPS BMT Minna Lana Pekalongan, sedangkan peneliti membahas strategi promosi produk simpanan haji dan umroh (Saharoh) di KSPPS BMT An-Najah Wiradesa.



G. Kerangka Teori

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teori tentang strategi pemasaran khususnya tentang strategi promosi. Kegiatan promosi dapat dipandang sebagai suatu bentuk komunikasi di bidang pemasaran. Perlu diperhatikan terlebih dahulu bahwa suatu bentuk komunikasi akan berhasil apabila komunikasi yakni konsumen dapat memahami isi komunikasi tersebut sehingga konsumen itu menjadi tahu, senang dan kemudian membeli produk yang dikomunikasikan atau dipromosikan oleh komunikator. Oleh karena itu pemasar harus pintar untuk merancang proses komunikasi pemasarannya atau kegiatan promosinya agar dapat berjalan dengan baik dan konsumen dapat menjadi tahu kemudian tertarik pada produk yang dipromosikan tersebut.¹⁴

Promosi adalah komunikasi yang persuasif, mengajak, membujuk, meyakinkan. Ciri dari komunikasi yang persuasif (komunikasi) adalah: ada komunikator yang secara terencana mengatur berita dan cara penyampaianya untuk mendapat akibat tertentu dalam sikap dan tingkah laku si penerima (target pendengar).¹⁵

Berdasarkan pengertian promosi diatas, dapat disimpulkan bahwa promosi itu adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa.¹⁶

¹⁴ Indriyo Gitosudarno, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta : DPEE-Yogyakarta, 2004) hlm. 281-282.

¹⁵ Mursid, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014) hlm. 95.

¹⁶ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2013) hlm. 179.

Secara garis besar tujuan promosi dapat dibagi dua, yaitu tujuan jangka panjang (membangun nama baik perusahaan, mendidik konsumen, dan menciptakan reputasi tinggi dari suatu produk) dan tujuan jangka pendek (misalnya: menaikkan penjualan, mengumumkan lokasi agen dan mengumumkan perubahan atau penyempurnaan produk).

Adapun tujuan lainnya dalam praktek promosi dapat dilakukan dengan mendasarkan pada tujuan-tujuan berikut ini:

1. Modifikasi Tingkah-Laku
2. Memberitahu
3. Membujuk
4. Mengingat

Strategi promosi sendiri merupakan kombinasi yang paling baik dari variabel-variabel periklanan, personal selling dan alat promosi yang lain yang semuanya direncanakan untuk mencapai tujuan program penjualan. Pada pokoknya, variabel-variabel yang ada dalam promotional mix itu ada empat, yaitu: periklanan, personal selling, publisitas dan promosi penjualan.

1. Periklanan

Periklanan adalah bentuk presentasi dan promosi non pribadi tentang ide, barang, dan jasa yang dibayar oleh sponsor tertentu.¹⁷

¹⁷ Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty, 2008), hlm. 346.

2. *Personal Selling*

Personal selling adalah presentasi lisan dalam suatu percakapan dengan satu calon pembeli atau lebih yang ditujukan untuk menciptakan penjualan.¹⁸

3. Publisitas

Publisitas adalah pendorongan permintaan secara non pribadi untuk suatu produk, jasa atau ide dengan menggunakan berita komersial didalam media masa dan sponsor tidak dibebani sejumlah bayaran secara langsung.¹⁹

4. Promosi Penjualan

Promosi penjualan adalah kegiatan pemasaran *personal selling*, publisitas dan periklanan yang mendorong pembelian konsumen dan efektivitas pengecer. Kegiatan-kegiatan tersebut antara lain peragaan, pertunjukan, pameran, demonstrasi dan sebagainya.²⁰

Adapun syarat-syarat promosi menurut syari'ah, yaitu²¹:

1. Suka sama suka. Artinya, akad dibuat atas dasar ridho di antara kedua belah pihak dan tidak ada paksaan dari unsur manapun.
2. Tidak boleh menzalimi. Artinya, harus ada kesetaraan posisi sebelum terjadinya akad.

¹⁸ Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern...*, hlm. 346.

¹⁹ Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern...*, hlm. 346.

²⁰ Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern...*, hlm. 346.

²¹ Manshur, *Seluk Beluk Ekonomi Islam*, (Salatiga: STAIN Salatiga Press, 2009, Cet. 1), hlm. 28.

3. Keterbukaan. Artinya, kedua belah pihak memiliki pengetahuan yang sama tentang objek kerjasamanya. Jika salah satu pihak tidak tahu maka pihak lain wajib memberitahukan. Dan barang harus jelas, tidak ada kondisi barang yang disembunyikan dari kekurangannya.
4. Dokumentasi. Artinya, bukti pembayaran secara tertulis kedua belah pihak.

Strategi promosi di KSPPS BMT An-Najah adalah perpaduan dari periklanan, *personal selling*, publisitas dan promosi penjualan yang dilakukan oleh pihak BMT guna meningkatkan jumlah asset dan anggota BMT. Dalam penelitian ini, peneliti akan meneliti tentang produk SAHAROH.

H. Metode Penelitian dan Metode Analisis Data

Metode penelitian dalam Tugas Akhir ini terbagi dalam beberapa kelompok bagian antara lain:

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penulisan Tugas Akhir ini adalah penelitian lapangan (*field research*), artinya data-data yang digunakan dalam penelitian ini, diperoleh melalui studi lapangan yang disusun dengan cara mengamati, mencatat serta mengumpulkan berbagai data dan informasi, yang diperoleh di lapangan mengenai strategi promosi pada produk SAHAROH, serta dibantu data-data yang diperoleh dari bahan-bahan pustaka. Pendekatan yang digunakan

dalam penelitian adalah pendekatan kualitatif, yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data-data deskriptif, berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang yang perilaku dan diamati.²² Data-data ini didapat dengan hasil wawancara dengan pihak KSPPS BMT An-Najah Wiradesa dan pengamatan secara langsung di KSPPS BMT An-Najah Wiradesa yang kemudian ditulis dalam bentuk deskriptif.

2. Sumber Data

Dalam penelitian ini, penulis membagi dua sumber data yaitu:

a. Sumber Data Primer

Yaitu sumber data utama yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan menggunakan alat pengukur atau alat pengambilan data langsung pada subjek dengan sumber informasi yang dicari.²³ Dalam hal ini penulis bermaksud mengumpulkan data-data yang berkaitan dengan strategi promosi produk SAHAROH melalui wawancara dengan kepala marketing dan staf marketing KSPPS BMT An-Najah Wiradesa.

b. Sumber Data Sekunder

Yaitu sumber data yang diperoleh dari buku-buku yang memiliki keterkaitan dengan permasalahan, atau sumber lain yang menunjang dan dapat memberikan informasi.²⁴ Dalam hal ini penulis menggunakan beberapa macam buku-buku seperti strategi

²² Lexy. J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1998), hlm. 3.

²³ Saifudin Azwar, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998), hlm. 93.

²⁴ Saifudin Azwar, *Metodologi Penelitian....*, hlm. 91.

pemasaran, Bank syariah dari teori ke praktek, serta pustaka lainnya yang berkaitan dengan judul penulis yang ada di perpustakaan IAIN Pekalongan, selain itu data sekunder juga diperoleh dari BMT berupa arsip produk penghimpunan dana, RAT tahun terakhir serta data-data lain yang ada di BMT.

3. Metode Pengumpulan Data

Data adalah segala keterangan (informasi) mengenai segala hal yang berkaitan dengan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, untuk mengumpulkan data penulis menggunakan beberapa metode sebagai berikut:

a. Wawancara

Pengumpulan data dengan tanya jawab dan dikerjakan secara sistematis dan berdasarkan pada tujuan penyelidikan.²⁵ Penulis menggunakan metode ini untuk mendapatkan data-data di KSPPS BMT An-Najah Wiradesa, kaitannya dengan strategi pemasaran pada produk SAHAROH di KSPPS BMT An-Najah Wiradesa, melalui pertanyaan-pertanyaan tentang penerapan strategi promosi pada produk SAHAROH di KSPPS BMT An-Najah Wiradesa. Dalam teknik ini data diperoleh dari hasil wawancara atau tanya jawab dengan kepala bagian serta staf marketing di KSPPS BMT An-Najah Wiradesa.

²⁵ Sutrisno Hadi, *Metodologi Research*, (Yogyakarta: Yayasan Penerbitan Fakultas Psikologi UGM), hlm. 193.

b. Dokumentasi

Cara pengumpulan data yang melalui pencarian tentang catatan peninggalan tertulis terutama berupa arsip-arsip mengenai manajemen promosi yang digunakan dalam produk SAHAROH.²⁶

Penulis memperoleh keterangan serta data-data mengenai manajemen promosi yang digunakan dalam produk SAHAROH, mengenai strategi promosi pada Produk SAHAROH di KSPPS BMT An-Najah Wiradesa. Dalam teknik ini data diperoleh dari buku-buku, brosur atau panduan SAHAROH dan keterangan dari Kepala KSPPS BMT An-Najah Wiradesa dan Kabag Marketingnya.

4. Metode Analisis Data

Penulis menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif. Metode analisis ini dilakukan dengan cara penulis menyimpulkan dari data yang telah terkumpul, dengan menggunakan metode deskriptif untuk menemukan fakta dengan interpretasi yang tepat, termasuk didalamnya studi untuk melukiskan secara akurat untuk menjelaskan strategi promosi yang diterapkan dalam produk SAHAROH yang diperjelas penerapannya supaya tidak terjadi kesalahan dalam penafsiran oleh anggota.²⁷

²⁶ Winarso Surachman, *Dasar dan Teknik Research Pengantar Metodologi Ilmiah*, (Bandung: Transito, 1972), hlm. 28.

²⁷ Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), hlm. 105.

I. Sistematika Penulisan

Berdasarkan pembahasan dan rumusan di atas, maka ada lima bab yang akan disajikan dalam penulisan tugas proposal ini, yang terdiri dari:

BAB I : Pendahuluan yang terdiri dari Latar Belakang, Rumusan Masalah, Penegasan Istilah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, Telaah Pustaka, Kerangka Teori, Sistematika Penulisan.

BAB II : Tinjauan Pustaka tentang pengertian pemasaran dan pemasaran syariah, pengertian promosi, ciri-ciri promosi syariah, pengertian strategi promosi, periklanan, personal selling, publisitas dan promosi penjualan, dan tujuan promosi, pengertian tentang produk.

BAB III : Metode Penelitian, Pada bab ini akan dijabarkan mengenai pendekatan dan jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, subjek dan objek penelitian, sumber data dan langkah-langkah dalam penelitian.

BAB IV : Gambaran umum perusahaan dalam hal ini yakni KSPPS BMT An-Najah yang meliputi : sejarah berdirinya KSPPS BMT An-Najah, visi dan misi, Struktur Organisasi, Produk – Produk yang ada di KSPPS BMT An-Najah dan Pembahasan mengenai Strategi Promosi Produk Simpanan Haji dan Umroh (SAHAROH) di KSPPS BMT An-Najah Wiradesa.

BAB V : Penutup, Pada bab ini merupakan bagian akhir atau penutup seluruh pembahasan tugas akhir, yang berisikan simpulan, saran dan penutup. Bab ini berfungsi memberikan inti dari uraian yang dijelaskan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah penulis lakukan tentang Strategi Promosi Produk SAHAROH yang dilakukan oleh KSPPS BMT An-Najah Wiradesa dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Strategi promosi yang dilakukan oleh KSPPS BMT An-Najah Wiradesa dalam memasarkan produk SAHAROH adalah: Periklanan di KSPPS BMT An-Najah Wiradesa menggunakan media brosur dan pamflet. Untuk *Personal Selling*, semua yang bekerja di KSPPS BMT An-Najah Wiradesa baik itu karyawan, manajer bahkan pendirinya ikut serta dalam memperkenalkan produk SAHAROH kepada masyarakat dengan cara presentasi di depan individu, maupun majelis (pengajian) dan juga seminar. Sementara untuk publisitas strategi yang dilakukan adalah dengan mengikuti kegiatan sosial seperti mengikuti kegiatan amal, membantu korban bencana, *sponsorship* kegiatan. Tetapi kegiatan-kegiatan di atas tidak dipublikasikan di media sehingga tidak termasuk publisitas. Dan untuk Promosi Penjualan di KSPPS BMT An-Najah Wiradesa melakukan promosi dengan cara memberikan bonus yang menarik, pembuatan passport untuk calon jamaah haji dan umroh.
2. Faktor pendukung dan faktor penghambat strategi promosi di KSPPS BMT An-Najah Wiradesa adalah:

a. Periklanan

Faktor pendukungnya adalah biaya periklanan dengan brosur dan pamflet relatif lebih murah, fleksibel, lebih luwes dalam menentukan jadwal penyebarannya. Sementara untuk faktor penghambatnya adalah jangkauan pasar yang relatif luas, diperlukan kemampuan membaca dan perhatian karena tidak bersifat auditif dan visual, membutuhkan proses penyusunan dan penyebaran yang kompleks, membutuhkan waktu yang relatif lama, bahan yang digunakan mudah sobek karena memakai kertas, ada kemungkinan informasi yang diserap tidak lengkap.

b. Promosi penjualan

Faktor pendukungnya adalah tanggapannya lebih cepat daripada iklan, hasrat untuk tawar menawar (bargain) atau untuk mendapatkan sesuatu secara cuma-cuma, promosi penjualan mempunyai sifat yang unik yaitu dapat menarik perhatian konsumen untuk memilih produk yang kita tawarkan. Pemberian bonus pada setiap bulan untuk anggota tertentu membuat anggota lebih semangat untuk menyeter. Sementara faktor penghambatnya adalah berdampak jangka pendek, promosi penjualan juga tidak mampu meruntuhkan loyalitas pelanggan terhadap produk lain, promosi penjualan yang terlalu sering dapat menurunkan citra dan kualitas produk.

c. *Personal selling*

Faktor pendukungnya adalah dapat membangun keyakinan dan tindakan nasabah untuk memilih produk SAHAROH, dapat terjadi komunikasi dua arah dan dapat menjelaskan produk SAHAROH dengan lebih lengkap. Sementara untuk faktor penghambatnya adalah sarana promosi yang paling mahal, hanya dapat menjangkau sedikit anggota, jangkauan wilayah promosi yang luas.

d. *Publisitas*

Seperti yang telah penulis jelaskan, KSPPS BMT An-Najah Wiradesa belum memakai publisitas sebagai sarana promosi. Hal ini dikarenakan event-event yang dibuat oleh KSPPS BMT An-Najah Wiradesa belum pernah dipublikasikan.

B. Saran

Setelah penulis melakukan penelitian, menganalisis dan menyimpulkan, maka ada beberapa saran yang penulis ajukan, yaitu sebagai berikut :

1. Perlu adanya pengembangan produk, hal ini bisa dilakukan dengan cara memodifikasi produk agar sesuai dengan keinginan dan kebutuhan anggota.
2. Perlu adanya perluasan lokasi promosi, karena masih ada beberapa daerah seperti Paninggaran misalnya yang belum dijangkau.
3. Meningkatkan strategi promosi dan lebih memanfaatkan media yang tersedia misalnya radio atau pameran-pameran.
4. Harus mampu menjaga loyalitas nasabah, karena nasabah bisa menjadi



agen marketing.

5. Perlu adanya tenaga marketing yang husus untuk mempromosikan produk SAHAROH.



DAFTAR PUSTAKA

a. Buku

- Al Arif, Muhammad Nur Rianto. 2010. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Anwar. 1998. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Arikunto, Suharsini. 1993. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Yogyakarta: Rieneka Cipta.
- Asyuti, Rinda. 2012. “Kritik Terhadap Pemasaran Bank Syariah”. *Jurnal Hukum Islam*. Volume 10. Nomor 1. Juni.
- Azwar, Saifudin. 1998. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bungin, Burhan. 2012. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Faisal, Sanapiah. 1982. *Metodologi Pendidikan*. Surabaya: Usaha Nasional.
- Gitosudarno, Indriyo. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : DPEE-Yogyakarta.
- Hadi, Sutrisno. 2004. *Metodologi Research*. Yogyakarta: Yayasan Penerbitan Fakultas Psikologi UGM.
- Hurriyati, Ratih. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.

- J Moleong, Lexy. 1998. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Kasmir, 2004. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Prenada Media.
- Kasmir, 2015. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip. 2006. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2002. *Analisi Manajemen Pemasaran, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Jakarta: Prehallindo.
- Manshur. 2009. *Seluk Beluk Ekonomi Islam*. Salatiga: STAIN Salatiga Press.
- Mardani. 2010. *Fiqih Ekonomi Syariah*. Jakarta: Kencana.
- Miles, Matthew B dan A. Michael Huberman. 1992. *Analisa Data Kualitatif*. Jakarta: UII Press.
- Mulyana, Deddy. 2013. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mursid. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nazir. 1998. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Ruslan, Rosady. 2010. *Metode Penelitian: Public relation dan komunikasi*. Jakarta : Rajawali Press.
- Sarwono, Jonathan. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono. 2010. *Metode Pengumpulan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : cv. ALFABETA.

Surachman, Winarso. 1972. *Dasar dan Teknik Research Pengantar Metodologi Ilmiah*. Bandung: Transito.

Suhendi, Hendi. 2010. *Fiqih Muamalah*. Jakarta: Rajawali Pers.

Swastha, Basu dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.

Wahjono, Sentot Imam. 2010. *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Yusuf, A. Mury. 2014. *Metode Peneliiian : Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta : Kencana.



b. Tugas Akhir

Hermawati, Septi. 2015. *Strategi Promosi pada SIM A (Simpanan Anak-anak di BMT Citra Keuangan Syariah Comal*. Pekalongan : Tugas Akhir, Perpustakaan IAIN.

Lamazido, M Aziz. 2016. *Strategi Promosi Jasa Perjalanan Haji dan Umroh Melalui Media Website (Studi Kasus Pada Biro Perjalanan Haji dan Umroh PT Saibah Mulia Mandiri Semarang)*. Semarang: Skripsi, UIN Walisongo Semarang.

Saputri, Olivia. 2017. *Strategi Promosi dalam Meningkatkan Klien Produk Mitra Maburur Plus pada AJB Bumiputera 1912 Divisi Syariah Cabang Palembang*. Palembang: Tugas Akhir, UIN Raden Fatah Palembang.

Septiani, Ana. 2015. *Strategi Promosi dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di BMT SM NU Cabang Bojong Produk Siharfi*. Pekalongan : Tugas Akhir, Perpustakaan IAIN.

Sri Nurmasih, Winat. 2016. *Strategi Promosi Produk Simpanan Serba Guna (SIGUN) di KSPP Syariah SM NU Kantor Cabang Sragi*. Pekalongan : Tugas Akhir, Perpustakaan IAIN.

Yuni Nadhiroh, Fenti. 2017. *Strategi Promosi Produk Simpanan Tabungan Hari Raya (SITARA) di KSPPS BMT Minna Lana Pekalongan*. Pekalongan : Tugas Akhir, Perpustakaan IAIN.

c. Hasil Wawancara

Wawancara dengan Bapak M. Ali Mahsyar, selaku Kabag Marketing
KSPPS BMT An-Najah Wiradesa, tanggal 17 April 2018, pukul
09.00 WIB.

Hasil wawancara dengan Nasabah 1 pada tanggal 21 November 2018.

Hasil wawancara dengan Nasabah 2 pada tanggal 21 November 2018.



LAMPIRAN-LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

Surat Izin Penelitian



INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS ISLAM

Jl. Kusumabangsa No. 09 Telp (0285) 412575 – Faksimile. (0285) 423418

Nomor : 874/In.30/M.7/PP.00.9/11/2017
Lamp : -
Hal : Permohonan Survey

15 Desember 2017

Kepada Yth.

Pimpinan

KSPPS BMT An-Najah Wiradesa

Di

Wiradesa

Assalamu'alaikum. Wr. Wb.

Diberitahukan dengan hormat bahwa dalam rangka meningkatkan kualitas output Jurusan D3 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan, serta penyelesaian Tugas Akhir (TA), maka kami selaku pengelola bermaksud mengajukan permohonan agar mahasiswa/ mahasiswi kami :

Nama : Anggi Maghfiroh
Nim : 2012115086
Judul Tugas Akhir : "Penerapan Konsep Strategi Promosi Produk Simpanan Pelajar Prestasi (SIMPELPRES) di KSPPS BMT AN-Najah Wiradesa"

Diberi ijin untuk mengadakan riset di lembaga yang bapak/ ibu pimpin guna menyelesaikan Tugas Akhir (TA) sebagaimana tersebut diatas.

Demikian permohonan ini, atas perhatian dan kesempatannya disampaikan terima kasih.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
U.b. Ketua Jurusan D3 Perbankan Syari'ah



H. Tamamudin, S.E, M.M
NIP. 197910302006041018

- Tembusan
1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
 2. Wakil Dekan Bidang APL IAIN Pekalongan
 3. Arsip



LAMPIRAN II

Surat Keterangan Penelitian



KOPERASI SIMPAN PINJAM & PEMBIAYAAN SYARIAH

BMT AN-NAJAH

BH: 518/12310.b/BH/PAD/IV/2007

Jl. S.Parman No.206/7 Wiradesa Phone:0285-4417055

email: kjksbmtannajah@gmail.com**SURAT KETERANGAN**

Nomor : 013/SKet/Mg/BMT-ANNAJAH/XII/2018

Yang bertanda tangan di bawah ini Pimpinan KSPPS BMT AN Najah, dengan ini menerangkan bahwa :

Nama	: Anggi Maghfiroh
Jurusan	: Perbankan Syariah
NIM	: 2012115086
Nama Institusi	: IAIN Pekalongan

Kami ijin dan telah melaksanakan Penelitian tentang “Penerapan Strategi Promosi Produk Simpanan Haji dan Umroh (SAHAROH) di KSPPS BMT An-Najah Wiradesa Kabupaten Pekalongan” yang dilaksanakan bulan Maret 2018.

Demikian surat Keterangan ini diberikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pekalongan, 26 Rabi'ul Awwal 1440
04 Desember 2018

KSPPS BMT An-Najah

Agus Kuncoro, SE.
General Manager



LAMPIRAN III

Pedoman Wawancara

1. Bagaimana penerapan strategi promosi produk simpanan haji dan umroh?
2. Apa saja faktor pendukung dan faktor penghambat yang dihadapi bmt an-najah dalam menerapkan strategi promosinya?
3. Bagaimana cara mempromosikan kepada masyarakat agar mereka tertarik menggunakan program produk simpanan haji & umroh?
4. Bagaimana strategi promosi khusus untuk simpanan haji dan umroh?
5. Seperti apa target yang akan dicapai bmt an-najah?
6. Apa yang menjadi kelebihan bmt an-najah sehingga calon nasabah tertarik pada bmt an-najah?
7. Media apa yang paling efektif sehingga masyarakat tidak mudah lupa tentang iklan di bmt an-najah?
8. Bagaimana cara untuk mempromosikan secara face to face?
9. Bagaimana caranya agar masyarakat dapat mengerti dan memahami dengan apa yang diiklankan?
10. Media apa saja yang bisa digunakan bmt an-najah dalam mempromosikan produk simpanan haji & umroh?
11. Bagaimana cara pemasaran yang baik dan tepat agar bisa menarik nasabah?
12. Bagaimana respon nasabah terhadap produk yang ada di bmt an-najah, yang mana nasabah tersebut tahu bmt an-najah dari brosur dan akses internet?

LAMPIRAN IV

Wawancara Penelitian

1. Bagaimana penerapan strategi promosi produk simpanan haji dan umroh?

Jawab: Dengan menggunakan 4 strategi promosi yaitu periklanan, penjualan, personal selling, dan publikasi.

2. Apa saja faktor pendukung dan faktor penghambat yang dihadapi bmt an-najah dalam menerapkan strategi promosinya?

Jawab: Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat

- (1) Periklanan: Biaya periklanan dengan brosur dan pamflet lebih murah.

Bahan yang digunakan untuk pembuatan brosur dari bahan kertas yang mudah sobek.

- (2) Promosi penjualan : Tanggapan calon anggota dan anggota lebih cepat dari pada iklan, karena pemberian bonus yang dapat menarik minat calon anggota dan anggota.

Berdampak jangka pendek. Malah kadang-kadang penjualan hanya meningkat selama kegiatan promosi penjualan berlangsung.

- (3) *Personal selling*: Dapat membangun keyakinan dan tindakan nasabah untuk memilih produk SAHAROH. Proses komunikasi *face to face* menjadikan masyarakat lebih memperhatikan pesan yang kita sampaikan.

Jangkauan wilayah promosi yang luas. Wilayah promosi KSPPS BMT An-Najah Wiradesa luas, yaitu sekabupaten Pekalongan. Dengan

personal selling, akan banyak daerah yang tidak terjangkau *marketing* dalam melakukan presentasi.

3. Bagaimana cara mempromosikan kepada masyarakat agar mereka tertarik menggunakan program produk simpanan haji & umroh?

Jawab: Dengan brosur-brosur atau iklan-iklan yang menarik dan agamis, sehingga masyarakat mudah mengetahui, pemberian berbagai souvenir atau perlengkapan haji.

4. Bagaimana strategi promosi khusus untuk simpanan haji dan umroh?

Jawab: Dengan mengumpulkan orang atau komunitas, pengajian ibu-ibu dan bapak-bapak, PKK, dan seminar.

5. Seperti apa target yang akan dicapai bmt an-najah?

Jawab: Menunggu closing semua target minimal 70%.

6. Apa yang menjadi kelebihan bmt an-najah sehingga calon nasabah tertarik pada bmt an-najah?

Jawab: Kedekatan personal, lebih percaya karena Bmt An-najah sudah lama berdiri.

7. Media apa yang paling efektif sehingga masyarakat tidak mudah lupa tentang iklan di bmt an-najah?

Jawab: Media periklanan, karena dapat memberikan informasi yang jelas terhadap produk pada segmen tertentu.

8. Bagaimana cara untuk mempromosikan secara face to face?

Jawab: Dengan mendatangi ke pasar, organisasi, dan jamaah.

9. Bagaimana caranya agar masyarakat dapat mengerti dan memahami dengan apa yang diiklankan?

Jawab: Memahami dengan pola bahasa yang mudah dipahami.

10. Media apa saja yang bisa digunakan bmt an-najah dalam mempromosikan produk simpanan haji & umroh?

Jawab: Personal selling, periklanan, promosi penjualan, publisitas.

11. Bagaimana cara pemasaran yang baik dan tepat agar bisa menarik nasabah?

Jawab: Dibukakan dulu mindsetnya atau jalan pikirannya agar orang mempunyai semangat untuk mendaftar produk tersebut.

12. Bagaimana respon nasabah terhadap produk yang ada di bmt an-najah, yang mana nasabah tersebut tahu bmt an-najah dari brosur dan akses internet?

Jawab: Dari pengayaan yang closing pada sesi terakhir anggota mulai membuka tabungan dan membuat passport.

LAMPIRAN V

Brosur Produk Simpanan di KSPPS BMT ANNAJAH

*Langkah Mudah
Menuju Baitullah !!!*

KETENTUAN :

- Setoran pertama sekurang-kurangnya Rp. 25.000
- Setoran selanjutnya minimal Rp. 10.000
- Penarikan dana hanya dapat dilakukan saat menjelang keberangkatan Haji & Umroh

KEUNTUNGAN :

- Dapat di jadikan jaminan Pembiayaan
- Bonus menarik pada saat penarikan simpanan

**"Rencanakan Dari Sekarang
Nikmat Beribadah mendatang "**

SAHAROH
(SIMPANAN HAJI & UMROH)



**KJKS
BMT AN-NAJAH**

K.P KAUMAN : Jl. Raya S. Parman No. 206 Wiradesa Telp (0285)4416678
K.P WIROTO : Jl. Komplek Pasar Wirote No.8 Wiradesa Telp (0285)4414256
K.P BOJONG : Jl. Komplek Ruko Pasar Bojong No. 3 Telp (0285)4482700
K.P KAJEN : Jl. Raya Kajen Telp (0285)381508



Memberi Kemudahan dan nilai dalam menabung

contact person:

SimPelpres
Simpanan Pelajar Prestasi

Setoran pertama min Rp. 20.000
Selanjutnya min.Rp. 10.000

Keuntungan Lembaga

- *Spanduk 1tahun sekali
- *Buku Tabungan Siswa Gratis
- *Bantuan pengobatan guru honorer (mempunyai Sirela)
- *Beasiswa anak

di KJKS BMT An-Najah


**KJKS
BMT AN-NAJAH**

K.P BOJONG Jl. Komplek Ruko Pasar Bojong No. 3 Telp (0285)4482700

AYO IKUTI...
DAN DAFTAR SEGERA
SIMPANAN

KSPPS
BMT ANHAJAH

Skim 7

Ari Setyadi:
HUB: 0822-6556-6870
GRATIS Wisata
Jawa Barat



HANYA : Rp.250.000 x24

Setoran pertama Bulan Oktober 2018
Batas Pendaftaran terakhir November 2018
max. setoran tanggal 20 setiap bulannya

“Ingin tenang di Hari Tua”

KETENTUAN SI HATA

- **KETENTUAN UMUM :**
 1. Si Hata di dasarkan pada akad Mudhorobah
 2. Sebagai bukti tabungan, BMT AN-NAJAH akan menerbitkan buku simpanan atas nama penyimpan
 3. Apabila terdapat perbedaan saldo dalam buku simpanan dengan saldo yang ada pada Bmt An-Najah, maka yang akan dipergunakan adalah yang tercatat pada BMT An Najah
 4. Segala bentuk penyalahgunaan buku.simpanan adalah tanggungjawab sepenuhnya anggota
 5. *Pemilik simpanan tunduk terhadap segala ketentuan BMT AN-NAJAH*
 6. Jangka waktu simpanan minimal 5 tahun
- **PENYETORAN & PENARIKAN DANA**
 1. Setoran minimal Rp. 10.000,- tiap bulan dan tetap besarnya tiap bulan
 2. Penyetoran dana dilakukan pada saat jam kerja
 3. Tanda tangan pada slip penarikan harus sama dengan permohonan anggota
 4. Setiap penarikan dana wajib membawa buku simpanan. Penarikan simpanan yang dilakukan oleh bukan pemiliknya harus di sertai dengan surat kuasa, copy identitas pemilik dan identitas penerima kuasa.
- **KEUNTUNGAN :**
 1. Simpanan Hari Tua dapat di jadikan jaminan pembiayaan pada BMT AN-NAJAH
 2. Tiap Tahunnya mendapatkan laporan perkembangan simpanan

Si HATA
Mari Daftar dan Rasakan Kenikmatannya

SIMPANAN HARI TUA



**KJKS
BMT AN-NAJAH**

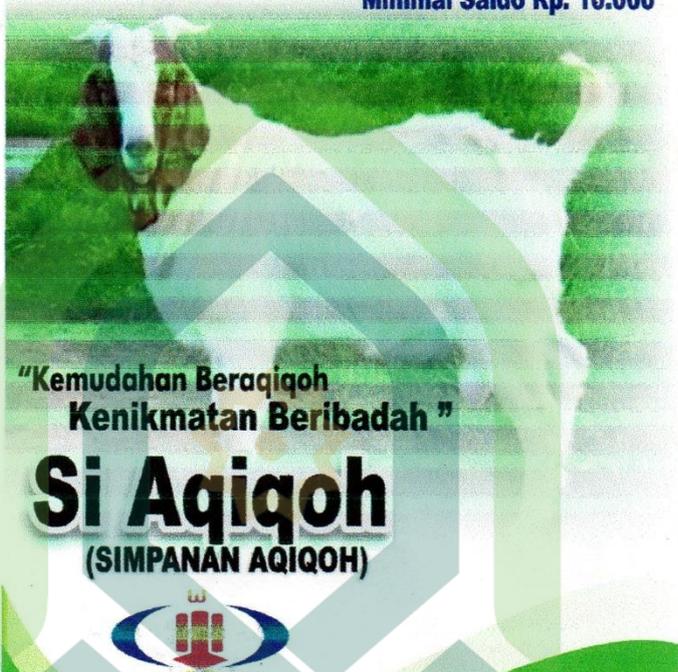
K.P KAUMAN	: Jl. Raya S. Parman No. 206 Wiradesa Telp (0285)4416678
K.P WIROTO	: Jl. Komplek Pasar Wiroto No.8 Wiradesa Telp (0285)4414256
K.P BOJONG	: Jl. Komplek Ruko Pasar Bojong No. 3 Telp (0285)4482700
K.P KAJEN	: Jl. Raya Kajen Telp (0285)381508



Tunaikan **AQIQOH**

Mari Menabung di **AN NAJAH** !!!

Minimal Saldo Rp. 10.000



**"Kemudahan Beraqiqoh
Kenikmatan Beribadah "**

Si Aqiqoh
(SIMPANAN AQIQOH)



**KJKS
BMT AN-NAJAH**

K.P KAUMAN : Jl. Raya S. Parman No. 206 Wiradesa Telp (0285)4416678
K.P WIROTO : Jl. Komplek Pasar Wiroto No.8 Wiradesa Telp (0285)4414256
K.P BOJONG : Jl. Komplek Ruko Pasar Bojong No. 3 Telp (0285)4482700
K.P KAJEN : Jl. Raya Kajen Telp (0285)381508

LAMPIRAN VI

Slip Penarikan dan Setoran

BMT AN NAJAH **SLIP PENARIKAN**

Validasi : _____ No. **89289** Tgl. _____

No. Rek. : _____ Jumlah Penarikan : Rp. _____

Nama : _____ Terbilang : _____

TANDA TANGAN	
Teller	Penarik

Jenis Rekening :
 Sirela
 Simpelpres

Keterangan (di isi teller) : _____

Lembar untuk BMT
 NB : 1. Penarikan di anggap sah setelah di tandatangani dan di stempel teller.

BMT AN NAJAH **SLIP SETORAN**

Validasi : _____ No. **78781** Tgl. _____

No. Rek. : _____ Jumlah Setoran : Rp. _____

Nama : _____ Terbilang : _____

TANDA TANGAN	
Teller	Penyetor

Jenis Rekening :
 Simpanan Tunai
 Pembiayaan Cek / BG

Keterangan (di isi teller) : _____

Lembar 1 : BMT Lembar 2 : Anggota
 NB : 1. Setoran di anggap sah setelah di tandatangani dan di stempel teller.
 2. Setoran akan dibukukan secara efektif setelah dana diterima dengan baik.

LAMPIRAN VII

Tanda Bukti Pembayaran dan Formulir Pendaftaran

TANDA BUKTI PEMBAYARAN SIMPANAN ANGGOTA

Telah diterima sejumlah uang dari :		
Saudara		
Terbilang		
Digunakan untuk	Memenuhi persyaratan sebagai anggota Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) BMT AN-NAJAH.	
Dengan rincian	Simpanan Pokok	Rp. _____
	Simpanan Wajib	Rp. _____
	Penyertaan Koperasi	Rp. _____
	Total diterima	Rp. _____
Tanggal ditandatangani		
Tanda Tangan Penerima	Nama Lengkap dan Tanda Tangan Petugas	

FORMULIR PENDAFTARAN ANGGOTA KSPPS BMT AN-NAJAH

No Anggota					<i>di isi oleh Petugas</i>
Nama Lengkap					<i>Tulis gelar jika ada</i>
Alamat					
No. KTP/SIM*					<i>Coret KTP atau SIM dan diisi salah satu</i>
Tempat Lahir					
Telpon					
Pekerjaan					
Pendidikan Terakhir	SD	SMP	SMA	S1	
	Lainnya			
<p>Dengan ini mohon saya di daftar menjadi anggota Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) BMT AN-NAJAH dan sebagai konsekuensi awal saya akan menambahkan Modal berupa :</p> <p>1. Simpanan Pokok sebesar Rp. 10.000 2. Simpanan Wajib sebesar Rp. 10.000 3. Penyertaan Modal Koperasi Rp.</p>					
Tanggal ditandatangani					
Teller					Nama Lengkap dan Tanda Tangan Pemohon

NB: * MOHON DILAMPIRKAN FOTOCOPY KTP YANG BERLAKU

LAMPIRAN VIII

Permohonan Simpanan

BMT AN-NAJAH

PERMOHONAN SIMPANAN

Bismillahirrahmanirrahim
Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : _____
No. KTP/SIM : _____
Tempat, tgl. Lahir : _____
Telpon : _____
Alamat : _____

Pendidikan : SD SMA
 SMP Akademi / PT

Pekerjaan : Wiraswasta PNS Ibu Rumah Tangga
 Karyawan Swasta Pelajar / Mahasiswa _____

Dengan ini mengajukan permohonan untuk dicatat sebagai penyimpan
 BMT An-Najah _____
 Simp. _____ _____

AHLI WARIS / ORANG TUA / WALI

Nama : _____
Hub. Keluarga : _____
Alamat : _____

Penunjukan ini sekaligus melepaskan BMT An-Najah dari segala kewajibannya untuk menerima dan melaksanakan tuntutan dari siapapun dengan dalih apapun mengenai hak atas rekening simpanan ini.

AKAD DAN PERNYATAAN

Produk ini berdasarkan akad *wadiah yadhomanah*.
Sehubungan permohonan ini, saya bersedia menjadi anggota BMT An-Najah dan memenuhi segala aturan dan ketentuan yang berlaku

Pekalongan, _____

Nama dan tanda tangan

Diberikan No. Rek. :	
Diperiksa	Disetujui

Contoh tanda tangan

No. Rek. : _____
Nama : _____

Contoh tanda tangan

No. Rek. : _____
Nama : _____

Syarat dan Ketentuan

A. Ketentuan Umum

1. Simpanan dengan akad *wadiah yadhomanah* merupakan titipan dari Anggota kepada BMT An-Najah baik individu maupun lembaga yang harus di jaga sebagai suatu amanah dan BMT An-Najah dalam periode tertentu dapat memberikan Bonus Simpanan Kepada Anggota Penyimpan.
2. Penyimpan adalah anggota BMT An-Najah.
3. Sebagai bukti BMT An-Najah akan menerbitkan buku atas nama penyimpan.
4. Apabila terdapat perbedaan saldo buku simpanan dengan saldo yang ada di BMT An-Najah maka yang akan dipergunakan adalah yang tercatat pada BMT An-Najah.
5. Segala bentuk penyalahgunaan buku simpanan adalah tanggung jawab sepenuhnya penyimpan.
6. Rekening pasif selama 6 bulan dan bersaldo kurang atau sama dengan Rp. 10.000,- akan di tutup secara otomatis, sedangkan yang bersaldo di atas Rp. 10.000,- akan di bebaskan biaya administrasi Rp. 500,- perenam bulannya di hitung mulai bulan ke 7.
7. Penggantian buku simpanan dan penutupan rekening simpanan dikenakan biaya administrasi.

B. Penyetoran dan Penarikan Dana

1. Setoran pertama sekurang-kurangnya Rp. 10.000,- selanjutnya minimal Rp. 5.000,-
2. Penyetoran dan penarikan dana dilakukan pada saat jam kerja.
3. Tanda tangan pada slip penarikan harus sama dengan pembukuan rekening.
4. Setiap penarikan dana wajib membawa buku simpanan. Penarikan simpanan yang dilakukan oleh bukan pemiliknya harus di sertai surat kuasa, copy identitas pemilik dan identitas penerima kuasa.

C. Perhitungan dan Pembayaran Bonus

1. Perhitungan Bonus dilakukan setiap akhir periode bulanan, yang dihitung atas dasar saldo rata-rata bulanan.
2. Besarnya Bonus sesuai dengan pendapatan netto BMT An-Najah yang akan di bagi kepada Anggota penyimpanan sesuai dengan kebijakan manajemen (Profit Sharing).
3. Bonus akan ditambahkan langsung ke rekening penyimpanan.
4. Bonus yang belum atau tidak diambil yang diakibatkan penutupan rekening sebelum distribusi akan dihibahkan sebagai dana sosial



LAMPIRAN IX

Permohonan Pembiayaan

BMT AN-NAJAH		PERMOHONAN PEMBIAYAAN	
Jumlah Pembiayaan yang diminta : Rp. _____		Tanggal waktu _____	
Tempat Pengiriman (jika ada) _____		Fungsinya <input type="checkbox"/> Baru <input type="checkbox"/> Pengalihan <input type="checkbox"/> _____	
DATA PEMOHON		DATA USAHA / PEKERJAAN	
No. Rekening _____	Pw/Pw* _____	Nama Perusahaan/Instansi _____	Bagian/Unit _____
Nama Pemohon _____	Tempat/Tanggal lahir _____	Jabatan/Jenis _____	Bersama/Beberapa orang _____
No. Identitas _____	Alamat tinggal sekarang _____	Alamat Usaha/Instansi _____	Tetapan _____
Status tempat tinggal <input type="checkbox"/> Peribadi <input type="checkbox"/> Kontrak <input type="checkbox"/> Keluarga <input type="checkbox"/> _____	Status perkawinan <input type="checkbox"/> Belum Nikah <input type="checkbox"/> Janda <input type="checkbox"/> Duda <input type="checkbox"/> Nikah	Tetapan Keterangan lain (bila ada) _____	_____
DATA SUAMI/ISTRI		DATA KEUANGAN	
Nama _____	Tempat/Tanggal lahir _____	Penghasilan kotor / bulan pemohon _____ Rp.	Penghasilan tambahan lainnya _____ Rp.
Nama Perusahaan (jika bekerja) _____	Bekerja Mulu _____	Penghasilan istri / suami _____ Rp.	Biaya hidup / pengeluaran perbulan _____ Rp.
Alamat _____	Alamat _____	Angsuran pinjaman _____ Rp.	Sisa Penghasilan bersih _____ Rp.
DATA PENJAMIN		PINJAMAN LAIN	
Nama _____	Hubungan dgn. pemohon _____	Nama Lembaga _____	Jumlah Pinjaman _____
Alamat _____	Alamat _____	Jenis Pinjaman _____	Tanggal Jatuh Tempo _____
JAMINAN YANG DIAJUKAN			
<input type="checkbox"/> TANAH <input type="checkbox"/> RUMAH TINGGAL <input type="checkbox"/> RUKO <input type="checkbox"/> BPKB		Merk Kendaraan _____	
Alamat Jaminan _____		Type <input type="checkbox"/> Sedan <input type="checkbox"/> Niaga <input type="checkbox"/> _____	
Atas Nama _____		Tahun _____ Warna _____	
Tahun Dibangun _____		No. IMB _____	
Harga Takaran _____		Lang Muka _____	
HGB / Hak Milik No _____		Nama Dealer _____	
Berlaku hingga _____		Alamat/Temp. Dealer _____	
Nama pemilik jaminan/penjamin _____		Klasifikasi <input type="checkbox"/> Pemerintah <input type="checkbox"/> Swasta <input type="checkbox"/> _____	
Hubungan keluarga _____		_____	
Alamat pemilik jaminan _____		_____	
CHECKLIST DOKUMEN			
PERSEORANGAN <input type="checkbox"/> Lembar Permohonan <input type="checkbox"/> Copy KTP / ID Karyawan, Suami - Istri <input type="checkbox"/> Copy Kartu Keluarga <input type="checkbox"/> Copy Slip Gaji (Bila ada) <input type="checkbox"/> Surat Keterangan Pemohonan Gaji <input type="checkbox"/> Copy rekening 3 bulan terakhir <input type="checkbox"/> Surat Nikah		PERUSAHAAN / LEMBAGA <input type="checkbox"/> Lembar Pengalihan <input type="checkbox"/> Daftar Nama Perusahaan <input type="checkbox"/> Copy SIUP + TDP <input type="checkbox"/> Copy Akta Pendirian + Perubahannya <input type="checkbox"/> Copy Laporan Keuangan 2 tahun terakhir <input type="checkbox"/> Copy NPWP	
DATA JAMINAN		PERNYATAAN	
BPKB <input type="checkbox"/> Copy BPKB + Faktur / Pernyataan Dealer <input type="checkbox"/> Copy STNK Faktur Pembelian <input type="checkbox"/> 2 Kuitansi Bermaterai	SERTIFIKAT <input type="checkbox"/> Copy Sertifikat <input type="checkbox"/> Copy IMB <input type="checkbox"/> Copy PBB	Saya menyatakan bahwa semua informasi pembiayaan yang di berikan adalah benar, selanjutnya saya mengijinkan BMT An - Najah untuk mendapatkan dan memeriksa seluruh Informasi yang diperlukan. Dengan ini pula saya bersedia menaati segala ketentuan pembiayaan yang ada dan tidak ada memwajibkan BMT An - Najah untuk memberikan alasan atas ditolak / diterimanya permohonan pembiayaan.	
DOKUMEN TAMBAHAN		Pemohon _____ Sumi/Istri _____ Penjamin _____	



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. IDENTITAS DIRI

1. Nama : **ANGGI MAGHFIROH**
2. NIM : 2012115086
3. Jurusan : D3 Perbankan Syariah
4. TTL : Pekalongan, 3 Desember 1997
5. Jenis Kelamin : Perempuan
6. Agama : Islam
7. Alamat : Kadipaten Rt9/3 Wiradesa Pekalongan
8. No Hp : 085600067250

B. IDENTITAS ORANG TUA

1. Nama Ayah : **BAKHIR**
2. Nama Ibu : **SYAMSIAH**
Pekerjaan Ayah : Wiraswasta
3. Pekerjaan Ibu : Ibu Rumah Tangga
4. Agama : Islam
5. Alamat : Kadipaten Rt9/3 Wiradesa Pekalongan

C. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. TK KADIPATEN WIRADESA
2. MIS KADIPATEN WIRADESA
3. MTS N BUARAN PEKALONGAN
4. MA FUTUHIYYAH MRANGGEN DEMAK
5. IAIN PEKALONGAN

LAMPIRAN II

Surat Keterangan Penelitian



KOPERASI SIMPAN PINJAM & PEMBIAYAAN SYARIAH

BMT AN-NAJAH

BH: 518/12310.b/BH/PAD/IV/2007

Jl. S.Parman No.206/7 Wiradesa Phone:0285-4417055

email: kiksbtannajah@gmail.com



KSPPS BMT AN-NAJAH

SURAT KETERANGAN

Nomor : 013/SKet/Mg/BMT-ANNAJAH/XII/2018

Yang bertanda tangan di bawah ini Pimpinan KSPPS BMT AN Najah, dengan ini menerangkan bahwa :

Nama	: Anggi Maghfiroh
Jurusan	: Perbankan Syariah
NIM	: 2012115086
Nama Institusi	: IAIN Pekalongan

Kami ijin dan telah melaksanakan Penelitian tentang “Penerapan Strategi Promosi Produk Simpanan Haji dan Umroh (SAHAROH) di KSPPS BMT An-Najah Wiradesa Kabupaten Pekalongan” yang dilaksanakan bulan Maret 2018.

Demikian surat Keterangan ini diberikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pekalongan, 26 Rabi’ul Awwal 1440
04 Desember 2018

KSPPS BMT An-Najah,


Agus Kuncoro, SE.
General Manager



LAMPIRAN-LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

Surat Izin Penelitian



INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS ISLAM

Jl. Kusumabangsa No. 09 Telp (0285) 412575 Faksimile (0285) 423418

Nomor : 874/In.30/M.7/PP.00.9/11/2017
Lamp : -
Hal : Permohonan Survey

15 Desember 2017

Kepada Yth.

Pimpinan

KSPPS BMT An-Najah Wiradesa

Di

Wiradesa

Assalamu'alaikum. Wr. Wb.

Diberitahukan dengan hormat bahwa dalam rangka meningkatkan kualitas output Jurusan D3 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan, serta penyelesaian Tugas Akhir (TA), maka kami selaku pengelola bermaksud mengajukan permohonan agar mahasiswa/ mahasiswi kami :

Nama : Anggi Maghfiroh
Nim : 2012115086
Judul Tugas Akhir : "Penerapan Konsep Strategi Promosi Produk Simpanan Pelajar Prestasi (SIMPELPRES) di KSPPS BMT AN-Najah Wiradesa"

Diberi izin untuk mengadakan riset di lembaga yang bapak/ ibu pimpin guna menyelesaikan Tugas Akhir (TA) sebagaimana tersebut diatas.

Demikian permohonan ini, atas perhatian dan kesempatannya disampaikan terima kasih.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
U.b. Ketua Jurusan D3 Perbankan Syariah


H. Tamamudin, S.E., M.M.
NIP. 197910302006041018

Tembusan

1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
2. Wakil Dekan Bidang APL IAIN Pekalongan
3. Arsip



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 : **ANGGI MAGHFIROH**
NIM : **2012115086**
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 (.....)

**“PENERAPAN STRATEGI PROMOSI PRODUK SIMPANAN HAJI DAN UMROH
(SAHAROH) DI KSPPS BMT AN-NAJAH WIRADESA KABUPATEN
PEKALONGAN”**

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



ANGGI MAGHFIROH
NIM. 2012115086

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

