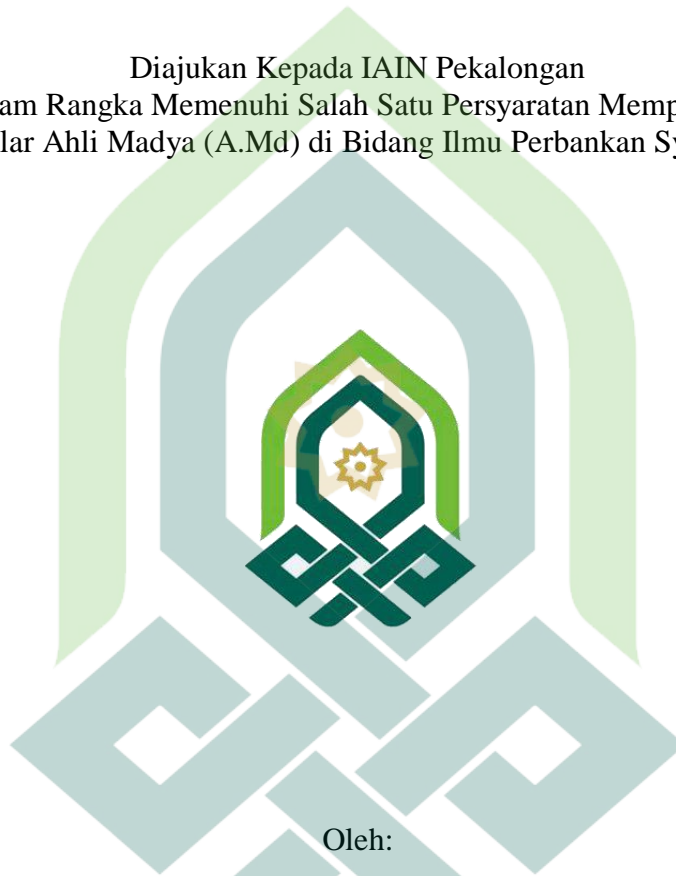




**STRATEGI PROMOSI PRODUK SIMPANAN QURBAN (SIQURMA)  
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH DI KSPPS KOPENA  
PEKALONGAN**

**TUGAS AKHIR**

Diajukan Kepada IAIN Pekalongan  
Dalam Rangka Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh  
Gelar Ahli Madya (A.Md) di Bidang Ilmu Perbankan Syariah



Oleh:

**NISAUL MUFIDAH**  
**NIM: 2012115103**

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

**SURAT PERNYATAAN  
KEASLIAN TUGAS AKHIR**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : NISAUL MUFIDAH

NIM : 2012115103

Judul TA : Strategi Promosi Produk Simpanan Qurban (SIQURMA)  
Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di KSPPS  
KOPENA PEKALONGAN

menyatakan bahwa Tugas Akhir ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis 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, 20 Maret 2019



**NISAUL MUFIDAH**  
**NIM. 2012115103**

## NOTA PEMBIMBING

**H. Tamamudin, S.E, M.M.**

Jl. KH A. Dahlan No. 3 Tirto Kota Pekalongan

Lamp : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Tugas Akhir Sdri. Nisaul Mufidah

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

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

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

Nama : NISAUL MUFIDAH  
NIM : 2012115103  
Jurusan : D3 Perbankan Syariah  
Judul : Strategi Promosi Produk Simpanan Qurban (SIQURMA)  
Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di KSPPS  
KOPENA PEKALONGAN

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

Demikian nota pembimbing ini dibuat buntut digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatian, saya sampaikan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Pekalongan, 31 Desember 2018  
Pembimbing

  
**H. Tamamudin, S.E, M.M.**  
NIP. 19791030 200604 1 018



**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 : **NISAUL MUFIDAH**  
Nim : **2012115103**  
Judul : **STRATEGI PROMOSI PRODUK SIMPANAN QURBAN (SIQURMA) DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH DI KSPPS KOPENA PEKALONGAN**

Yang telah diujikan pada hari Selasa, tanggal **05 Maret 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

**Aenurofik, M.A**

NIP. 19820120 201101 1 001

Penguji II

**M. Izza, M.S.I**

NIP. 1979072607 201608 D1 0968

Pekalongan, 05 Maret 2019

Disahkan oleh,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



**Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H.**

NIP. 19750220 199903 2001

## 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		es (dengan titik diatas)
ج	jim	je	Je
ح	ha		ha (dengan titik dibawah)
خ	kha	kh	ka dan ha
د	dal	d	De
ذ	zal		zet (dengan titik diatas)
ر	ra	r	Er
ز	zai	z	Zet
س	sin	s	Es
ش	syin	sy	es dan ye

س	sad		es (dengan titik di bawah)
د	dad		de (dengan titik di bawah)
ط	ta		te (dengan titik di bawah)
ظ	za		zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain		koma terbalik (diatas)
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		apostrof
ي	ya	y	Ye

## 2. Vokal

Vokal tunggal	Vokal rangkap	Vokal panjang
أ = a		أ =
إ = i	أي = ai	إي =
أ = u	أو = au	أو =

## 3. Ta Marbutah

*Ta marbutah* hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh:

مرأة جميلة      ditulis      *mar'atun jam lah*

*Ta marbutah* mati dilambangkan dengan /h/

Contoh:

فاطمة      ditulis      *f timah*

4. *Syaddad* (*tasydid*, geminasi)

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

Contoh:

ر بنا	ditulis	<i>rabbān</i>
البر	ditulis	<i>al-birr</i>

5. Kata Sandang (artikel)

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

Contoh:

الشمس	ditulis	<i>asy-syamsu</i>
الرجل	ditulis	<i>ar-rajulu</i>
السيدة	ditulis	<i>as-sayyidah</i>

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

Contoh:

القمر	ditulis	<i>al-qamar</i>
البدیع	ditulis	<i>al-bad ’</i>
الجلال	ditulis	<i>al-jal l</i>

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

## PERSEMBAHAN

Tugas Akhir ini penulis persembahkan kepada

Kedua orang tua penulis Ibu Suyati dan Bapak Nasi'in yang selalu mendoakan, memberikan semangat, serta motivasi tanpa pamrih kepada penulis.

Ketiga saudara/saudari penulis mas dan adik (mas Eko Budianto, mas Aziz Syarifudin, dan Nok Isna Fauziah), serta Mba Ipar dan Keponakan (Eka Shari, dan Naura Velicya Fitri) tersayang yang selalu memberikan *support* kepada penulis, semoga Allah swt senantiasa memberikan jalan kesuksesan untuk kita.

Untuk keluarga besar Simbah Rasmani, dan Simbah Darno yang senantiasa memberikan semangat serta dukungannya.

Untuk Mas Alik Luthfi yang senantiasa mendampingi serta memberikan semangat motivasi selama 4 th terakhir ini.

Untuk pembimbing bapak H. Tammamudin, S.E, M.M. terimakasih atas bimbingannya dan kesabarannya dalam membimbing.

Untuk sahabat-sahabatku Kiki, Ajeng, Nefi, Chikmah, Gea, Ami, Uchni, Nurul, Vicky, Mei Dewi, Ita Kartika, Karin, Mei Triyuningsih, Laras, Syafira, dan semua yang belum bisa penulis cantumkan yang selalu mendukung penulis terimakasih atas persahabatan dan rasa kekeluargaan yang tercipta semoga Allah swt meridhoi perjalanan hidup kita.

Teman-teman seperjuangan kelas C angkatan 2015 terimakasih atas kebersamaan kita selama kuliah.

Untuk teman-teman PPL di PD. BPR BKK CAB. BOJONG (Fahimah, Eva, Iroh, Ela, dan Nita), terimakasih atas kebersamaan kita selama 45 hari menjadi keluarga.

Tidak lupa juga kepada Almamater IAIN Pekalongan beserta para bapak/ibu dosen tercinta terimakasih telah memberikan banyak ilmu dan pengalaman yang tak terhingga.

Kepada pihak-pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu terimakasih atas doa dan dukungannya kepada penulis.





## MOTTO

*“Barang siapa bersungguh-sungguh, sesungguhnya kesungguhan itu adalah untuk dirinya sendiri” (QS. Al-Ankabut [29] : 6)*

“Selalu ada harapan bagi mereka yang sering berdoa dan selalu ada jalan bagi mereka yang sering berusaha”



## ABSTRAK

Nama : NISAUL MUFIDAH  
NIM : 2012115103  
Judul TA : STRATEGI PROMOSI PRODUK SIMPANAN QURBAN (SIQURMA) DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH DI KSPPS KOPENA PEKALONGAN

Promosi merupakan kegiatan yang termasuk penting, setiap bank 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. Dalam strategi promosi terdapat bauran pemasaran (*marketing mix*) sebagai salah satu aspek strategi dalam promosi. Elemen-elemen bauran pemasaran (*marketing mix*) terdiri dari 4P yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat/saluran distribusi (*place*), dan promosi (*promotion*). Simpanan qurban merupakan produk yang ditawarkan bank syariah yang ditujukan bagi masyarakat dalam mempersiapkan dana untuk berqurban. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi promosi yang digunakan dan faktor-faktor yang mendukung serta menghambat kegiatan promosi produk simpanan qurban. Kegunaan penelitian ini adalah untuk memberikan pengetahuan pada umumnya, serta pengembangan pengetahuan khususnya yang berhubungan dengan strategi promosi produk simpanan qurban (SIQURMA) dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yang data-datanya diperoleh langsung dari KSPPS KOPENA Pekalongan, dengan pendekatan kualitatif. Subjek penelitian ini adalah kabag *marketing*, kabag simpanan, kabag SDM personalia dan nasabah KSPPS KOPENA Pekalongan. Objek penelitian ini adalah produk simpanan qurban (SIQURMA) di KSPPS KOPENA Pekalongan. Sumber data pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk mengetahui strategi promosi produk simpanan qurban (SIQURMA) dalam meningkatkan jumlah nasabah di KSPPS KOPENA Pekalongan.

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi promosi produk simpanan qurban (SIQURMA) dalam meningkatkan jumlah nasabah di KSPPS KOPENA Pekalongan melalui perencanaan yaitu mempertimbangkan kualitas produk agar mampu bersaing dengan lembaga keuangan yang lainnya, melaksanakan sesuai yang sudah direncanakan dengan memanfaatkan SDM dengan semaksimal mungkin agar tujuan yang direncanakan dapat tercapai, serta evaluasi terhadap produk simpanan qurban (SIQURMA), Dengan menggunakan 4 sarana promosi yaitu periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), penjualan pribadi (*personal selling*), dan publisitas (*publicity*).

Kata Kunci : Strategi Promosi, Produk Simpanan Qurban (SIQURMA)



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji bagi Allah swt, Tuhan semesta alam yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir ini walaupun tidak terlepas dari hambatan-hambatan. Sholawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, beserta keluarganya, sahabat, dan seluruh umatnya di akhir zaman.

Penulisan Tugas Akhir ini merupakan syarat terakhir yang dibuat guna meraih gelar Ahli Madya (D3) pada jurusan Perbankan Syariah IAIN Pekalongan. Kelemahan, kekurangtelitian, kesempitan dalam berfikir adalah hal-hal yang mengiringi penulis dalam pembuatan Tugas Akhir ini. Namun, syukur Alhamdulillah ada pribadi-pribadi yang luhur, arahan yang terang dan pendampingan yang membenarkan dari semua pihak yang banyak membantu sehingga penulisan Tugas Akhir ini dapat selesai. Oleh karena itu salam *ta'dhim* dan rasa terimakasih penulis haturkan kepada:

1. Dr. Ade Dedi Rohayana, M.Ag, selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan.
2. Dr. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. H. Tamamudin, M. M., dosen pembimbing dan Ketua Jurusan D3 Perbankan Syariah yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan tugas akhir ini.



4. Drs. H. A. Tubagus Surur, M.Ag selaku wali dosen yang memberikan izin dalam penulisan tugas akhir ini dan 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 Nasi'in dan Ibu Suyati, serta kakak adik dan saudara saya yang selalu memberikan dukungan dan motivasi sehingga saya dapat menyelesaikan studi ini dengan baik dan lancar.
7. Segenap manajer, kabag marketing, kabag simpanan, kabag SDM personalia dan karyawan KSPPS KOPENA Pekalongan yang telah memberikan ruang, masukan, dan arahan kepada penulis dalam penelitian;
8. Seluruh teman-teman dan semua pihak yang telah memberikan bantuan, motivasi, dan do'a dalam penyelesaian tugas akhir ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Semoga Allah swt memberikan balasan yang berlipat ganda kepada semuanya. Penulis berharap semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi yang membutuhkan. Aamiin.

Pekalongan, 31 Desember 2018

Penulis

**NISAUL MUFIDAH**  
**NIM. 2012115103**



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN .....	ii
NOTA PEMBIMBING .....	iii
PENGESAHAN .....	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI .....	v
PERSEMBAHAN.....	viii
MOTTO .....	ix
ABSTRAK .....	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL .....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xviii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Kegunaan Penelitian.....	6
E. Penegasan Istilah .....	7
F. Sistematika Penelitian .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Landasan Teori.....	10



1. Pengertian dari Strategi Promosi .....	10
2. Tujuan dan Media Promosi .....	11
3. Model-Model Promosi.....	13
4. Teori <i>Wadi'ah</i> .....	20
a. Pengertian <i>Wadi'ah</i> .....	20
b. Dasar Hukum <i>Wadi'ah</i> .....	20
c. Rukun dan Syarat <i>Wadi'ah</i> .....	23
d. Jenis-jenis <i>Wadi'ah</i> .....	23
B. Penelitian Terdahulu .....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	39
B. Sumber Data .....	40
C. Teknik Pengumpulan Data .....	41
D. Kredibilitas Data .....	43
E. Metode Analisis Data .....	44
F. Langkah-Langkah Penelitian.....	45
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Umum KSPPS KOPENA Pekalongan .....	46
1. Sejarah KSPPS KOPENA Pekalongan .....	46
2. Visi dan Misi KSPPS KOPENA Pekalongan.....	48
3. Tujuan KSPPS KOPENA Pekalongan .....	48
4. Struktur Organisasi .....	49
5. Kantor dan Pelayanan.....	51



6. Produk-Produk KSPPS KOPENA Pekalongan .....	52
B. Promosi Produk SIQURMA di KSPPS KOPENA .....	58
C. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Promosi .....	66
D. Strategi Produk SIQURMA di KSPPS KOPENA .....	70
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	73
B. Saran.....	74
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>75</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>78</b>





## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Jumlah Nasabah Produk Simpanan KSPPS KOPENA Pekalongan Tahun 2015-2017 .....	4
Tabel 1. 2 Penelitian Terdahulu .....	35







## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Skema akad <i>wadi'ah yad al-amanah</i> .....	26
Gambar 2.2 Skema akad <i>wadi'ah yad al-dhamanah</i> .....	29
Gambar 2.3 Strktur Organisasi KSPPS KOPENA Pekalongan .....	52





## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Panduan Wawancara KSPPS KOPENA Pekalongan
- Lampiran 2 : Transkrip Wawancara KSPPS KOPENA Pekalongan
- Lampiran 3 : Surat Pengantar Penelitian
- Lampiran 4 : Surat Keterangan Penelitian
- Lampiran 5 : Brosur Produk KSPPS KOPENA Pekalongan
- Lampiran 6 : Formulir Pendaftaran
- Lampiran 7 : Slip Setoran dan Bukti Pembayaran lain
- Lampiran 8 : Buku Tabungan KSPPS KOPENA Pekalongan
- Lampiran 9 : Dokumentasi
- Lampiran 10 : Daftar Riwayat Hidup

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Berdirinya lembaga keuangan syariah yang terus mengalami perkembangan sangat pesat mampu membawa perubahan yang baik ke dalam tatanan sistem keuangan di Indonesia.<sup>1</sup> Banyak lembaga ekonomi yang berusaha menerapkan prinsip syariah islam salah satunya Lembaga Keuangan Mikro Syariah yaitu lembaga keuangan yang memberikan jasa pengembangan usaha melalui pembiayaan dan pinjaman kepada masyarakat pada lingkup mikro yang berprinsip sesuai syariah islam.

Salah satu Lembaga keuangan mikro syariah yang berkembang saat ini adalah Koperasi Syariah atau Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) yang merupakan lembaga keuangan yang ditumbuhkan dari peran masyarakat secara luas, tidak ada batasan ekonomi, sosial bahkan agama. Semua komponen dapat berperan aktif dalam membangun sebuah sistem keuangan yang lebih adil, dan yang lebih penting mampu menjangkau lapisan pengusaha yang terkecil sekalipun.<sup>2</sup> KSPPS menjadi salah satu alternatif bagi masyarakat untuk mendapatkan dana dalam upaya memperbaiki taraf kehidupan, pemenuhan kebutuhan sehari-hari dan mengembangkan usaha.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wat Tamwil*, (Yogyakarta: UII Press, 2004), hlm. 5.

<sup>2</sup> Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wat Tamwil ...*, hlm. 73.

<sup>3</sup> Tatik Suryani, *Manajemen Koperasi*, (Yogyakarta: GRAHA ILMU, 2008), hlm. 1-3.

KSPPS KOPENA (Koperasi Pemuda Buana) merupakan salah satu lembaga keuangan mikro yang berkembang saat ini, KSPPS KOPENA adalah koperasi simpan pinjam dan pembiayaan syariah yang memberikan fasilitas penghimpun dana dari nasabah yang memiliki kelebihan dana untuk melakukan simpanan, dan memberikan pinjaman kepada nasabah yang mengalami kekuarangan dana. KSPPS KOPENA didirikan atas prakarsa para pemuda dalam rangka memanfaatkan potensi umat yang bercirikan atas kebersamaan dan kegotongroyongan.

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 KSPPS KOPENA perlu membuat strategi agar produknya lebih dilirik oleh masyarakat. Agar produk suatu bank dapat laku dijual ke masyarakat atau nasabah, maka masyarakat perlu tahu kehadiran produk tersebut beserta manfaat, harga, dimana bisa diperoleh, dan kelebihan-kelebihannya dibandingkan produk pesaing. Cara untuk memberitahukan kepada masyarakat adalah melalui sarana promosi.

Promosi merupakan kegiatan yang termasuk penting, setiap bank 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. Salah

satu tujuan promosi bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah baru. Dalam strategi promosi terdapat bauran pemasaran (*marketing mix*) sebagai salah satu aspek strategi dalam promosi. Elemen-elemen bauran pemasaran (*marketing mix*) terdiri dari 4P yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat/saluran distribusi (*place*), dan promosi (*promotion*). Strategi promosi dapat dijadikan sebagai alat informasi dan komunikasi untuk meningkatkan jumlah suatu produk agar sesuai dengan target yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

Adapun penerapan strategi promosi yang dilakukan KSPPS KOPENA Pekalongan untuk meningkatkan penjualan produk simpanan qurban (SIQURMA) diantaranya melalui kegiatan periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), penjualan pribadi (*personal selling*), dan publisitas (*publicity*). Kegiatan promosi yang dilakukan oleh KSPPS KOPENA Pekalongan berperan penting dalam meningkatkan jumlah nasabah.

KSPPS KOPENA memiliki beberapa produk dalam bentuk simpanan diantaranya adalah simpanan *SIQURMA*, simpanan *ZIAROH*, simpanan *JUWITA*, simpanan *TAMARA*, simpanan *SUKARELA*. Sedangkan produk pembiayaan diantaranya adalah *Mudharabah*, *Rahn*, *Murabahah*, *Talangan Insidental*, dan *Manasuka Harian*.<sup>4</sup> Dari sekian banyak produk yang ada di KSPPS KOPENA Pekalongan, produk simpanan qurban (SIQURMA) merupakan produk yang selalu mengalami peningkatan jumlah nasabahnya dari tahun ketahun dibandingkan dengan produk yang lainnya. Produk simpanan

---

<sup>4</sup> [www.kopena.co.id](http://www.kopena.co.id), diakses pada tanggal 20 Juni 2018, Pukul 20.00 WIB.

qurban (SIQURMA) termasuk produk baru di KSPPS KOPENA Pekalongan. Simpanan qurban (SIQURMA) merupakan simpanan yang diperuntukkan bagi para anggota dinamis orang perorangan maupun badan hukum. Simpanan qurban memiliki beberapa keunggulan diantara produk simpanan-simpanan yang lainnya. Keistimewaan dari simpanan sabara antara lain seperti mendapatkan uang biaya penyembelihan sebesar Rp. 60.000, tidak ada potongan administrasi dan pajak, dapat souvenir di akhir periode, uang simpanan kembali utuh dan jika setoran dilakukan sesuai dengan ketentuan maka akan dilakukan undian *door prize* dengan hadiah hewan qurban (kambing). Produk ini menggunakan akad *wadiah yad al-dhamanah* yaitu titipan sejumlah uang dari nasabah kepada pihak KSPPS KOPENA yang ditujukan untuk berqurban, dan pihak KOPENA boleh memanfaatkan uang tersebut. Sejak berdiri sampai akhir tahun 2017, simpanan qurban (SIQURMA) di KSPPS KOPENA memiliki jumlah 536 nasabah. Produk simpanan qurban (SIQURMA) mempunyai target jumlah nasabah setiap tahunnya sekitar 1.000-5.000 nasabah. Dalam menerapkan strateginya terdapat hambatan yang dihadapi oleh KSPPS KOPENA Pekalongan dalam mempromosikan produknya.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> Henni Purwoini, Selaku Kabag Pemasaran KSPPS KOPENA Pekalongan, 8 November 2018, pukul 14.00 WIB.

Tabel 1.1

Data Nasabah Produk Simpanan Qurban (SIQURMA) di KSPPS KOPENA  
Pekalongan Tahun 2015-2017.<sup>6</sup>

TAHUN	NAIK/TURUN	JUMLAH
2015	221	381
2016	80	461
2017	75	536

Sumber: Data dari Ibu Jannatul Firdaus, selaku Kabag Simpanan KSPPS KOPENA Pekalongan.

Dari data di atas, dapat diketahui bahwa kenaikan jumlah anggota simpanan qurban (SIQURMA) di KSPPS KOPENA Pekalongan masih belum mencapai target dan kenaikan jumlah nasabahnya tidak signifikan. Maka penulis mengambil rumusan masalah tentang bagaimana promosi produk simpanan qurban (SIQURMA) di KSPPS KOPENA Pekalongan dan bagaimana strategi produk simpanan qurban (SIQURMA) serta faktor-faktor yang mendukung dan menghambat kegiatan strategi promosi produk simpanan qurban (SIQURMA) di KSPPS KOPENA Pekalongan.

## B. Rumusan Masalah

Uraian latar belakang masalah di atas, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana promosi produk simpanan qurban (SIQURMA) di KSPPS KOPENA Pekalongan?

<sup>6</sup> Rizky Ira Rahmawati, Selaku Kabag SDM Personalia KSPPS KOPENA Pekalongan, 15 Agustus 2018, Pukul 09.00 WIB.

2. Bagaimana strategi produk simpanan qurban (SIQURMA) di KSPPS KOPENA Pekalongan?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan di atas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana promosi produk simpanan qurban (SIQURMA) dalam meningkatkan jumlah nasabah di KSPPS KOPENA Pekalongan
2. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana strategi produk simpanan qurban (SIQURMA) dalam meningkatkan jumlah nasabah di KSPPS KOPENA Pekalongan

### **D. Kegunaan Penelitian**

Kegunaan dari penelitian Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Praktis
  - a. Bagi Peneliti
    - 1) 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) Untuk bahan perbandingan antara teori yang telah didapat selama dalam perkuliahan dengan praktik yang ada di lapangan.
  - b. Bagi KSPPS KOPENA Pekalongan

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan dalam memperbaiki kekurangan-kekurangan yang ada terkait dengan strategi



promosi produk-produk di KSPPS KOPENA khususnya produk simpanan qurban (SIQURMA).

## 2. Secara Teoritis

- a. Untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi pembaca, baik mahasiswa maupun masyarakat secara umum, tentang strategi promosi produk simpanan qurban (SIQURMA) dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah di KSPPS KOPENA Pekalongan.
- b. Dapat dijadikan sebagai bahan tambahan informasi dan referensi bagi mahasiswa dan semua pihak yang membutuhkan.

## E. Penegasan Istilah

Untuk menghindari kesalahfahaman penafsiran terhadap istilah-istilah dalam judul penelitian, perlu adanya penegasan agar penafsiran dapat terarah atau sesuai dengan pembahasan. Adapun istilah-istilah tersebut, sebagai berikut:

1. Strategi adalah ilmu perencanaan dan penentuan arah operasi-operasi bisnis berskala besar, menggerakkan semua sumber daya perusahaan yang dapat menguntungkan secara aktual dalam bisnis.<sup>7</sup> Strategi disini merupakan rencana yang telah disusun oleh KSPPS KOPENA Pekalongan untuk mencapai suatu tujuan yaitu memperoleh jumlah nasabah melalui strategi promosi.
2. Promosi adalah suatu sarana agar produk tersebut bisa laku dimasyarakat memberikan informasi tentang produk, manfaat, harga, dimana dapat

---

<sup>7</sup> Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), hlm. 29.

diperoleh dan kelebihan dibanding dengan produk pesaing.<sup>8</sup> Promosi disini merupakan kegiatan yang dilakukan oleh KSPPS KOPENA Pekalongan yang bersifat menawarkan, memberikan informasi tentang produk.

3. Simpanan qurban (SIQURMA) adalah salah satu produk simpanan di KSPPS KOPENA Pekalongan, Produk simpanan ini ditujukan bagi masyarakat dalam mempersiapkan dana untuk berqurban, dengan menyimpan dananya di KSPPS KOPENA Pekalongan.
4. Nasabah adalah faktor atau bagian terpenting dari suatu bank, ataupun seseorang atau badan yang mempunyai simpanan atau pinjaman pada bank.<sup>9</sup>
5. KSPPS KOPENA Pekalongan adalah salah satu koperasi simpan pinjam yang ada di Pekalongan dengan memberikan fasilitas penghimpun dana dari nasabah yang memiliki kelebihan dana untuk melakukan simpanan, dan memberikan pinjaman kepada nasabah yang mengalami kekurangan dana.

#### **F. Sistematika Penulisan**

Untuk mendapatkan gambaran dan informasi yang jelas mengenai Tugas Akhir yang akan ditulis oleh peneliti, maka penelitian ini disusun berdasarkan sistematika sebagai berikut:

Pertama pada Bab I berisi Pendahuluan, bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penegasan istilah, dan sistematika penulisan.

Kedua Bab II berisi Tinjauan Pustaka, bab ini menjelaskan tentang teori-teori yang menjadi dasar bagi penelitian dalam menganalisis dan melakukan

<sup>8</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2005), hlm. 175.

<sup>9</sup> Saladin Djaslim, *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran Bank*, (Jakarta: CV Rajawali), 1994, hlm. 74.

pembahasan terhadap masalah yang akan diteliti, serta teori yang digunakan dalam penulisan Tugas Akhir ini yaitu berisi tentang pengertian dari strategi promosi, tujuan dan media promosi, model-model promosi dan teori *wadi'ah*.

Ketiga Bab III berisi Metode Penelitian, bab ini menguraikan tentang alur penelitian yang akan dilakukan penulis, meliputi pendekatan dan jenis penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara dan dokumentasi, metode analisis data, dan langkah-langkah penelitian.

Keempat Bab IV berisi Hasil Penelitian dan Pembahasan, bab ini menguraikan hasil penelitian di KSPPS KOPENA Pekalongan yang meliputi gambaran umum; sejarah KOPENA, visi dan misi KOPENA, tujuan KOPENA, struktur organisasi KOPENA, alamat kantor KOPENA, dan produk-produk KOPENA. Pembahasan penelitian meliputi promosi produk simpanan qurban (SIQURMA) di KSPPS KOPENA Pekalongan dan Strategi Produk simpanan qurban (SIQURMA) di KSPPS KOPENA Pekalongan,

Kelima Bab V berisi Penutup, pada bab ini berisi mengenai kesimpulan dan saran penulis. Memberikan penjelasan dan menarik kesimpulan dari pembahasan masalah yang telah dibahas dari awal sampai akhir dan memberikan masukan yang bermanfaat.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dapat disimpulkan bahwa strategi promosi yang dilakukan oleh KSPPS KOPENA Pekalongan pada produk simpanan qurban (SIQURMA) dengan melalui strategi perencanaan yaitu mempertimbangkan kualitas produk agar mampu bersaing dengan lembaga keuangan yang lainnya, setelah melalui perencanaan yang matang KSPPS KOPENA mulai melaksanakan sesuai yang sudah direncanakan dengan memanfaatkan SDM dengan semaksimal mungkin agar tujuan yang direncanakan dapat tercapai, serta evaluasi. Strategi yang digunakan KSPPS KOPENA cukup efektif dalam meningkatkan jumlah nasabahnya pada produk simpanan qurban (SIQURMA). Strategi promosi yang dilakukan dengan menggunakan 4 sarana promosi yaitu periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), penjualan pribadi (*personal selling*), dan publisitas (*publicity*).

Periklanan (*advertising*) yang digunakan dengan media cetak, antara lain: brosur, spanduk, dan banner. Faktor pendukungnya biaya periklanan dengan brosur, spanduk, dan banner relatif murah, dan fleksibel dalam menentukan jadwal penyebarannya. Promosi penjualan (*sales promotion*) yang dilakukan dengan cara memberikan bonus atau hadiah yang menarik, yaitu berupa souvenir cantik dan hadiah hewan qurban (kambing). Faktor pendukungnya tanggapan calon anggota dan anggota lebih cepat dari pada iklan

karena pemberian bonus dan hadiah yang dapat menarik minat calon anggota dan anggota. penjualan pribadi (*personal selling*) dilakukan oleh semua karyawan dari bagian *marketing*, teller, CSO (*Customer Service*), serta manager dengan secara langsung memberikan pelayanan dan informasi tentang produk. Faktor penghambatnya, wilayah promosi yang sangat luas serta waktu promosi yang singkat. Promosi publisitas yang dilakukan dengan melalui kegiatan pembukaan stan pada acara-acara pameran, antara lain pekan batik nasional, hari ulang tahun kota pekalongan ataupun job fair. Selain itu KOPENA Pekalongan juga melakukan promosi publisitas dengan menjadi sponsorship dalam kegiatan-kegiatan keagamaan, seminar, pemberian bantuan serta dana amal lainnya.

#### **B. Saran**

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan, maka saran dari penulis adalah:

1. Sebaiknya KSPPS KOPENA Pekalongan tidak hanya melakukan strategi promosi dengan media cetak tetapi juga menggunakan media elektronik berupa radio, agar bisa menjangkau daerah yang lebih jauh.
2. Produk-produk di KSPPS KOPENA Pekalongan yang sudah sesuai dengan syari'ah harus dipertahankan dan dikembangkan.

## DAFTAR PUSTAKA

### A. BUKU

- Abdurrahman, Nana, Herdiana. 2015. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: Pustaka Setia.
- Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Al-Arif, M.Nur, Rianto. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. 2010. Bandung: Alfabeta.
- Azwar, Saifudin. 1993. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bungin, M. Burhan. 2013. *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Bungin, M. Burhan. 2011. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana.
- Djaslim, Saladin. 1994. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran Bank*. Jakarta: CV Rajawali.
- Djuwaini, Dimyauddin. 2008. *Pengantar Fiqh Muamalah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hasan, Ali. 2010. *Marketing Bank Syariah*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Hurriyati, Ratih. 2010. *Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Ilmi, Makhulul. 2002. *Teori dan Praktik Mikro Keuangan Syari'ah*. Yogyakarta: UII Press
- Ismail. 2014. *Perbankan Syari'ah*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Kasmir. 2014. *Kewirausahaan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kasmir. 2005. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana.
- Mardalis. 1989. *Metode Penelitian suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Manshur. 2009. *Seluk Beluk Ekonomi Islam*. Salatiga: STAIN Salatiga Press.

- Misbahuddin, dan Hasan, Iqbal. 2013. *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Muhammad. 2002. *Manajemen Bank Syariah*. Yogyakarta: UPP AMPYKPN.
- Muslim, Sarip. 2015. *Akuntansi Keuangan Syariah*. Bandung: Pustaka Setia.
- Mursid, Muhammad. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nawawi, Hadari. 1991. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Ridwan, Muhammad. 2004. *Manajemen Baitul Maal Wat Tamwil*. Yogyakarta: UII Press.
- Sahrani, Sohari, dan Abdullah, Ru'fah. 2011. *Fikih Muamalah*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Suryani, Tatik. 2008. *Manajemen Koperasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Swastha, Basu. 2008. *Menejemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Offset.
- Sutrisnohadi. 1998. *Metode Research*. Yogyakarta: Yayasan Penerbitan Fakultas Psikologi UGM.
- Tika, Moh. Pabunda. 2006. *Metodologi Riset Bisnis*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Wahjono, Sentot, Imam. 2013. *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Wiroso. 2005. *Penghimpunan Dana dan Distribusi Hasil Usaha Bank Syariah*. Jakarta: PT. Grasindo

#### **B. INTERNET**

<http://www.keuangankita.com/2017/12/pengerian-akad-wadiah-menurut.html>. diakses pada tanggal 13 Juni 2018. Pukul 10.00 WIB.

<http://www.kopena.co.id>. diakses pada tanggal 20 Juni 2018. Pukul 20.00 WIB.

### C. RISET TERDAHULU

Ihwan, “*Strategi Promosi Produk Tabungan ib Tasya Suriyah Sebagai Usaha Meningkatkan Jumlah Nasabah di BPRS Suriyah Kantor Cabang Slawi-Tegal*” Tugas Akhir (Slawi-Tegal: IAIN Purwokerto, 2017).

Nunik Wely Indianti, “*Strategi Promosi Produk Tabungan Anak Sekolah Melalui Memorandum Of Understanding di BPRS Arta Leksana Kantor Cabang Wangon Banyuma*” Tugas Akhir (Purwokerto: IAIN Prwokerto, 2016).

Achmad Khabibi, “*Pengaruh Penerapan Strategi Promosi Produk Simpanan Pada BMT Amanah Ummah Sukoharjo*” Tugas Akhir (Surakarta: UNS Surakarta, 2010).

Ana Septiani, “*Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (di BMT SM NU Cabang Bojong Produk Siharfi)*” Tugas Akhir (Pekalongan: STAIN Pekalongan, 2016).

Riyadhoh, “*Strategi Promosi Produk SKIM 3 (Simpanan Keluarga Investasi Mandiri 3) di KJKS BMT An-Najah Wiradesa Periode Tahun 2011-2012*” Tugas Akhir (Pekalongan: STAIN Pekalongan, 2014).

Nindi Fitriana, “*Strategi Promosi dalam Pengembangan Produk Deposito di KSP Syariah BTM Ulujami*” Tugas Akhir (Pekalongan: STAIN Pekalongan, 2016).

### D. LAIN-LAIN

Brosur KSPPS KOPENA Pekalongan.

Dokumen profil KSPPS KOPENA Pekalongan.

### E. HASIL WAWANCARA

Purworini, Henni. 2018. Wawancara dengan Kabag Pemasaran KSPPS KOPENA Pekalongan.

Firdaus, Jannatul. 2018. Wawancara dengan Kabag Simpanan KSPPS KOPENA Pekalongan.

Rahmawati, Rizky, Ira. 2018. Wawancara dengan Kabag SDM Personalia KSPPS KOPENA Pekalongan.



## LAMPIRAN

### Lampiran 1 : Panduan Wawancara KSPPS KOPENA Pekalongan

1. Bagaimana profil atau sejarah singkat KSPPS KOPENA Pekalongan?
2. Apa saja produk-produk yang ada di KSPPS KOPENA Pekalongan baik produk penghimpun dana maupun penyalur dana?
3. Data jumlah nasabah produk simpanan dari tahun 2015-2017 di KSPPS KOPENA Pekalongan?
4. Apa akad yang digunakan pada produk SIQURMA di KSPPS KOPENA Pekalongan?
5. Apa saja keunggulan produk SIQURMA di KSPPS KOPENA Pekalongan?
6. Bagaimana strategi promosi yang digunakan pada produk SIQURMA di KSPPS KOPENA Pekalongan?
7. Siapa saja yang melakukan promosi periklanan, promosi penjualan, *personal selling* dan publisitas di KSPPS KOPENA Pekalongan?
8. Piranti iklan apa saja yang digunakan dalam strategi promosi pada produk SIQURMA di KSPPS KOPENA Pekalongan?
9. Bagaimana promosi melalui periklanan pada produk SIQURMA yang dilakukan KSPPS KOPENA Pekalongan?
10. Bagaimana strategi melalui promosi penjualan pada produk SIQURMA yang dilakukan KSPPS KOPENA Pekalongan?
11. Bagaimana promosi melalui *personal selling* pada produk SIQURMA yang dilakukan KSPPS KOPENA Pekalongan?
12. Bagaimana strategi melalui publisitas pada produk SIQURMA yang digunakan KSPPS KOPENA Pekalongan?
13. Apa saja faktor pendukung dan faktor penghambat promosi periklanan dalam melakukan strategi promosi produk SIQURMA?
14. Apa saja faktor pendukung dan faktor penghambat promosi penjualan dalam melakukan strategi promosi produk SIQURMA?



15. Apa saja faktor pendukung dan faktor penghambat promosi *personal selling* dalam melakukan strategi promosi produk SIQURMA?
16. Apa saja faktor pendukung dan faktor penghambat promosi publisitas dalam melakukan strategi promosi produk SIQURMA?





## Lampiran 2 : Transkrip Wawancara KSPPS KOPENA Pekalongan

1. Bagaimana profil atau sejarah singkat KSPPS KOPENA Pekalongan?

Jawaban : KOPENA merupakan Koperasi Serba Usaha (KSU) yang juga mendapatkan ijin operasional UJKS (Unit Jasa Keuangan Syariah) : No. 24/SISPK/KDK.II/VII/2009. Koperasi Pemuda Buana “KOPENA” didirikan pada tanggal 11 Desember 1993 atas prakarsa para pemuda dalam rangka memanfaatkan potensi umat yang bercirikan atas kebersamaan, yang memiliki Kantor Pusat di Jl. HOS Cokroaminoto No. 77 Landungsari, Pekalongan. Dan berbadan hukum BH: No. 12227/BHVI tanggal 30 September 1994 No. 12227a/BH/PAD/KWKII/XI/96.

2. Apa saja produk-produk yang ada di KSPPS KOPENA Pekalongan baik produk penghimpun dana maupun penyalur dana?

Jawaban : Produk penghimpun dana di KOPENA Pekalongan meliputi Tabungan Haji & Umroh, Tabungan Ziarah, Tabungan Juwita (Jumpa Wisata), Tabungan Sukarela, Tabungan Manasuka Harian, Simpanan Hari Raya (Sariya), Simpanan Berjangka (Simka KOPENA), Tabungan Tastour, dan Simpanan Qurban. Sedangkan produk penyalur dananya meliputi Pembiayaan Musyarakah, Pembiayaan Mudharabah, Pembiayaan Murabahah, dan Pembiayaan Rahn.

3. Data jumlah nasabah produk simpanan dari tahun 2015-2017 di KSPPS KOPENA Pekalongan?

Jawaban :

<b>Produk Simpanan</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
Siqurma	381	461	536
Ziaroh	165	147	123
Juwita	173	110	100
Tamara	239	250	220
Sukarela	1784	1607	1188



4. Apa akad yang digunakan pada produk SIQURMA di KSPPS KOPENA Pekalongan?

Jawaban : produk SIQURMA menggunakan akad *wadi'ah yad al-dhamanah*.

5. Apa saja keunggulan produk SIQURMA di KSPPS KOPENA Pekalongan?

Jawaban : keunggulan produk SIQURMA:

- a. Tidak ada potongan administrasi dan pajak
- b. Dapat souvenir cantik di akhir periode
- c. Jika setoran dilakukan dengan sesuai ketentuan maka akan mendapatkan uang penyembelihan sebesar Rp. 60.000 sekaligus akan dilakukan undian door prize dengan hadiah hewan qurban (kambing).
- d. Uang simpanan kembali utuh
- e. Simpanan qurban (SIQURMA) dapat dijadikan jaminan pembiayaan.

6. Bagaimana strategi promosi yang digunakan pada produk SIQURMA di KSPPS KOPENA Pekalongan?

Jawaban : strategi promosi yang digunakan yaitu melalui periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), penjualan personal (*personal selling*), dan publisitas (*publicity*).

7. Siapa saja yang melakukan promosi periklanan, promosi penjualan, *personal selling* dan publisitas di KSPPS KOPENA Pekalongan?

Jawaban : kegiatan promosi dilakukan oleh semua karyawan dari bagian *marketing*, teller, CSO (Customer Service), serta manager.

8. Piranti iklan apa saja yang digunakan dalam strategi promosi pada produk SIQURMA di KSPPS KOPENA Pekalongan?

Jawaban : piranti iklan yang digunakan adalah brosur, spanduk, dan banner.

9. Bagaimana promosi melalui periklanan pada produk SIQURMA yang dilakukan KSPPS KOPENA Pekalongan?

Jawaban : Periklanan merupakan salah satu strategi promosi yang digunakan oleh KSPPS KOPENA Pekalongan untuk menginformasikan segala sesuatu produk yang dihasilkan. Media periklanan yang digunakan untuk mempromosikan produk SIQURMA yaitu melalui media cetak, antara lain:



brosur, spanduk, dan banner. brosur diletakkan di meja CSO (*customer service*) dan brosur tidak di sebar secara bebas tetapi di bawah oleh seluruh karyawan untuk diberikan kepada calon anggota atau masyarakat yang mau di prospek, Brosur-brosur yang dibuat tidak hanya diletakkan dimeja dan disebar oleh karyawan saja tetapi brosur juga ditempel di pintu masuk kantor KSPPS KOPENA Pekalongan. spanduk yang di pasang ditempat-tempat yang strategis seperti di pinggir jalan atau lampu merah dan didepan kantor KSPPS KOPENA Pekalongan. banner yang dipasang di depan meja CSO (*customer service*) dan di depan pintu masuk KOPENA Pekalongan.

10. Bagaimana strategi melalui promosi penjualan pada produk SIQURMA yang dilakukan KSPPS KOPENA Pekalongan?

Jawaban : di KSPPS KOPENA Pekalongan promosi penjualan (*sales promotion*) pada produk SIQURMA dilakukan dengan cara memberikan bonus atau hadiah yang menarik.

11. Bagaimana promosi melalui *personal selling* pada produk SIQURMA yang dilakukan KSPPS KOPENA Pekalongan?

Jawaban : Promosi melalui *Personal selling* adalah dengan melakukan promosi setiap hari kepada siapa saja yang dinilai bisa menjadi anggota. promosi diprioritaskan untuk dilakukan terutama pada waktu menjelang hari Raya Idul Adha, karena pada masa itu simpanan qurban (SIQURMA) di KOPENA Pekalongan akan berakhir, sehingga semua karyawan akan ditarget dan disebar untuk melakukan promosi dengan penjualan pribadi (*personal selling*) kepada anggota atau calon anggota.

12. Bagaimana strategi melalui publisitas pada produk SIQURMA yang digunakan KSPPS KOPENA Pekalongan?

Jawaban : Dengan kegiatan pembukaan stan pada acara-acara pameran, antara lain pekan batik nasional, hari ulang tahun kota pekalongan ataupun job fair. Selain itu KOPENA Pekalongan juga melakukan promosi publisitas dengan menjadi sponsorship dalam kegiatan-kegiatan keagamaan, seminar, pemberian bantuan serta dana amal lainnya.



13. Apa saja faktor pendukung dan faktor penghambat promosi periklanan dalam melakukan strategi promosi produk SIQURMA?

Jawaban : faktor pendukung diantaranya: Biaya periklanan dengan brosur, spanduk dan banner relatif murah. Faktor penghambat diantaranya: Promosi dengan menggunakan brosur dan spanduk hanya bisa menjangkau daerah pemasaran yang relatif sempit, sehingga ada beberapa daerah yang belum terjangkau oleh *marketing* KOPENA Pekalongan. Bahan brosur yang digunakan cepat sobek karena menggunakan kertas. Karena bahan brosur yang digunakan mudah sobek, besar kemungkinan informasi yang diserap tidak lengkap.

14. Apa saja faktor pendukung dan faktor penghambat promosi penjualan dalam melakukan strategi promosi produk SIQURMA?

Jawaban : faktor pendukung diantaranya: tanggapan calon anggota dan anggota lebih cepat dari pada iklan karena pemberian bonus dan hadiah yang dapat menarik minat calon anggota dan anggota. pemberian bonus dan hadiah yang ditawarkan KOPENA Pekalongan berupa uang pemotongan (penyembelihan) sebesar @60.000 dan hadiah hewan qurban (kambing) serta sovenir cantik untuk anggota yang menyeter secara rutin atau maksimal tunggakan setoran 2x, membuat anggota lebih semangat untuk menyeter. Sedangkan faktor penghambatnya: berdampak jangka pendek. Biasanya penjualan meningkat pada saat promosi penjualan berlangsung. biaya yang mahal. Mengeluarkan banyak biaya, karena hadiah yang dikeluarkan tidak murah dan sedikit, seperti sovenir cantik, hadiah hewan qurban (kambing), dan uang pemotongan (penyembelihan) hewan qurban sebesar @60.000.

15. Apa saja faktor pendukung dan faktor penghambat promosi *personal selling* dalam melakukan strategi promosi produk SIQURMA?

Jawaban : faktor pendukung diantaranya: KOPENA Pekalongan mempunyai banyak tenaga pemasar (*marketing*) yang siap untuk mempromosikan produknya secara langsung kepada anggota atau calon anggota. proses komunikasi secara tatap muka menjadikan masyarakat lebih memperhatikan pesan yang disampaikan oleh marketing atau karyawan yang lainnya,



sehingga membangun keyakinan masyarakat untuk memilih produk SIQURMA. Faktor penghambat diantaranya: jangkauan wilayah promosi yang luas dan waktu promosi yang sangat singkat mengakibatkan banyak daerah yang tidak terjangkau oleh marketing dalam melakukan promosi dan *marketing* tidak mempunyai banyak waktu dalam menjelaskan atau mempromosikan produknya.

16. Apa saja faktor pendukung dan faktor penghambat promosi publisitas dalam melakukan strategi promosi produk SIQURMA?

Jawaban : faktor pendukung diantaranya: Banyaknya tenaga kerja pemasar, sehingga dalam melakukan publisitas banyak karyawan sebagai marketing yang menjaga stan pada pameran-pameran yang diikuti KOPENA Pekalongan. Dapat berinteraksi secara langsung dengan masyarakat diluar Kota Pekalongan melalui stan pada acara pameran, seperti pekan batik nasional, hari ulang tahun kota pekalongan ataupun job fair. Faktor penghambatnya adalah Minimnya acara pameran. KOPENA Pekalongan biasanya melakukan publisitas dalam mempromosikan produknya dengan membuka stan pada pameran-pameran yang diadakan oleh kota Pekalongan. Namun karena minimnya acara yang dapat diikuti oleh KOPENA Pekalongan promosi publisitas biasanya hanya dapat diikuti 3 kali dalam setahun.

### Lampiran 3 : Surat Pengantar Penelitian



INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
(IAIN) PEKALONGAN  
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS ISLAM  
Jl. Kusumabangsa No. 09 Telp (0285) 412575 – Faksimile. (0285) 423418

Nomor : 811/In.30/M.7/PP.00.9/11/2017  
Lamp : -  
Hal : Permohonan Survey

23 Nopember 2017

Kepada Yth.  
Pimpinan  
KOPENA Pekalongan  
Di  
Pekalongan  
*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 : Nisaul Mufidah  
Nim : 2012115103  
Judul Tugas Akhir : "Strategi Pemasaran Produk Simpanan Qurban (SIQURMA) dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah di KOPENA Pekalongan"

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  
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

Visi Perbankan Syariah  
Menjadi jurusan yang terkemuka dan kompetitif untuk menghasilkan serjana profesional di bidang perbankan syariah berwawasan ke-Indonesiaan di tingkat nasional pada tahun 2036



Lampiran 4 : Surat Keterangan Penelitian



Badan Hukum Nomor : 1227.a BH / VI / IX / 1994 Tanggal 30 September 1994



Nomor : 025 / Sekr / A / XI / 2018  
Hal : **SURAT KETERANGAN**

Pekalongan, 30 November 2018

Kepada Yth.  
Bpk/ Ibu Ketua Jurusan Ekonomi  
Ub. Ketua jurusan D3 Perbankan Syariah  
IAIN Pekalongan  
Di-

PEKALONGAN

**Assalamu'alaikum Wr.Wb.**

Dengan memanjatkan Puji syukur kehadirat Allah SWT. kami Manajemen Koperasi Pemuda Buana ( KOPENA ) memberikan keterangan kepada mahasiswa yang tersebut di bawah ini yaitu :

Nama : Nisaul Mufidah  
Jurusan : D3 Perbankan Syariah  
NIM : 2012115103

Benar-benar telah melaksanakan Penelitian/Study Kasus di KOPENA Kota Pekalongan guna penyusunan Tugas Akhir dengan judul "**Strategi Promosi Produk Simpanan Qurban ( Siquрма ) dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah di KSPPS Kopena Pekalongan**"  
Demikian Surat Keterangan ini disampaikan dan atas kerja samanya kami ucapkan terima kasih.

**Wallahul Muwafiq Ila Aqwaamith Thorieq  
Wassalamu'alaikum Wr.Wb.**

Koperasi Pemuda Buana  
"KOPENA"  
Kota Pekalongan  
  
**Rizki Ira Rahmawati, SE**  
SDM

Kantor Pusat : Gedung Kopena Lt. III Jl. HOS. Cokroaminoto No. 77 Pekalongan Telp/Fax: (0285) 436547  
Website : www.kopena.co.id email : kopena\_pki@yahoo.com

Kantor Cabang :  
• Pekalongan Telp. (0285) 411504 • Buaran Telp. (0285) 4411206 • Tirta Telp. (0285) 437015 • Kedungwuni Telp. (0285) 4482575  
• Bandar Telp. (0285) 689668 • Comal Telp. (0285) 577862 • Bojong Telp. (0285) 4482859 • Kusuma Bangsa Telp. (0285) 4410881  
• Batang Telp. (0285) 391378 • Pemalang Telp. (0284) 324363 • Limpung Telp. (0285) 4468264 • Bantarbolang Telp. (0284) 3278755  
• Kuripan (Graha Al Baika ) Telp. (0285) 4420525

Lampiran 5 : Brosur Produk KSPPS KOPENA Pekalongan



**KSPPS**  
KOPERASI PEMUDA BUANA  
**KOPENA**  
BERKEMBANG BERSAMA UMAT



**SIQURMA**  
*Simpanan Untuk Qurban Sunnah Bersama Kopena*  
**Uang Simpanan Kembali Utuh Dan Mendapat Bantuan Biaya Penyembelihan**

**KETENTUAN SIMPANAN**

1. Setoran simpanan selama 45 minggu dan berlaku untuk umum.
2. Simpanan hanya dapat diambil pada saat jatuh tempo
3. Setoran " SIQURMA" mulai Rp. 50.000,-/Minggu, dan berlaku kelipatannya.
4. Tunggakan setoran maksimal 2 x, lebih dari itu maka tidak akan mendapatkan Bantuan Biaya Penyembelihan.
5. Diakhir periode sambil menerima simpanan secara utuh yang secara otomatis masuk ke Rekening Tabungan Sukarela pemegang juga akan menerima bantuan penyembelihan Rp. 60.000,- sekaligus akan dilakukan undian Door Prize dengan hadiah Hewan Qurban ( Kambing )
6. Simpanan "QURBAN" dapat dijadikan jaminan pembiayaan di KOPENA.

**Keterangan lebih lanjut hubungi :**  
KANTOR PUSAT : Gedung Kopena Lt. III Jl. HOS. Cokroaminoto No. 77 Landungsari Pekalongan  
Telp/Fax. (0285) 436547  
Website : [www.kopena.co.id](http://www.kopena.co.id)

**KANTOR CABANG :**

- Pekalongan : (0285) 411504	- Kusuma Bangsa : (0285) 4410881
- Buaran : (0285) 4411206	- Batang : (0285) 391378
- Tirto : (0285) 437015	- Pernalang : (0284) 324363
- Kedungwuni : (0285) 4482575	- Limpung : (0285) 4468264
- Bandar : (0285) 689668	- Bantarbolang : (0284) 3278755
- Comal : (0285) 577862	- Kuripan : (0285) 4420525 (Graha Al Baika )
- Bojong : (0285) 4482859	- Randudongkal : (0284) 3287905



**Ayo Buruan Daftar**







## TABUNGAN ZIARAH KOPENA

Sambil menabung dapat Souvenir  
dan Ziarah Gratis...!!!

**KEUNTUNGAN**  
Uang Tabungan akan kembali secara utuh / penuh dan dalam waktu tertentu setiap peserta dapat mengikuti ziarah gratis dan souvenir dari KOPENA.

**KETENTUAN TABUNGAN**

1. Jumlah Setoran Tabungan Rp. 200.000,- / bulan selama 24 bulan.
2. Tabungan ini diatur secara arisan, dibuka 1 bulan sekali pada hari Jum'at minggu pertama dengan satu nomor yang mendapatkan arisan.
3. Peserta berkewajiban menyetorkan uang Tabungannya ke kantor KOPENA paling lambat 3 hari sebelum pembukaan arisan pada bulan tersebut.
4. Peserta yang tidak setor, nomor tabungannya tidak diikutsertakan dalam pembukaan arisan.
5. Peserta yang nomor tabungannya keluar, akan menerima uang sebesar Rp. 200.000,- X 24 = Rp. 4.800.000,- dan masih berkewajiban setor sampai tabungan berakhir.
6. Setiap peserta yang setornya penuh berhak mendapatkan bonus ziarah gratis ke Walisongo atau ketempat lain yang ditentukan.
7. Hasil pembukaan arisan akan diumumkan di kantor KOPENA dan yang mendapatkan akan diberi surat pemberitahuan.
8. Peserta yang belum mendapatkan uang arisan pada akhir periode bisa mendapatkannya secara utuh yaitu Rp. 4.800.000,-

**DAFTARKAN SEGERA DI KANTOR KOPENA**

Pusat : (0285) 436547. Pekalongan : (0285) 4411504. Buaran : (0285) 4411206. Tirta : (0285) 437015. Kedungwuni : (0285) 4482575. Bandar : (0285) 689668. Comal : (0285) 577862. Bojong : (0285) 4482859. Kusuma Bangsa : (0285) 4410881. Batang : (0285) 391378. Pemalang : (0284) 324363. Limpung : (0285) 4468264. Bantarbolang : (0284) 3278755. Kuripan (Graha Al Baika) : (0285) 4420525.








## TABUNGAN JUWITA JUMPA WISATA

Sambil menabung bisa WISATA GRATIS

**KEUNTUNGAN**  
Uang tabungan akan kembali secara utuh / penuh dan dalam waktu tertentu setiap peserta dapat mengikuti wisata gratis.

**KETENTUAN TABUNGAN**

1. Jumlah setoran tabungan Rp. 150.000,- tiap bulan, selama 24 bulan.
2. Tabungan ini diatur secara arisan, dibuka setiap 1 bulan sekali pada tanggal 10 dengan satu peserta yang mendapatkan arisan.
3. Peserta tabungan berkewajiban menyetorkan uang tabungannya ke kantor KOPENA paling lambat 3 hari sebelum pembukaan arisan
4. Peserta yang tidak setor, nomor tabungannya tidak diikutsertakan dalam pembukaan arisan
5. Peserta yang tabungannya keluar, akan menerima uang Rp. 150.000,- X 24 = Rp. 3.600.000,- dan masih wajib setor sampai tabungan berakhir.
6. Setiap peserta yang setornya penuh berhak mendapatkan bonus Wisata Gratis ke obyek wisata yang akan ditentukan dan mendapatkan Souvenir cantik.
7. Hasil pembukaan arisan akan diumumkan di kantor KOPENA dan yang mendapatkan akan diberi surat pemberitahuan.
8. Peserta yang belum mendapatkan uang arisan pada akhir periode bisa mendapatkannya secara utuh yaitu Rp. 3.600.000,-

**DAFTARKAN SEGERA DI KANTOR KOPENA**

Pusat : (0285) 436547. Pekalongan : (0285) 4411504. Buaran : (0285) 4411206. Tirta : (0285) 437015. Kedungwuni : (0285) 4482575. Bandar : (0285) 689668. Comal : (0285) 577862. Bojong : (0285) 4482859. Kusuma Bangsa : (0285) 4410881. Batang : (0285) 391378. Pemalang : (0284) 324363. Limpung : (0285) 4468264. Bantarbolang : (0284) 3278755. Kuripan (Graha Al Baika) : (0285) 4420525.



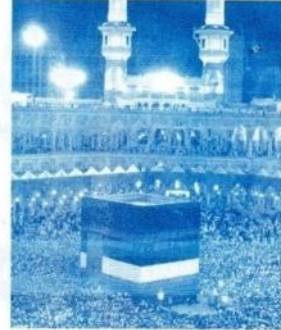





KSPPS  
KOPERASI PEMUDA BUANA  
**KOPENA**  
BERKEMBANG BERSAMA UMAT

## TAMARA Berencana

(Tabungan Umat Sejahtera)



### Ketentuan Simpanan

1. Besarnya setoran Rp. 100.000,- / bulan, selama 36 bulan
2. Uang simpanan tidak dapat diambil sebelum periode simpanan berakhir (36 bulan).
3. Jumlah peserta minimal 200 orang
4. Simpanan TAMARA dapat dijadikan jaminan pembiayaan di KOPENA
5. Peserta yang setorannya tidak lancar (mengalami tunggakan) tidak akan diikutkan dalam undian hadiah bulanan, dan yang sudah mendapat hadiah bulanan tidak akan diikutkan lagi pada undian bulan berikutnya.
6. Peserta yang sudah mendapatkan hadiah bulanan, dan tidak dapat melanjutkan setoran akan dikenakan Biaya administrasi sebesar Rp. 50.000,- pada saat penarikan uang simpanan.
7. Peserta yang setorannya lancar diakhir periode akan menerima uang simpanan sebesar Rp. 3.600.000,- dan diikutkan dalam undian doorprize dengan hadiah utama "UMROH" serta hadiah menarik lainnya.

### Keterangan lebih lanjut hubungi :

KANTOR PUSAT : Gedung Kopena Lt. III Jl. HOS. Cokroaminoto No. 77 Landungsari Pekalongan  
Telp/Fax. (0285) 436547

Website : [www.kopena.co.id](http://www.kopena.co.id)

KANTOR CABANG : - Pekalongan : (0285) 411504 - Kusuma Bangsa : (0285) 44108  
- Buaran : (0285) 4411206 - Batang : (0285) 391378  
- Tirto : (0285) 437015 - Pernalang : (0284) 324363  
- Kedungwuni : (0285) 4482575 - Limpung : (0285) 4468264  
- Bandar : (0285) 689668 - Bantarbolang : (0284) 3278755  
- Comal : (0285) 577862 - Kuripan (Graha Al Baik) : (0285) 4420525  
- Bojong : (0285) 4482859 - Randudongkal

**Ayo Buruan Daftar**  
*Dapatkan Umroh Gratis*



**KSPPS KOPENA BERKEMBANG BERSAMA UMAT**

**GEMERLAP**

**TABUNGAN SUKA RELA BERHADIAH**

Perbanyak Saldo Tabungan Suka Rela Anda, untuk dapatkan point demi point dan dapatkan hadiah-hadiah menarik

Paket perjalanan Umroh

Sepeda Motor

Televisi

Kipas Angin

Kulkas

Mesin Cuci

Magic Com

Uang Tunai

Paket Perjalanan Umroh, Kulkas, Mesin Cuci, Televisi, Kipas Angin, Magic Com, dan Uang Tunai @ 100.000,- dalam bentuk Tabungan Suka Rela.

### KETENTUAN - KETENTUAN

- ❖ Setiap pengendapan saldo rata-rata Rp. 1 juta setiap bulannya akan mendapatkan 1 (satu) point berhadiah.
- ❖ Semua point berhadiah akan dikumpulkan selama 6 (enam) bulan dan akan diseleksi (diundi) untuk mendapatkan Hadiah-hadiah menarik
- ❖ Seleksi (undian) pertama akan dilakukan pada setiap semester yang akan disaksikan oleh perwakilan dari penabung dihadapan pejabat yang berwenang.
- ❖ Dan seleksi (undian) selanjutnya akan diselenggarakan setiap akhir tahun sekali dalam rangka Harlah Kopena, program Gemerlap Sukarela diberikan hadiah utama berupa paket Umroh gratis.
- ❖ Pajak hadiah menjadi beban/tanggungjawab para pemenang. Hasil seleksi (undian) akan diumumkan di semua kantor KOPENA dan tidak bisa diganggu gugat.

### Hubungi Kantor - Kantor Kami Terdekat

**KOPENA**

- Koperasi Berprestasi Tingkat Nasional Tahun 1999 dan Tahun 2009
- Koperasi Penerima Lencana Penghargaan dari Presiden Republik Indonesia berupa Setya Lencana Wira Karya Tahun 2009 dan Tahun 2011

**PUSAT** : Gedung KOPENA Lt. III Jl. Hos. Cokroaminoto No. 77 Pekalongan  
Telp./Fax. (0285) 436547  
E-mail : kopena\_pki@yahoo.com

**CABANG** : - Pekalongan - Buaran - Tirto - Kedungwuni  
- Bandar - Comal - Bojong - Kusuma Bangsa  
- Batang - Pemalang - Limpung - Bantarbolang

**Lampiran 6 : Slip Setoran dan Penarikan Tabungan KSPPS KOPENA Pekalongan**

FM - KPB-OPS-01-18

 <b>KOPENA</b> <i>Berkembang Bersama Umat</i>		<b>SLIP SETORAN TABUNGAN</b>		
Tanggal : .....		Kode Slip : 262302	Validasi	
No. Rekening : .....				
Nama Pemilik Rek. : .....				
Jenis Tabungan Beri Tanda (X)	Tabungan Sukarela Mudharabah	Jenis Setoran	Tunai / Cash	Rp.
	Tab. Haji & Umroh Assalamah		Cek / BG	Rp.
	Tab. Manasuka Harian Mudharabah	No. Cek / BG	Nama Bank	
	Tab. "Simka" Mudharabah			Rp.
				Rp.
		Jumlah Setoran	Rp.	
		Terbilang .....		
Petugas		Penyetor		
<small>(Setoran ini sah setelah divalidasi pada cetakan komputer atau pada petugas yang berwenang)</small>				

FM - KPB-OPS-01-18

 <b>KOPENA</b>		<b>SLIP SETORAN TABUNGAN</b>			214514					
No. Tabungan		Tanggal								
Nama										
Jumlah Setoran	Rp.									
Terbilang										
Jenis Tabungan ( Beri Tanda X )	1	Suka Relä	3	Sariya	5	Haji	7	Juwita	9	Manasuka Harian
		2	Siswa	4	Ziarah	6	Umroh	8	Berjangka	
	Kasir		Petugas			Penyetor				

FM - KPB-OPS-01-19


 <b>KOPENA</b>		<b>SLIP PENGAMBILAN TABUNGAN</b>			Kode slip PU : 075639					
No. Tabungan		Tanggal								
Nama										
Jumlah Pengambilan	Rp.									
Terbilang										
Jenis Tabungan ( Beri Tanda X )	1	Suka Relä	3	Sariya	5	Haji	7	Juwita	9	Manasuka Harian
		2	Siswa	4	Ziarah	6	Umroh	8	Berjangka	
	Kasir		Petugas			Penyimpan				



Lampiran 7 : Buku Tabungan Simpanan Qurban (SIQURMA) KSPPS  
KOPENA Pekalongan



**Lampiran 8 : Formulir Permohonan Pembukaan Rekening Simpanan Qurban (SIQURMA) KSPPS KOPENA Pekalongan**



**KSPPS**  
KOPERASI PEMUDA BUANA  
**KOPENA**  
BERKEMBANG BERSAMA UMAT

Data CIB	Lama	Baru
No. CIB	:	
Rek. No.	:	

PERMOHONAN PEMBUKAAN REKENING SIMPANAN QURBAN DAN CIB KOPENA

Nama Lengkap		Laki - laki		Perempuan	
Nama Ibu Kandung		Anggota		Non. Anggota	
Tempat / Tgl. Lahir		Nomor Anggota (NIA) :			
Pekerjaan		No. Telp/Fax/HP			
Alamat Sesuai Identitas			Alamat E-mail		
Rt/Rw :		Kode Pos :		Kode>Nama Marketing	
Domisili Sekarang		Kode>Nama Marketing			
No. Kartu Identitas	KTP :	SIM :		Pelajar/Mhs :	
Pendidikan	SMA Kebawah	SMA	Diploma	Strata I	Strata II Keatas
Agama					
Jenis Usaha					
Setoran Per Minggu		Rp.			
Tunai/Debet Rekening*	Tunai	Debet			

Dengan ini menyatakan setuju dengan syarat serta ketentuan Simpanan Qurban yang berlaku

Tanggal, .....

**Nb : Coret yang tidak perlu**

Contoh specimen Tanda Tangan :

--	--

\_\_\_\_\_  
Nama dan Tanda Tangan Pemohon





Lampiran 9 : Dokumentasi Kantor KSPPS KOPENA Pekalongan





**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

**A. IDENTITAS PRIBADI**

- 1. Nama : NISAUL MUFIDAH
- 2. NIM : 2012115103
- 3. Tempat / Tanggal Lahir: Pemalang, 5 Juli 1996
- 4. Agama : Islam
- 5. Jenis Kelamin : Perempuan
- 6. Alamat : Desa Tumbal Rt. 001 Rw. 002, Kec. Comal,  
Kab. Pemalang

**B. IDENTITAS ORANG TUA**

- 1. Nama Ayah : Nasi'in
- 2. Pekerjaan : Wiraswasta
- 3. Nama Ibu : Suyati
- 4. Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga

**C. RIWAYAT PENDIDIKAN**

- 1. SD Negeri 01 Tumbal, lulus tahun 2009
- 2. SMP Negeri 4 Comal, lulus tahun 2012
- 3. SMA Negeri 1 Sragi, lulus tahun 2015
- 4. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan, Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Islam Jurusan D3 Perbankan Syariah, tahun akademik 2015/2016.

Pekalongan, 31 Desember 2018  
Yang menyatakan

**NISAUL MUFIDAH**  
**NIM. 2012115103**