

**PENERAPAN KONSEP STRATEGI PEMASARAN
PRODUK TABUNGAN SIKESRA DI KOSPIN JASA
SYARIAH KCP KEDUNGWUNI PEKALONGAN**

TUGAS AKHIR

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Ahli Madya Perbankan Syariah



Oleh:

NAYTI IZKIYA
NIM. 2012113088



ASAL BUKU INI	:	<u>Penulis</u>
PENERBIT/HARGA	:	<u>-</u>
TGL. PENERIMAAN	:	<u>09-03-2017</u>
NO. KLASIFIKASI	:	<u>TAD-3PBS 17-089 IZK - P</u>
INDUK	:	<u>1712089</u>

**SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
(STAIN) PEKALONGAN
PROGRAM STUDI D III PERBANKAN SYARIAH
2016**

SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nayti Izkiya

NIM : 2012113088

Judul Tugas Akhir : PENERAPAN KONSEP STRATEGI PEMASARAN
PRODUK TABUNGAN SIKESRA DI KOSPIN
JASA SYARIAH KCP KEDUNGWUNI

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, Oktober

2016

Yang Menyatakan



NIM. 2012113088

NOTA PEMBIMBING

Iwan Zaenul Fuad S.H. MH

Ds. Kijingan Ds.Siwatu Wonotunggal Rt.12/IV Batang

Lamp : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Tugas Akhir Sdr.i Nayti Izkiya

Kepada Yth.

Ketua STAIN Pekalongan

c.q. Ketua Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam

di

PEKALONGAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb

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

Nama : Nayti Izkiya

NIM : 2012113088

Prodi : D III Perbankan Syariah

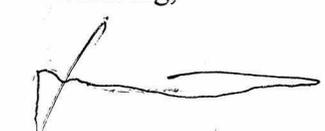
Judul Tugas Akhir : PENERAPAN KONSEP STRATEGI PEMASARAN
PRODUK TABUNGAN SIKESRA DI KOSPIN JASA
SYARIAH KCP KEDUNGWUNI

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

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pekalongan, 20 Oktober 2016
Pembimbing,


Iwan Zaenul Fuad S.H. MH

NIP. 19770607 200604 1 003



**KEMENTERIAN AGAMA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
(STAIN) PEKALONGAN**

Jl. Kusuma Bangsa No. 9 Pekalonga Telp. (0285) 412575 Fax. 423418

PENGESAHAN

Ketua Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Pekalongan
mengesahkan Tugas Akhir Saudara :

Nama : **Nayti Izkiya**

NIM : **2012113088**

Judul : **PENERAPAN KONSEP STRATEGI PEMASARAN PRODUK
TABUNGAN SIKESRA DI KOSPIN JASA SYARIAH KCP
KEDUNGWUNI PEKALONGAN**

telah diujikan pada hari Kamis tanggal 03 November 2016 dan dinyatakan
LULUS serta diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Ahli Madya
(A.Md) di bidang Ilmu Perbankan Syariah.

Dewan Penguji,

Penguji I

Penguji II


Ahmad Sukron, M.E.I
NIP.19711015 200501 1 003


Gunawan Aji, M.Si
NIP.19690227 200712 1 001

Pekalongan, 03 November 2016
Disahkan oleh
Ketua,



Dr. H. Ade Dedi Rohayana, M.Ag
NIP.19710115 199803 1 005

Halaman Persembahan

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT, atas segala hidayah dan Rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini sebagai rasa cinta dan tanda kasih, kupersembahkan karya sederhana ini kepada :

- 1. Ibuku,ibuku,ibuku. Ibu Ani Sukarni seseorang yang selalu ada didalam hati, Tanpa untaian do'a dan bantuan serta semangat dari beliau, Tugas Akhir ini tidak akan pernah terselesaikan. Serta Bapaku tercinta Ach.Idham Abbas (Alm) yang selalu menjadi motivasi serta idola didalam hidupku.*
- 2. Kepada dosen pembimbing, bapak Iwan Zaenul Fuad S.H MH yang telah membimbing dan memberikan arahan penulis dengan penuh kesabaran dan ketulusan.*
- 3. Kepada kakakku Mayla Azkiya dan Adikku M.Royan Alfath terima kasih banyak atas semua dukungan, bantuan, pengertian, dan kasih sayang yang lebih.*
- 4. Kepada Mas Ziad Azizi yg selalu memberikan semangat serta dukungan. Terimakasih atas ketersediaannya untuk bisa menampung semua keluh kesah selama penyelesaian Tugas Akhir ini. Terimakasih sudah berusaha selalu ada jika dibutuhkan. Semoga bisa cepat menyelesaikan kuliahnya dan bisa cepat menyusul untuk bisa meraih gelar Spd.i*
- 5. Kepada para sahabat terbaik saya, Riskina Awaliya, Nailis Suraya,Nunung Masita,Muzayanah,Arina, dengan hadirnya kalian perjuangan meraih gelar Amd semakin berkesan.*

6. Kepada teman-teman seperjuangan D3 Perbankan Syariah, suatu kebanggaan bisa menimba ilmu bersama-sama selama kuranglebih 3 tahun ini.

7. Almameterku.



MOTO

- ❖ *Ku olah kata, kubaca makna, kuikat dalam alenia, kubingkai dalam bab sejumlah lima, jadilah mahakarya, gelar Amd kuterima, orang tua dan calon mertua pun bahagia*
- ❖ *“Barang siapa yang mengamalkan ilmu yang diketahuinya maka Allah SWT akan memberi ilmu yang belum ia ketahui” (HR Abu Naim)*
- ❖ *Jadilah kalah karna mengalah, bukan kalah karena menyerah. Jadilah pemenang karena kemampuan, bukan menang karena kecurangan.*



ABSTRAK

Nama : Nayti Izkiya
NIM : 2012113088
Judul Tugas Akhir : Penerapan Konsep Strategi Pemasaran Produk Tabungan Sikesra di Kospin Jasa Syariah KCP Kedungwuni

Pentingnya pemasaran dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan suatu produk dan jasa. Pemasaran menjadi semakin penting dengan semakin meningkatnya pengetahuan masyarakat. Pemasaran juga dapat dilakukan dalam rangka menghadapi pesaing yang dari waktu ke waktu semakin meningkat. Para pesaing justru semakin gencar melakukan usaha pemasaran dalam memasarkan produknya.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana penerapan konsep strategi pemasaran produk tabungan sikesra yang dilakukan Kospin Jasa Syariah KCP Kedungwuni.

Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian lapangan (field research) maka penulis dalam melakukan penelitian menggunakan pendekatan kualitatif sebagai prosedur yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Sumber data diperoleh melalui sumber data primer dan sumber data sekunder. Teknik pengumpulan datanya observasi, interview atau wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan dalam menganalisis data menggunakan analisis kualitatif model interaktif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelaksanaan strategi pemasaran di Kospin Jasa Syariah KCP Kedungwuni sudah cukup baik. Hal ini dapat dilihat dari peningkatan nasabah yang cukup signifikan dari tahun ke tahun. Kospin Jasa Syariah KCP Kedungwuni juga menggunakan elemen 7P (*Product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence*) dan bauran promosi sebagai alat promosinya meliputi : *Advertising, Personal selling, publisitas, promotion* dalam memasarkan produk SIKESRA.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan dengan baik Tugas Akhir dengan judul **“PENERAPAN KONSEP STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN SIKESRA DI KOSPIN JASA SYARIAH KCP KEDUNGWUNI”**.

Shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah membawa risalah Islam sehingga dapat menjadi bekal hidup kita baik di dunia dan di akhirat.

Suatu kebanggaan tersendiri jika suatu tugas dapat terselesaikan dengan sebaik-baiknya. Penulis sadar banyak hambatan dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini. Akhirnya Tugas Akhir ini dapat terselesaikan, tentunya karena beberapa pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan Tugas Akhir ini. Untuk itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan mohon maaf yang tulus kepada:

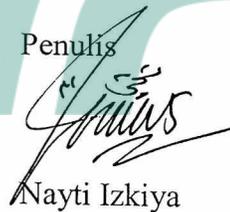
1. Bapak Dr. H. Ade Dedi Rohayana, M.Ag selaku Ketua STAIN Pekalongan
2. Bapak H. Ahmad Rosyid, S.E Akt., M.Si. Akt, selaku Ketua Program Studi D III Perbankan Syariah STAIN Pekalongan
3. Bapak Iwan Zaenul Fuad S.H MH selaku Dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan dengan ikhlas dan sabar, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik
4. Para Dosen dan staff pengajar di STAIN Pekalongan yang telah memberikan banyak ilmu yang bermanfaat

5. Bapak Wasi'un selaku pimpinan Kospin Jasa Syariah KCP Kedungwuni, dan Bapak Pandu Irawan selaku Customer service serta para karyawan Kospin Jasa Syariah KCP Kedungwuni yang sudah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan penelitian dan membantu memberikan segala informasi yang penulis butuhkan dalam penyelesaian Tugas Akhir ini
6. Ibu tercinta, yang selalu memberikan dukungan serta do'a, adik dan kakak saya yang selalu memberikan motivasi dan do'a yang tulus sepanjang waktu.
7. Teman-teman yang selalu menemani penulis dengan setia dalam suka maupun duka
8. Semua pihak yang turut andil dalam penyelesaian Tugas Akhir ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Terima kasih untuk semuanya. Tanpa anda semua, penulis bukanlah siapa-siapa. Penulis menyadari bahwa karya ilmiah sederhana ini masih jauh dari kesempurnaan, sehingga saran dan kritik dari para pembaca sangat penulis harapkan. Akhir kata semoga karya ini dapat membawa manfaat bagi semuanya.

Pekalongan, Oktober 2016

Penulis



Nayti Izkiya

NIM. 2012113088

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR GRAFIK	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Penegasan Istilah	8
D. Tujuan Penelitian	9
E. Sistematika Penulisan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
LANDASAN TEORI	12
A. Pengertian Strategi Pemasaran	12

1. Marketing Mix	15
a.) Product	16
b.) Price	17
c.) Place	17
d.) Promotion	18
e.) People	18
f.) Physical Evidence	19
g.) Process	19
B. Konsep Strategi Pemasaran	19
a. Macam-macam konsep strategi pemasaran	20
b. Perbedaan konsep penjualan dengan konsep pemasaran	23
C. Tujuan Pemasaran	23
D. Strategi Mempromosikan Produk	26
a. Periklanan (<i>advertising</i>)	27
b. Promosi penjualan (<i>Sales promotion</i>)	29
c. Penjualan pribadi (<i>personal selling</i>)	30
d. Publisitas	31
E. Macam-macam Strategi Pemasaran	33
F. Definisi Akad Mudharabah Dan Dasar Hukumnya	35
a. Pengertian mudharabah	35
b. Dasar hukum mudharabah	42
G. Penelitian yang relevan	44

BAB III	METODE PENELITIAN	
	A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	49
	B. Lokasi penelitian	49
	C. Sumber Data	50
	D. Teknik Pengumpulan Data	50
	E. Keabsahan Data	52
	F. Metode Analisis data	53
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	A. Hasil Penelitian	55
	a. Sejarah Kospin Jasa Syariah KCP Kedungwuni	55
	b. Lokasi Kospin Jasa Syariah KCP Kedungwuni	57
	c. Visi Dan Misi Kospin Jasa Syariah	58
	d. Struktur Organisasi Kospin Jasa Syariah KCP Kedungwuni	60
	e. Produk-Produk Kospin Jasa Syariah	61
	B. Pembahasan	69
	a. Penerapan Konsep Strategi Pemasaran Produk Tabungan Sikesra di Kospin Jasa Syariah KCP Kedungwuni	69
BAB V	PENUTUF	
	A. Simpulan	88
	B. Saran	90

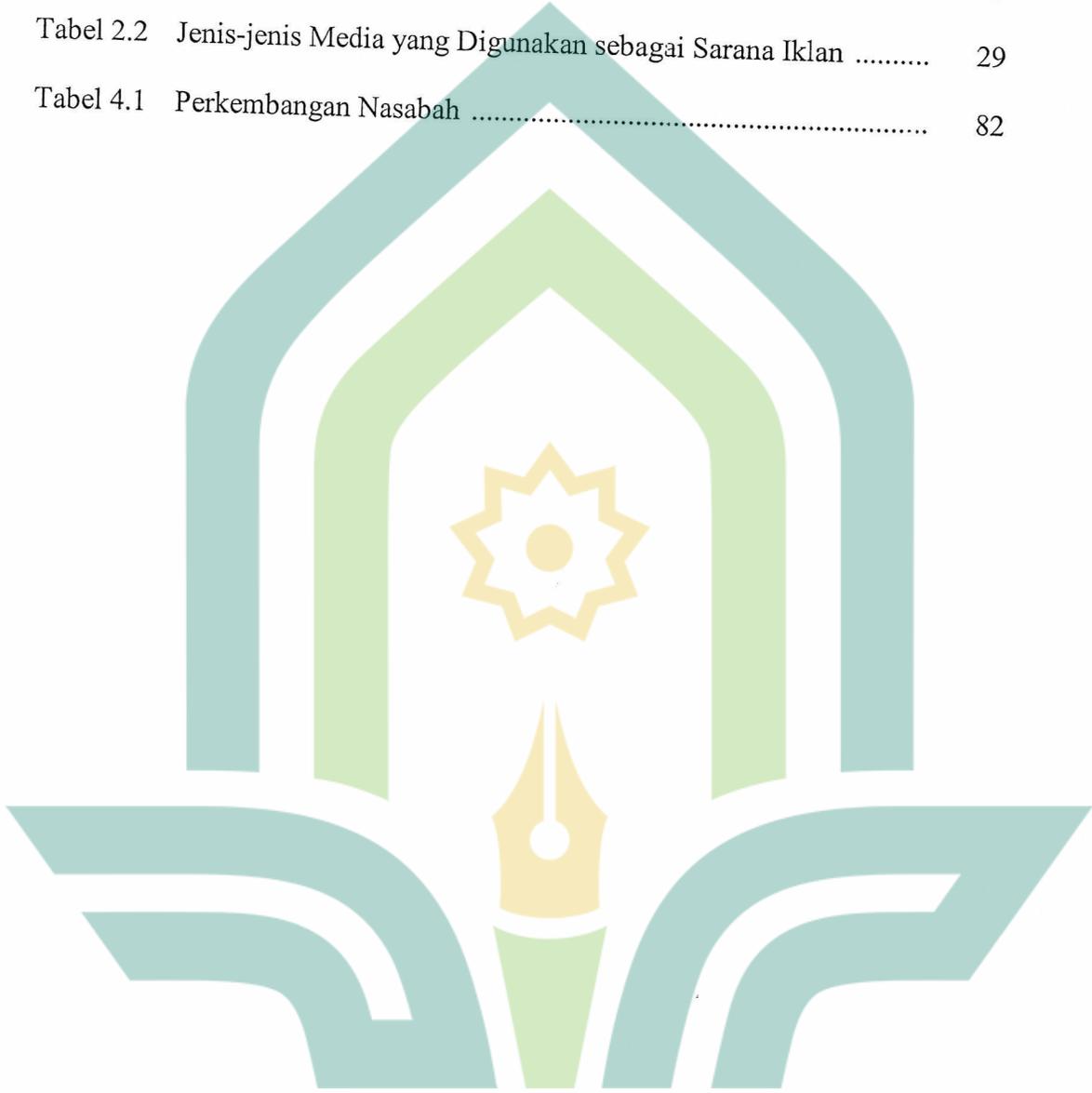
DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN



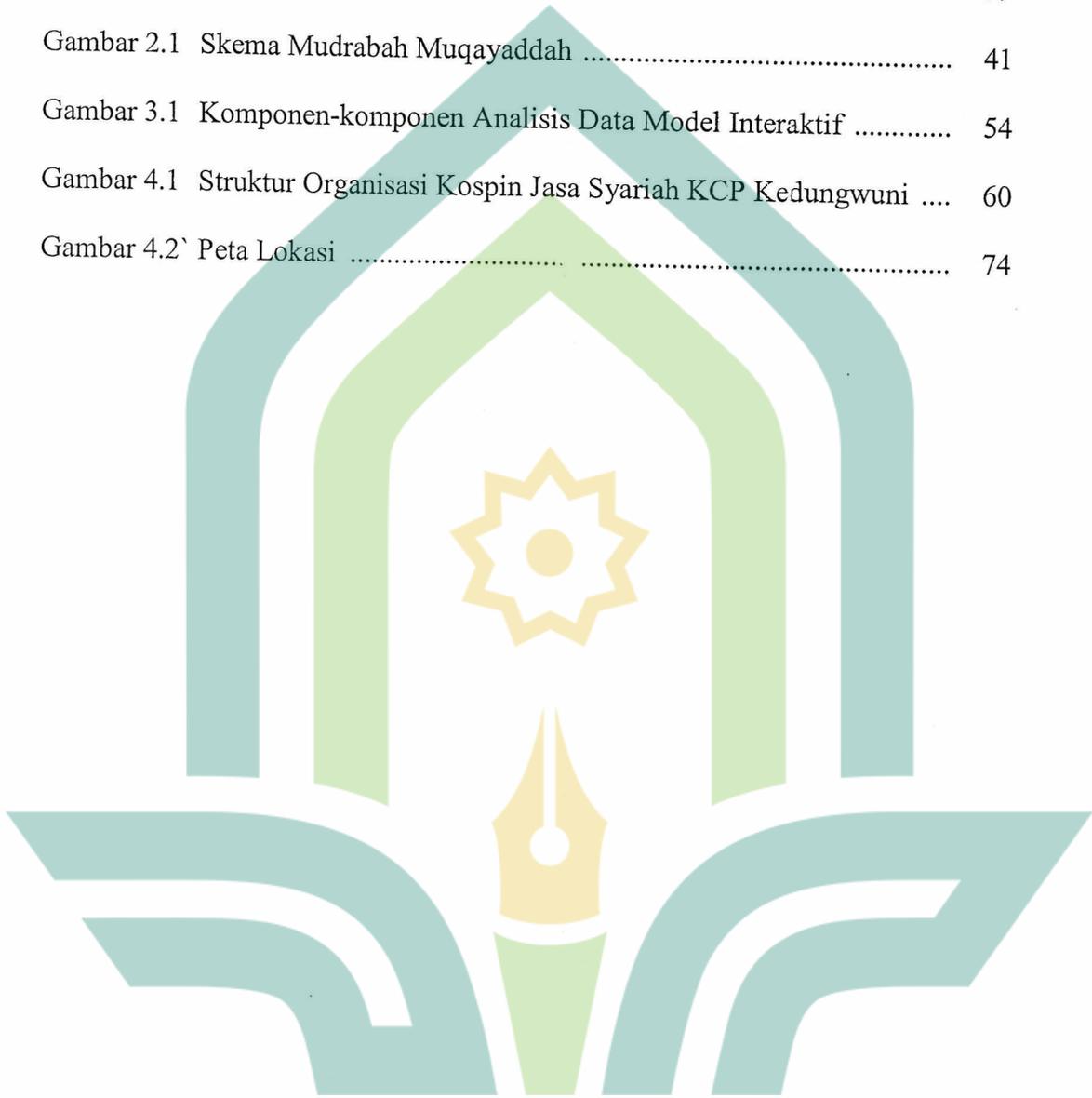
DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Perbedaan Konsep Penjualan dengan Konsep Pemasaran	23
Tabel 2.2	Jenis-jenis Media yang Digunakan sebagai Sarana Iklan	29
Tabel 4.1	Perkembangan Nasabah	82



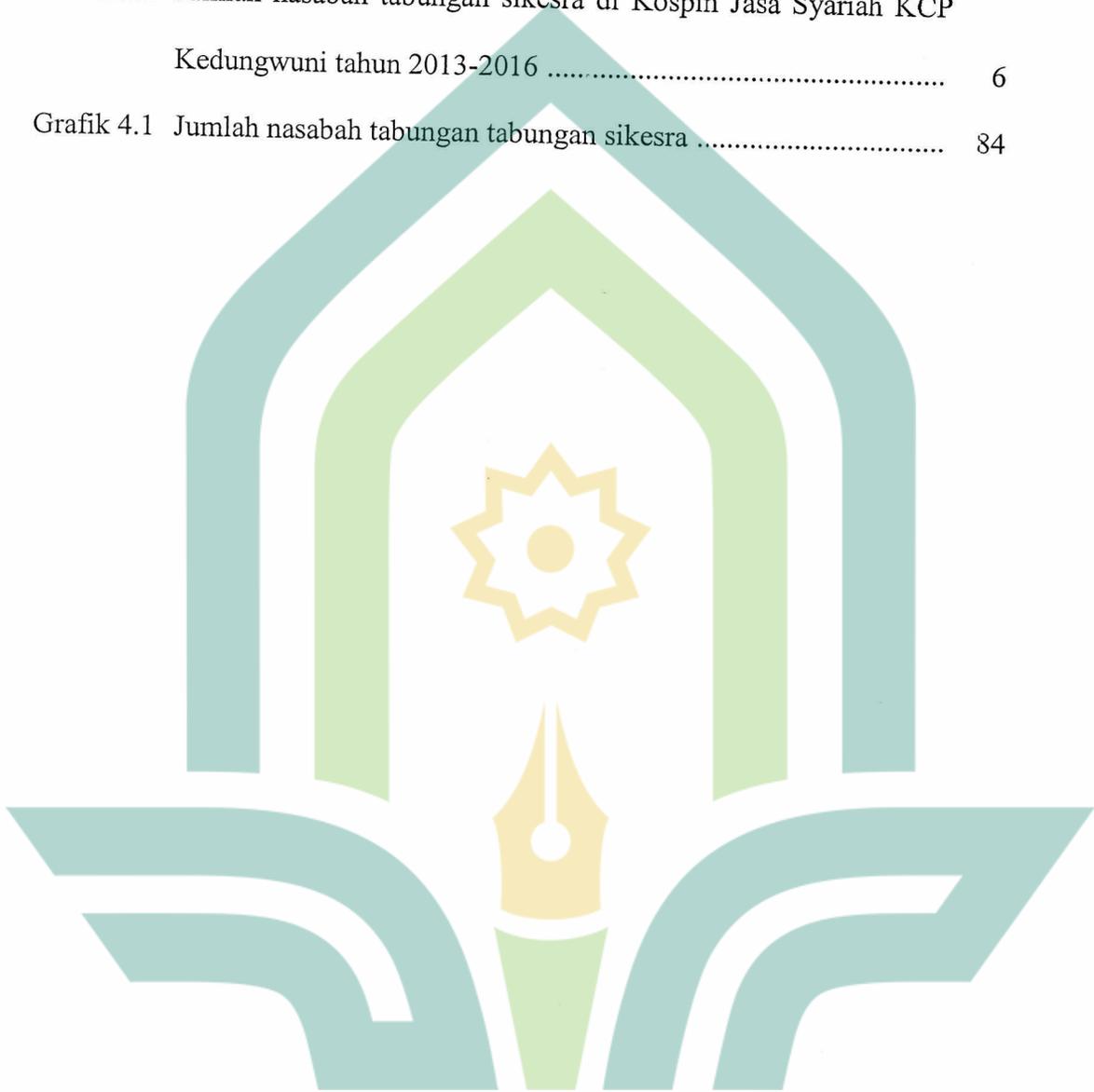
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Skema Mudharabah Muthlaqah	39
Gambar 2.1 Skema Mudrabah Muqayaddah	41
Gambar 3.1 Komponen-komponen Analisis Data Model Interaktif	54
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Kospin Jasa Syariah KCP Kedungwuni	60
Gambar 4.2' Peta Lokasi	74



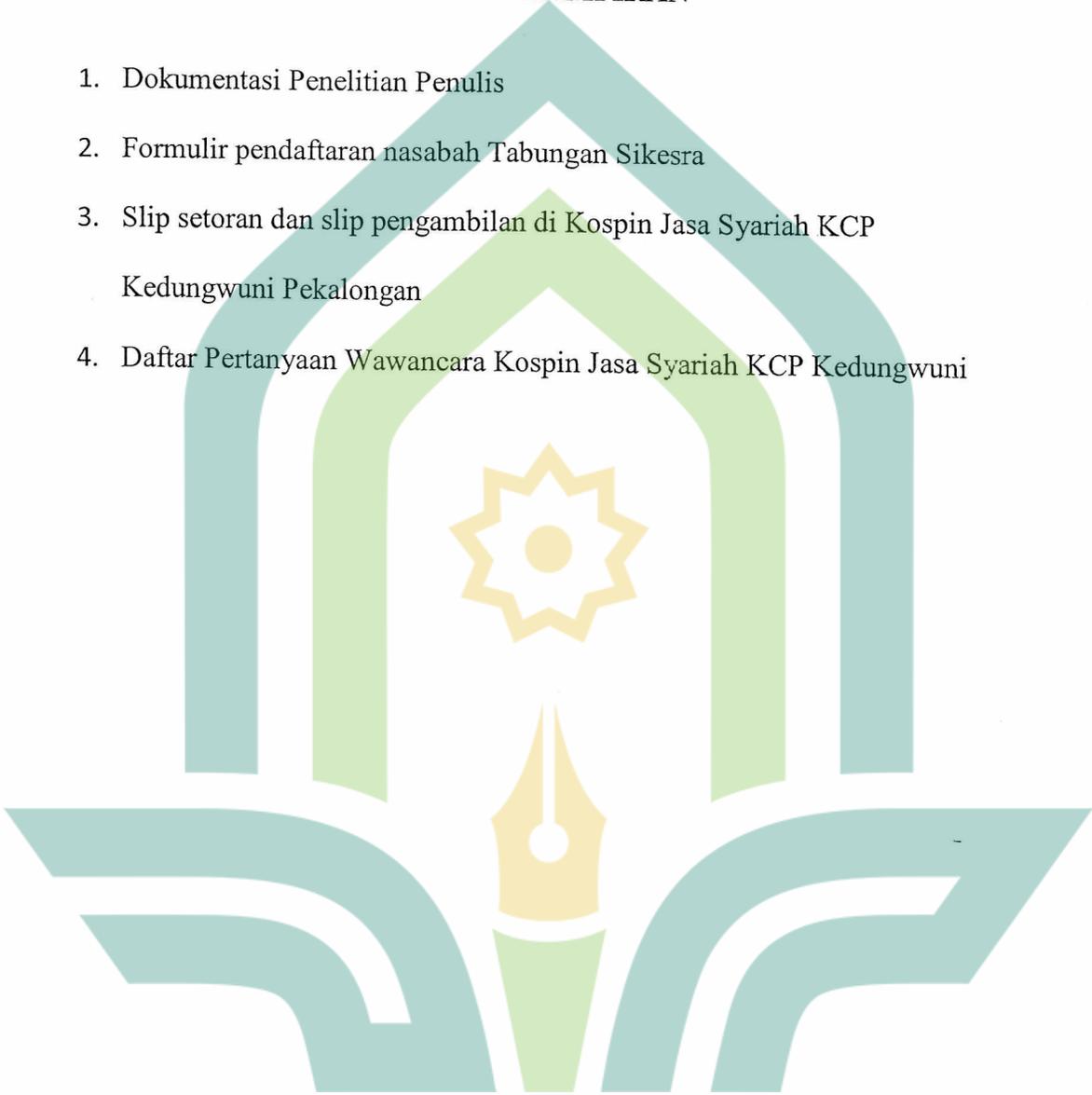
DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Jumlah nasabah tabungan sikesra di Kospin Jasa Syariah KCP Kedungwuni tahun 2013-2016	6
Grafik 4.1 Jumlah nasabah tabungan tabungan sikesra	84



DAFTAR LAMPIRAN

1. Dokumentasi Penelitian Penulis
2. Formulir pendaftaran nasabah Tabungan Sikesra
3. Slip setoran dan slip pengambilan di Kospin Jasa Syariah KCP
Kedungwuni Pekalongan
4. Daftar Pertanyaan Wawancara Kospin Jasa Syariah KCP Kedungwuni



BAB I PENDAHULUAN



A. Latar belakang masalah

Lembaga keuangan syariah pada dasarnya didirikan dengan tujuan untuk menerapkan prinsip Islam dalam kegiatan ekonomi di masyarakat. Secara umum, lembaga keuangan syariah memiliki struktur yang sama dengan lembaga keuangan konvensional, akan tetapi antara lembaga keuangan syariah dengan lembaga keuangan konvensional tetap memiliki perbedaan. Salah satu pihak penting dalam pengembangan lembaga keuangan syariah adalah kepatuhan syariah (*syariah compliance*) pilar inilah yang menjadi pembeda utama antara lembaga keuangan syariah dengan lembaga keuangan konvensional.

Strategi pemasaran merupakan bagian integral dari strategi bisnis yang memberikan arah pada semua fungsi manajemen suatu organisasi bisnis. Dengan adanya strategi pemasaran, maka implementasi program dalam mencapai tujuan organisasi dapat dilakukan secara aktif, sadar dan rasional tentang bagaimana suatu merk atau lini produk mencapai tujuannya dalam lingkungan bisnis.¹

Pemasaran menurut Kasmir, yaitu suatu proses untuk menciptakan dan mempertukarkan produk atau jasa bank yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan cara memberikan

¹Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, (Ciawi-Bogor:Ghalia Indonesia, April 2010) hlm 29

kepuasan.² Pengertian dari pertukaran produk atau jasa bank itu sendiri yakni suatu tindakan untuk memperoleh sesuatu barang yang diinginkan dari seseorang dengan menawarkan sesuatu sebagai penggantinya. Sedangkan kebutuhan nasabah adalah suatu keadaan yang dirasakan tidak ada dalam diri seseorang.

Pentingnya pemasaran dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan suatu produk dan jasa. Pemasaran menjadi semakin penting dengan semakin meningkatnya pengetahuan masyarakat. Pemasaran juga dapat dilakukan dalam rangka menghadapi pesaing yang dari waktu ke waktu semakin meningkat. Para pesaing justru semakin gencar melakukan usaha pemasaran dalam memasarkan produknya.

Dalam dunia pemasaran selalu terkait dengan *marketing mix* atau Bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus-menerus mencapai tujuan pemasaran di pasar sasaran. Jadi bauran pemasaran merupakan *tool* atau alat bagi marketer yang terdiri dari berbagai elemen suatu program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran dan *positioning* yang ditetapkan dapat berjalan sukses.

Bauran Pemasaran pada produk barang yang kita kenal selama ini berbeda dengan *marketing mix* untuk produk jasa. Hal ini terkait dengan perbedaan karakteristik jasa dan barang. *Marketing mix* produk barang

²Kasmir, *Pemasaran Bank*, Cet3 (Jakarta:KENCANA 2008) hlm 54

mencakup 4P: *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), dan *promotion* (promosi), sedangkan untuk jasa keempat hal tersebut masih dirasa kurang mencukupi. Para ahli pemasaran menambahkan tiga unsur lagi: *people* (Manusia), *process* (proses), dan *Physical Environment* (Lingkungan fisik). Jadi dengan demikian elemen *marketing mix* jasa terdiri dari tujuh hal, yaitu *Product, Price, Promotion, Place, People, Process, Physical Environment*.

Salah satu lembaga keuangan selain Bank seperti koperasi simpan pinjam jasa syariah atau lebih dikenal dengan Kospin Jasa Syariah yaitu lembaga keuangan yang beroperasi berdasarkan prinsip dan pola syariah. Lembaga ini telah mengalami perkembangan yang cukup pesat di tambah lagi dalam operasionalnya. Kospin Jasa Syariah dapat menjalankan berbagai jenis kegiatan usahanya dengan berbagai macam produk yaitu berupa simpanan dan pembiayaan.

Kospin Jasa Syariah yang memberikan manfaat dan kemaslahatan seluas-luasnya untuk seluruh anggota, calon anggota dan seluruh masyarakat yang ikut berperan serta dalam menumbuhkembangkan Kospin Jasa Syariah dengan mengedepankan kesetaraan, kesejajaran, dan kebersamaan bagi umat.³ Dalam meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi masyarakat dengan antara lain mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonominya.

³Nilai manfaat pada KOSPIN Jasa Syariah Kedungwuni-Pekalongan, dapat di akses di www.kospinjasasyariah.com, di akses pada tanggal 15 Maret 2016.

Adapun Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 02/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Tabungan, menimbang “Bahwa keperluan masyarakat dalam peningkatan kesejahteraan dan dalam penyimpanan kekayaan, pada masa kini, memerlukan jasa perbankan; dan salah satu produk perbankan di bidang penghimpun dana dari masyarakat adalah tabungan, yaitu simpanan dana yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang telah disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan/atau alat lain yang dipersamakan dengan itu; bahwa kegiatan tabungan tidak semuanya dapat dibenarkan oleh hukum Islam (Syari’ah) ; bahwa oleh karena itu, DSN memandang perlu menetapkan fatwa tentang bentuk-bentuk mu’amalah syar’iyah untuk dijadikan pedoman dalam pelaksanaan tabungan pada bank syari’ah.⁴

Kesadaran akan pentingnya menabung di kalangan masyarakat menengah ke bawah sangat minim, serta banyaknya kebutuhan masyarakat jaman sekarang yang serba mahal dan tidak menentu membuat masyarakat kalangan menengah ke bawah cukup sulit untuk menyisihkan uangnya untuk di tabungkan. Dengan demikian Kospin Jasa Syariah juga ikut serta berpartisipasi memberikan solusi bagi masyarakat dengan cara mengeluarkan produk simpanan keluarga sejahtera atau yang dinamakan produk Sikesra. Produk Tabungan Sikesra (Simpanan Keluarga Sejahtera) adalah salah satu produk yang dikeluarkan oleh Kospin Jasa Syariah KCP Kedungwuni dengan maksud berorientasi pada kebutuhan dan keinginan

⁴Fatwa DSN tentang produk tabungan, dapat diakses di www.dsnmui.or.id, di akses pada tanggal 22 april 2016

masyarakat. Simpanan Keluarga Sejahtera (SIKESRA) yaitu Simpanan dengan sistem tabungan berdasarkan pengumpulan uang berkelompok (arisan) dengan setoran rutin perbulan Rp.50.000,- yang penarikannya hanya dapat dilakukan dalam jangka waktu 24 bulan/2 tahun dan akan diadakan penyaringan Hadiah atau undian setiap periode.

Namun, betapapun bermanfaat suatu produk jika tidak dikenal konsumen maka produk tersebut tidak akan diminati nasabah. Oleh karena itu Kospin Jasa Syariah harus berusaha menciptakan strategi promosi yang baik pada produknya dan kemudian dipelihara dan dikembangkan.

Untuk mendapat nasabah dan mempertahankan nasabah, maka lembaga perbankan harus mempunyai strategi-strategi dalam memasarkan produknya, terutama dalam produk pendanaan dan simpanan. Masyarakat penabung tentunya menginginkan uangnya aman dan juga menguntungkan. Selain itu nasabah juga berkeinginan untuk kemudahan dalam bertransaksi penyetoran dan pengambilan serta biaya-biaya administrasi yang dikenakan oleh lembaga perbankan setiap bulannya.

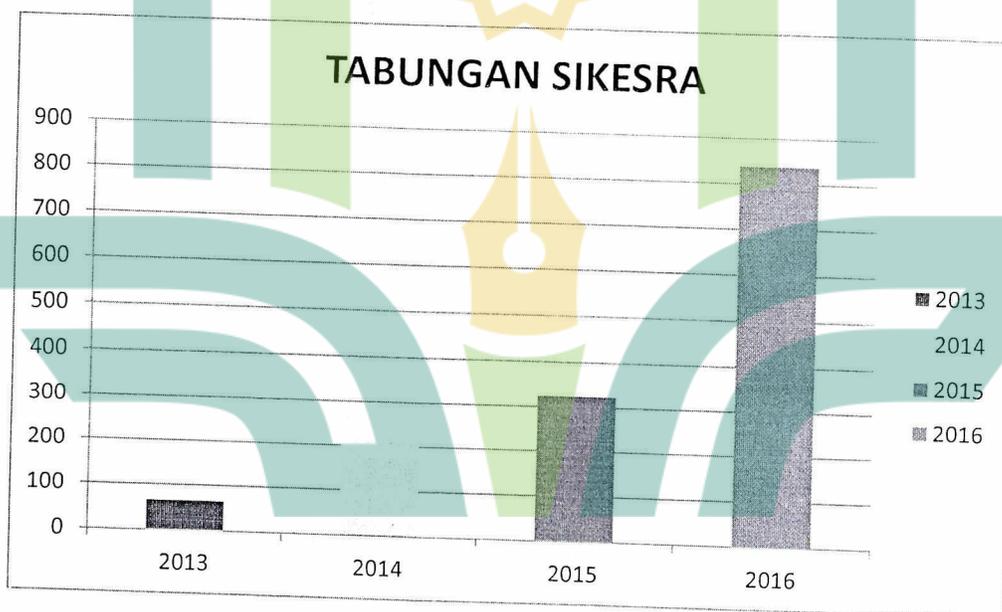
Adapun strategi pemasaran yang dilakukan Kospin Jasa Syariah untuk memasarkan produk tabungan Sikesra yakni dengan cara membagikan brosur-brosur dan menawarkan kepada nasabah secara langsung ketika ada nasabah pembiayaan atau produk lain datang ke kantor.⁵

⁵Wawancara dengan Pandu Irawan bagian Customer Service, pada tanggal 16 maret 2016

Produk Tabungan Sikesra Pertama kali muncul pada tahun 2012, namun karena promosi yang dilakukan untuk produk Sikesra kurang efektif membuat masyarakat kurang begitu minat dengan produk ini. Di tahun 2013 Tabungan Sikesra akhirnya mengalami peningkatan jumlah nasabah. Hal ini terus menerus berkelanjutan hingga tahun-tahun berikutnya sampai tahun 2015. Peningkatan jumlah nasabah Tabungan Sikesra dari tahun 2012 sampai dengan 2015 mulai menanjak signifikan. Melalui grafik di bawah ini bisa dilihat kenaikan jumlah nasabah Tabungan Sikesra Di Kospin Jasa Syariah KCP Kedungwuni.

Grafik 1.1

**Jumlah nasabah Tabungan Sikesra di Kospin Jasa Syariah KCP
Kedungwuni Tahun 2013-2016⁶**



⁶ Wawancara dengan Wasiun selaku Manager pada tanggal 16 Maret 2016

Melihat perkembangan peningkatan jumlah nasabah dan juga jumlah tabungan nasabah di atas membuktikan bahwa Tabungan Sikesra punya potensi untuk mampu berkompetisi menjangkau minat nasabah/ calon nasabah untuk menabung di produk Sikesra ini. Hal ini memperlihatkan Kospin Jasa Syariah terutama KCPKedungwuni punya cara pandang yang terintegrasi dalam memasarkan produk-produknya.

Penulis memilih produk tabungan Sikesra sebagai fokus kajian untuk menganalisa konsep strategi pemasaran yang dilakukan Kospin Jasa Syariah KCP Kedungwuni, pemilihan produk tabungan Sikesra ini dikarenakan selain produk ini adalah produk yang diinginkan masyarakat produk Sikesra ini juga memberikan banyak keuntungan bagi nasabah seperti kemudahan-kemudahan dalam bertransaksi dan hadiah undian yang menarik. Akad yang digunakan produk Sikesra ini yaitu *Mudharabah Muthlaqah* yakni akad *mudharabah* tanpa pembatasan, bentuk kerjasama antara *shohibul mal* dan *mudharib* cakupannya sangat luas dan tidak dibatasi oleh spesifikasi jenis usaha, waktu, dan daerah bisnis.⁷ Oleh karena itu penulis memilih judul “Penerapan Konsep Strategi Pemasaran Produk Tabungan Sikesra di Kospin Jasa Syariah KCP Kedungwuni Pekalongan”.

B. Rumusan Masalah

Penelitian atas konsep strategi pemasaran Kospin Jasa Syariah KCP Kedungwuni atas produk Sikesra di atas, kemudian dikerucutkan dalam hal pokok yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini, yakni

⁷Ahmad Ifham Shalihin, *Ekonomi Syariah* (Jakarta : PT Pustaka Utama, 2013), hlm 529

bagaimana penerapan konsep pemasaran produk Tabungan Sikesra yang dilakukan Kospin Jasa Syariah KCP Kedungwuni?

C. Penegasan istilah

Untuk menghindari kesalahpahaman dalam memahami judul diatas, maka dibawah ini penulis akan mempertegas beberapa istilah yang tercantum dalam Tugas Akhir (TA) ini, yaitu:

1. Strategi adalah rencana yang matang tentang suatu kegiatan untuk mencapai tujuan, yang berkaitan dengan strategi dalam pemasaran.⁸
2. Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dengan mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain.⁹
3. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diminati, dijangkau dan dinikmati oleh konsumen yang dapat berupa barang berwujud (pisik), jasa, penampilan, tempat, organisasi, atau ide.¹⁰
4. Tabungan Sikesra adalah tabungan dengan akad *mudharabah muthlaqah*, yang penarikannya hanya dapat dilakukan dalam jangka waktu 24 bulan dan sistem tabungan berdasarkan pengumpulan uang

⁸Ivan Rahmawan A, *Kamus Istilah Akuntansi Syariah*, Cet1 (Yogyakarta : Pilar Media, 2005), hlm 112.

⁹Kasmir, *Pemasaran Bank*, Hlm 53

¹⁰Joko Suwandi, *Ilmu Pemasaran*, (Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhamadiyah Surakarta) hlm 29

berkelompok (arisan) dan jenis tabungan dengan setoran rutin perbulan Rp.50.000,-¹¹

5. Kospin jasa syariah adalah sebuah koperasi simpan pinjam yang didirikan pada tahun 1973, dengan kantor pusat di Pekalongan dan sudah mempunyai 20 cabang di antaranya terletak di Kedungwuni yang berdiri pada tanggal 01 mei 2012 dan beroperasi dengan prinsip syariah.¹²

Setelah dikupas masing-masing istilah diatas, maka dapat disimpulkan bahwa maksud dari judul penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana penerapan konsep strategi pemasaran produk Tabungan Sikesra di Kospin Jasa Syariah KCP Kedungwuni.

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Tujuan penelitian tugas akhir ini adalah:

Untuk mengetahui bagaimana penerapan konsep pemasaran produk Tabungan Sikesra yang dilakukan Kospin Jasa Syariah KCP Kedungwuni Pekalongan.

¹¹Wawancara dengan bpk.Wasiun (Manager Kospin Jasa SyariahKedungwuni)pd tanggal 17 mei 2016 pukul 15.00

¹²Profil kospin jasa syariah, www.kospinjasa.comdiakses pada tanggal20 mei 2016 pukul 12.00

E. Manfaat Tugas akhir ini adalah :

1. Secara praktis

a. Bagi peneliti

Untuk menambah wawasan dalam bidang strategi pemasaran di Kospin Jasa Syariah dan memperluas pengetahuan di dunia kerja khususnya di lembaga keuangan syariah.

b. Bagi Kospin Jasa Syariah KCP Kedungwuni

Memberikan saran dan masukan bagi Kospin Jasa Syariah KCP Kedungwuni khususnya dalam hal strategi promosi.

2. Secara teoritis

Untuk mengembangkan ilmu dan pengetahuan tentang perbankan syariah, khususnya tentang strategi pemasaran produk Tabungan Sikesra di Kospin Jasa Syariah KCP Kedungwuni.

F. Sistematika Penulisan

Adapun sistem penulisan Tugas Akhir (TA) ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN mencakup tentang : Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Penegasan Istilah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI mencakup tentang: a) pengertian strategi pemasaran; b) konsep strategi pemasaran; c) tujuan pemasaran; d) Strategi

mempromosikan produk; e) macam-macam strategi; f) definisi akad Mudharabah dan Dasar Hukumnya.

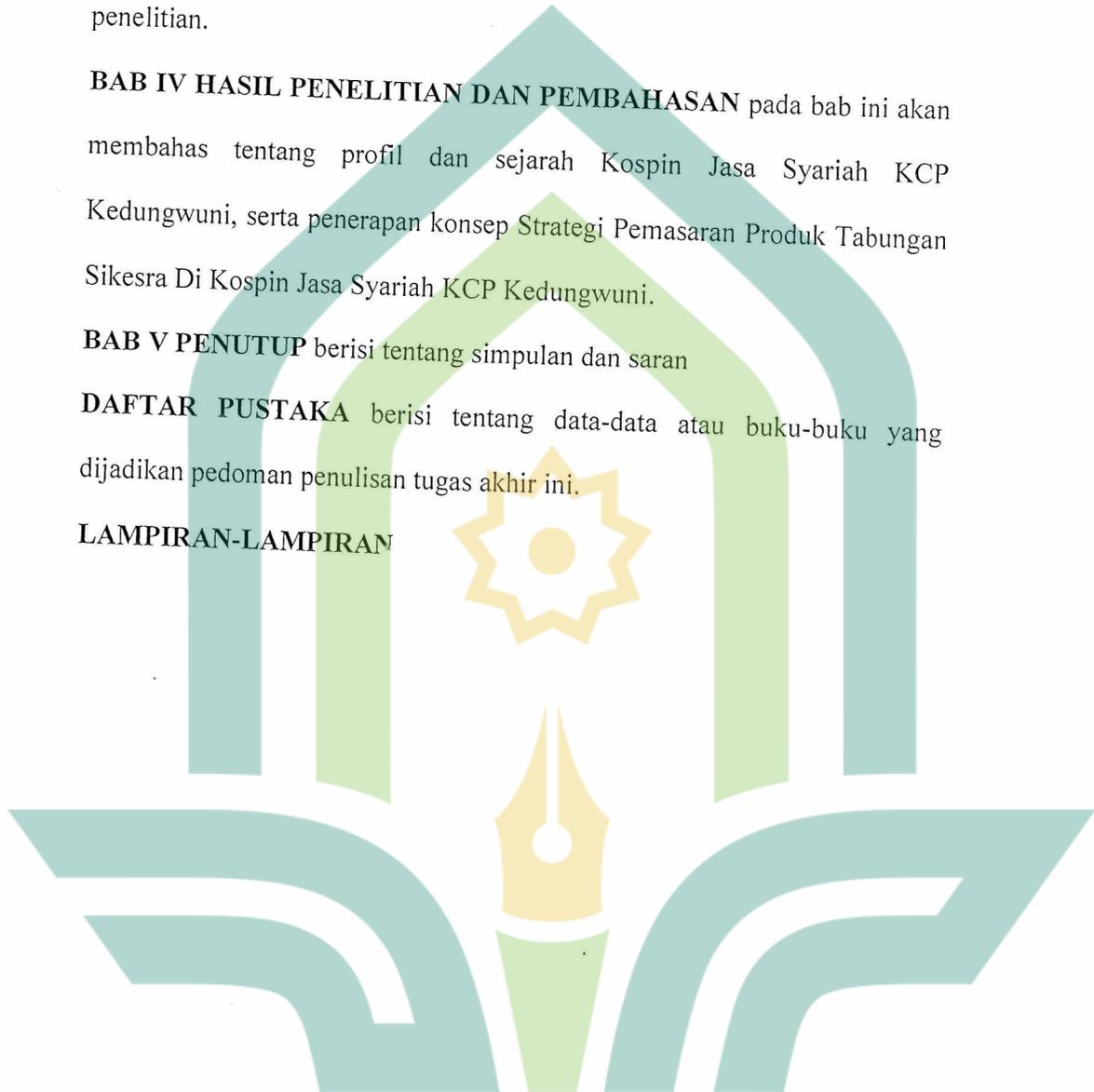
BAB III METODE PENELITIAN mencakup tentang jenis penelitian, tempat penelitian, sumber data, pengumpulan data penelitian, analisis data penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN pada bab ini akan membahas tentang profil dan sejarah Kospin Jasa Syariah KCP Kedungwuni, serta penerapan konsep Strategi Pemasaran Produk Tabungan Sikesra Di Kospin Jasa Syariah KCP Kedungwuni.

BAB V PENUTUP berisi tentang simpulan dan saran

DAFTAR PUSTAKA berisi tentang data-data atau buku-buku yang dijadikan pedoman penulisan tugas akhir ini.

LAMPIRAN-LAMPIRAN





BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai strategi Promosi Produk Simpanan Keluarga Sejahtera (SIKESRA) di Kospin Jasa Syariah KCP Kedungwuni, maka penulis dapat menarik kesimpulan bahwa :

- a. pelaksanaan strategi pemasaran yang dilakukan Kospin Jasa Syariah KCP Kedungwuni sudah cukup baik. Hal ini dapat dilihat dari peningkatan jumlah nasabah dari tahun ke tahun yang cukup signifikan.
- b. Bauran promosi yang digunakan Kospin Jasa Syariah KCP Kedungwuni dalam mempromosikan produk Simpanan Keluarga Sejahtera (SIKESRA) adalah sebagai berikut :

1. Periklanan (*advertising*)

Kospin Jasa Syariah KCP Kedungwuni memanfaatkan media alternatif sebagai sarana promosi, yaitu menggunakan brosur dan pamflet. Dengan memanfaatkan brosur dan pamflet telah mewakili pihak Kospin Jasa Syariah dalam menyampaikan promosi kepada masyarakat, karena brosur dan pamflet mudah penyebarannya, sehingga para calon anggota baru bisa membaca dan pesan komunikasinya bisa tersampaikan.

2. Penjualan pribadi (*Personal selling*)

Kospin Jasa Syariah KCP Kedungwuni melakukan penjualan pribadinya dengan cara *door to door*, mulai dari ke rumah-rumah,

silaturahmi dengan nasabah-nasabah lama supaya ikut serta mengaktifkan rekening sikesra, acara seminar, dan acara-acara lainnya. Kospin Jasa Syariah menggerakkan semua karyawannya untuk melakukan *personal selling* kepada siapa saja yang bisa mereka temui. Bekerja sama dengan berbagai pihak seperti instansi-instansi sekolah dan para pedagang pasar.

3. Publisitas

Kospin Jasa Syariah KCP Kedungwuni melakukan publisitasnya dengan cara Mengikuti Kajen Expo Event 2016 di Alun-alun Kajen. Strategi promosi ini dilakukan guna memperkenalkan dan menarik minat masyarakat untuk menggunakan produk-produk yang ditawarkan khususnya produk Tabungan SIKESRA di Kospin Jasa Syariah Kedungwuni Pekalongan kelingkup yang lebih luas.

4. Promosi penjualan (*Sales promotion*)

Promosi penjualan untuk produk Tabungan Sikesra di Kospin Jasa Syariah dilakukan dengan cara memberikan undian-undian yang menarik, serta memberikan bonus kepada nasabah. Kegiatan promosi bisa juga dilakukan lewat *getok tular* (dari mulut ke mulut). Kegiatan promosi ini adalah timbal balik dari nasabah yang merasa terkesan atau merasa nyaman dan puas atas apa yang diperoleh selama menjadi nasabah produk Tabungan Sikesra, akhirnya menyebarkan informasi positif kepada orang-orang terdekatnya seperti teman, saudara atau pacar untuk menjadi nasabah di Kospin Jasa Syariah KCP Kedungwuni

juga. Dengan menciptakan kondisi dimana kita berhasil memuaskan keinginan anggota akan timbul loyalitas, lalu kemudian pelanggan-pelanggan tersebut mengundang pelanggan yang lain lewat isu dari “mulut ke mulut” inilah yang dinamakan “*getok tular*”.

Penerapan Konsep Strategi pemasaran Produk Tabungan SIKESRA di Kospin Jasa Syariah KCP Kedungwuni.

Secara umum dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan konsep strategi pemasaran produk sangat penting dalam peningkatan jumlah nasabah produk simpanan keluarga sejahtera (SIKESRA) di Kospin Jasa Syariah KCP Kedungwuni. Hal tersebut ditunjukkan dengan adanya peningkatan jumlah nasabah dari tahun 2014 berjumlah 149 nasabah dan pada tahun 2015 berjumlah 110 nasabah dan puncaknya ditahun 2016 mengalami peningkatan nasabah berjumlah 514. Peningkatan nasabah dari tahun ketahun dihitung berdasarkan selisih.

Sehingga dapat dikatakan bahwa Kospin Jasa Syariah KCP Kedungwuni mampu menggunakan strategi pemasaran yang diterapkan pada produk simpanan keluarga sejahtera (SIKESRA) sesuai dengan tujuan serta pangsa pasar dan model yang digunakan.

B. SARAN

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

1. Perlu kepekaan terhadap keinginan nasabah, karena setiap nasabah pasti menginginkan fasilitas dan bentuk pelayanan yang lebih dari lembaga keuangan, setelah itu berusaha mempertahankan fasilitas dan bentuk pelayanan yang telah diberikan tersebut, tanpa mengecewakan nasabah.
2. Perlu kepekaan terhadap pesaing, karena pesaing merupakan pandangan kita untuk menjadi lebih baik dari mereka. Dengan memperhatikan pesaing, Kospin Jasa Syariah KCPM Kedungwuni akan mengetahui apa saja kekurangan mereka terhadap nasabah, sehingga Kospin Jasa Syariah bisa memberikan sesuatu yang lebih dari apa yang telah diberikan pesaing kepada nasabah.
3. Bagi penelitian selanjutnya, melalui Tugas Akhir (TA) ini penulis ingin menyampaikan saranya terutama bagi mahasiswa D3 Perbankan Syariah STAIN Pekalongan diharapkan melakukan penelitian yang berbeda dengan penelitian sebelumnya, seperti: Lokasi, Produk, dan masalah yang berbeda



DAFTAR PUSTAKA



Sumber dari Al-Qur'an

Departemen Agama RI. 1999. "Al-Qur'an dan Terjemahnya", Semarang: CV. Wicak San.

Buku-buku Bacaan

- A.Karmin,Adiwarman. 2006. "Bank Islam (Analisis fiqh dan keuangan)". Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Abdul, Aziz Dahlan. 1966. "Ensiklopedia Hukum Islam 4". Jakarta:PT.Baru Van Hoeve
- DH Swasta dan Irawan. 1999. "Manajemen Pemasaran Modern". Yogyakarta: liberty.
- Hasan, Ali. 2010. "Marketing Bank Syariah". *Ghalia Indonesia*
- Hurriyah, Ratih. 2010. "Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen". Bandung.
- Ifham, Ahmad Shalihin.2013. "Ekonomi Syariah". Jakarta: PT Pustaka Utama
- Imam Sentot Wahjono. 2010. "Manajemen Pemasaran Bank". Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kartajayan, Hermawan dan Muhammad Syakir Sula. 2006. "Syariah Marketing". Bandung : Mizan.
- Kasmir, 2004. "pemasaran bank",cet-1. Jakarta : kencana
- Kasmir,. 2008."Pemasaran Bank", cet3. Jakarta : KENCANA
- Kasmir. 2010. "Manajemen Perbankan". Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip.1987. "Dasar-dasar Pemasaran". Jakarta:CV Intermedia
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong.2001. "Prinsip-Prinsip Pemasaran", Edisi 8, jilid 1.Jakarta:Erlangga
- Lupiyoadi, Rambat. 2014. "Managemen Pemasaran Jasa". jakarta : Salemba empat

- Masyhur, Kahar.1992. "Terjemahan Bulughul Maram 1". Jakarta: Rineka Cipta
- Muhammad. 2000. "Manajemen Bank Syariah". Yogyakarta:UPPAMYKPN.
- Muhammad. 2000. "Sistem dan Prosedur Operasional Bank Syari'ah". Yogyakarta: UII Press.
- Muhammad. 2004. "Manajemen Bank Syariah", Yogyakarta:UPP AMP YKPN
- Muhammad, "Etika Bisnis Islam". Yogyakarta: APP AMP YKPN.
- Muhammad, "Kontruksi Mudharabah dalam bisnis syariah". Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Rahmawan, Ivan A. 2005." Kamus istilah Akuntansi syariah". cet1.yogyakarta : pilar media
- Perwataatmadja, Karnaen dan Syafi'i Antonio. 1997. "Apa dan Bagaimana Bank Syariah". Yogyakarta: PT. Dana Bhakta Wakaf
- Sabiq, Sayyid.1987. "Fikih Sunnah". Jilid 13. Bandung : Al-Ma'arif.
- Setiadi, Nugroho J. 2008. "Prilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran", Kencana, Jakarta.
- Suhendi, Hendi. 2002. "Fiqh Muamalah", Jakarta:PT.Grafindo Persada
- Suwandi, Joko. "ilmu pemasaran". fakultas keguruan dan ilmu pendidikan universitas muhamadiyah surakarta
- Swasta, Basu Dh dan Irawan. 1999. "Manajemen Pemasarann Modern". Yogyakarta :Liberty
- Swastha, Basu dan Irawan.2008. "Manajemen Pemasaran Modern". Yogyakarta :Liberty Offset.

Syafi'i, M Antonio. 1997. "Apa dan bagaimana bank syari'ah". Yogyakarta: PT.Dana Bhakta Wakaf..

Syafe'i, Rachmat. 2004. "Fiqih Muamalah". Bandung:CV.Pusta Setia.

Wangsawidjaja. 2012. "Pembiayaan Bank Syariah", Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama

Sumber dari Internet

Data-data yang diakses melalui situs website: www.kospinjasasyariah.com, pada tanggal 28 Agustus 2016

Fatwa DSN tentang produk tabungan, dapat diakses di www.dsnmui.or.id, di akses pada tanggal 22 April 2016

Nilai manfaat pada KOSPIN Jasa Syariah Kedungwuni-Pekalongan, dapat di akses di www.kospinjasasyariah.com, di akses pada tanggal 15 Maret 2016

Profil kospin jasa syariah, www.kospinjasa.com diakses pada tanggal 20 Mei 2016

Penelitian terdahulu

Kamila, Dody. 2008. "Strategi peningkatan pemasaran produk pembiayaan murabahah di Bank Muamalat Indonesia Cabang Pekalongan", Tugas Akhir D3 Perbankan Syariah, Perpustakaan STAIN PEKALONGAN

Khikmah, Khikmah. 2010. "Strategi Pemasaran produk deposito di BMT Mitra Umat Pekalongan", Tugas Akhir D3 Perbankan Syariah, perpustakaan STAIN PEKALONGAN

Sofariana, Nia. 2011. "Strategi pemasaran Prcduk Asuransi Pendidikan di AJB Bumiputera Syariah", Tugas Akhir D3 Perbankan Syariah, Perpustakaan STAIN PEKALONGAN

Tsaniyah, Fatkhus. 2010. "Strategi pemasaran produk Hasanah Card di BNI Syariah Pekalongan. Tugas Akhir D3 Perbankan Syariah, Perpustakaan STAIN PEKALONGAN.

Wahid, Muhamad Abdillah. 2012. "Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji di Bmt Mubarakah Kota Tegal", Tugas Akhir D3 Perbankan Syariah, Perpustakaan STAIN PEKALONGAN

Hasil Wawancara

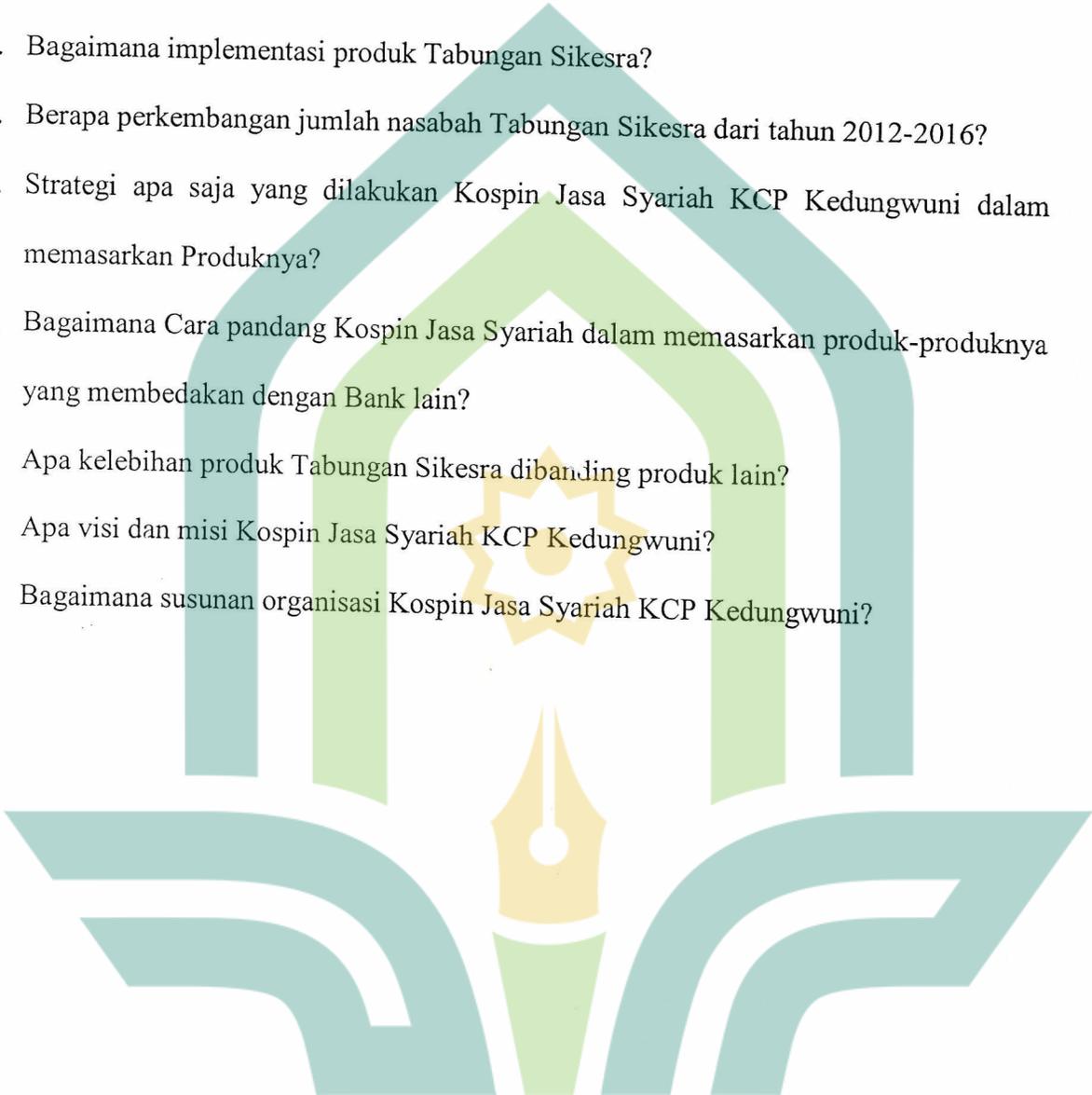
Irawan, Pandu. 2016. "Strategi Pemasaran Produk Tabungan Sikesra di Kospin Jasa Syariah KCP Kedungwuni". Wawancara dengan Bagian Customer Service pada tanggal 16 maret 2016.

Wasiun. 2016. "Struktur organisasi Kospin Jasa Syariah KCP Kedungwuni". Wawancara dengan Bagian Manager di Kospin Jasa Syariah KCP Kedungwuni pada 17 mei 2016



INTERVIEW

1. Apa pengertian Tabungan Sikesra?
2. Bagaimana Konsep Strategi Pemasaran Produk Tabungan Sikesra di Kospin Jasa Syariah?
3. Bagaimana implementasi produk Tabungan Sikesra?
4. Berapa perkembangan jumlah nasabah Tabungan Sikesra dari tahun 2012-2016?
5. Strategi apa saja yang dilakukan Kospin Jasa Syariah KCP Kedungwuni dalam memasarkan Produknya?
6. Bagaimana Cara pandang Kospin Jasa Syariah dalam memasarkan produk-produknya yang membedakan dengan Bank lain?
7. Apa kelebihan produk Tabungan Sikesra dibanding produk lain?
8. Apa visi dan misi Kospin Jasa Syariah KCP Kedungwuni?
9. Bagaimana susunan organisasi Kospin Jasa Syariah KCP Kedungwuni?



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama Lengkap : NAYTI IZKIYA

Tempat, Tanggal lahir : Pekalongan, 09 November 1995

Alamat : Rowokembu Gending RT 01/RW 01 Kecamatan
Wonopringgo Kabupaten Pekalongan

Nama Orang Tua : Achmad Idham Abbas (Alm)

Ani Sukarni

Riwayat Pendidikan

1. MI YMI 01 Wonopringgo Pekalongan lulus tahun 2007
2. SMP Islam Wonopringgo Pekalongan lulus tahun 2010
3. Smk Gondang Wonopringgo Pekalongan lulus tahun 2013
4. STAIN Pekalongan Jurusan Syariah Pekalongan Prodi Perbankan Syariah
Angkatan 2013

Demikian riwayat hidup ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan
seperlunya.

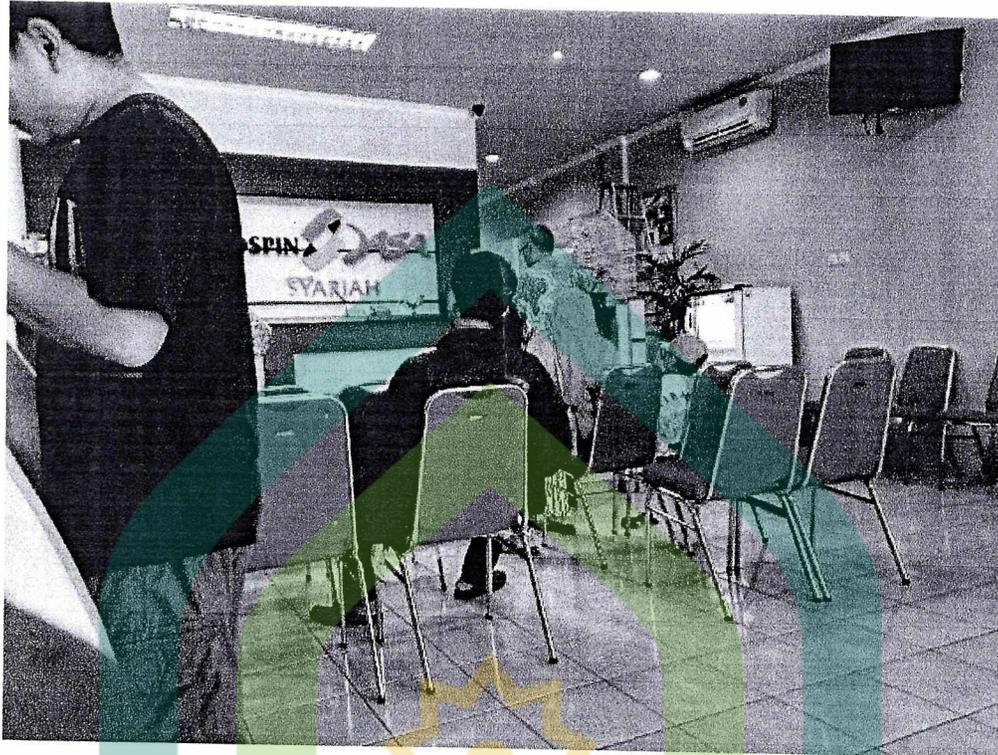
Pekalongan, Oktober 2016

Yang membuat,

NAYTI IZKIYA

2012113088

Ruang Tunggu Kospin Jasa Syariah KCP Kedungwuni



Keterangan : penataan ruangan Customer Service



**Keterangan : Antusias masyarakat dalam pameran yang dilakukan Kospin
Jasa Syariah di Expo kajan.**



**Keterangan : Wawancara yang dilakukan penulis bersama dengan Bpk.
Wasi'un selaku Manager di Kospin Jasa Syariah KCP Kedungwuni, sebagai
bukti bahwa penulis benar-benar melakukan penelitian di Kospin Jasa
Syariah KCP Kedungwuni.**



**Keterangan : Kospin Jasa Syariah yang berlokasi di Jl. Raya Kedungwuni
No. 47 Kabupaten Pekalongan**



**Keterangan : Penyaringan undian hadiah SIKESRA yang diadakan setiap
bulan di Kospin Jasa Syariah KCP Kedungwuni**



SLIP SETORAN

Kantor : _____ Tanggal : _____
No. Slip : **434727**

Bismillah
Bismillah
Bismillah

Jenis Rekening

<input type="checkbox"/> Tab. Tab. Debit	<input type="checkbox"/> Saluran Dana Wakt. /	<input type="checkbox"/> Tab. Salora M. /
<input type="checkbox"/> Tab. Tab. Kredit	<input type="checkbox"/> Tab. Wakt. /	<input type="checkbox"/> Tab. Salora M. /
<input type="checkbox"/> Tab. Tab. Debit	<input type="checkbox"/> Tab. Wakt. /	<input type="checkbox"/> Tab. Salora M. /
<input type="checkbox"/> Tab. Tab. Kredit	<input type="checkbox"/> Tab. Wakt. /	<input type="checkbox"/> Tab. Salora M. /

Nama Pemilik Rekening _____
Nama Pemilik _____
Nomor Rekening _____

Jenis Setoran	Jumlah
Setoran Tunai / Cash	Rp. _____
Setoran Lewat bank	
No Rek Bank	Rp. _____
Setoran Cek / BG / TT	
Nama Bank, Cabang JASA	
Nomor Cek / BG / TT	
Tanggal Cek / BG / TT	
Jumlah Rupiah	Rp. _____
Biaya (Disisi Perugas JASA)	Rp. _____
Jumlah yang dikredit (Disisi Perugas JASA)	Rp. _____

Tarbiung _____



SLIP PENGAMBILAN

Kantor : _____ Tanggal : _____
No. Slip : **0079008**

Jenis Rekening

<input type="checkbox"/> Tab. Tab. Debit	<input type="checkbox"/> Tab. Salora M. /
<input type="checkbox"/> Tab. Tab. Kredit	<input type="checkbox"/> Tab. Salora M. /

Nama Pemilik Rekening _____
Nama Pemilik _____
Nomor Rekening _____

Jumlah Pengambilan Rp. _____

Tarbiung _____

Pengambilan ini sah setelah divalidasi (dicantumkan stempel dan paraf/initial Perugas)

Kasir _____
Nama dan Tanda Tangan Pemilik Rekening _____



PERMOHONAN PEMBUKAAN REKENING SIMPANAN KELUARGA SEJAHTERA JASA SYARIAH

KOSPIN JASA LAYANAN SYARIAH KARTU TAHAP
 No. Base Anggota/Calon Anggota

DATA PRIBADI

1. Nama lengkap
 Tempat/Tgl lahir
 Alamat lengkap
 No. Telp.
 Nama ibu kandung
 Delay/First Name Pihak Pertama (1)
 Mengajukan Permohonan ini untuk sebagai Pemohon pada: **Simpanan Keluarga Sejahtera JASA SYARIAH atau Jangcau SIKESRA JASA SYARIAH**

2. Nama
 Alamat
 Alamat rumah Pihak Kedua (2)
 KOSPIN JASA LAYANAN SYARIAH
 Jabatan
 Kantor

PERJANJIAN SIKESRA JASA SYARIAH MUDHARABAH

- Pihak Pertama dan Pihak Kedua sepakat bahwa SIKESRA JASA SYARIAH ini menggunakan Prinsip Mudharabah Al Muthaqan
- Jangka waktu Perjanjian SIKESRA JASA SYARIAH ini adalah selama 24 Bulan
 Dimulai pada bulan Tahun Samudra dengan bulan Tahun
- Pihak Pertama akan menyekatkan SIKESRA JASA SYARIAH ke Pihak Kedua sebesar Rp 50.000,- setiap bulannya selama 24 bulan untuk setiap 1 (satu) Nomor Rekening SIKESRA JASA SYARIAH di Pihak Kedua.
- Pihak Pertama setuju untuk menyekatkan SIKESRA JASA SYARIAH ini dengan jumlah total SIKESRA JASA SYARIAH di Pihak Kedua sebesar Rp. setiap bulan dan atas setoran SIKESRA JASA SYARIAH di Pihak Kedua mentransferkan Nomor Rekening SIKESRA JASA SYARIAH atas nama Pihak Pertama sebanyak rekening
- Pihak Pertama dan Pihak Kedua terikat akan berbagi hasil atas dasar Pihak Pertama yang akan diinvestasikan oleh Pihak Kedua dengan persentase bagi hasil 1,0 % untuk Pihak Pertama (1) dan 99 % untuk Pihak Kedua (2). Pembayaran bagi hasil oleh Pihak Kedua kepada Pihak Pertama diayunkan pada saat berakhirnya jangka waktu SIKESRA JASA SYARIAH sesuai dengan jangka waktu yang ada pada poin 2
- Pihak Pertama akan menyekatkan SIKESRA JASA SYARIAH sesuai poin 2 ini kepada Pihak Kedua
- Apabila Pihak Pertama menyekatkan SIKESRA JASA SYARIAH melalui Perantara, Pembelian atas simpanan Pihak Pertama di Pihak Kedua maka dengan ini Pihak Pertama menyetorkan kepada Pihak Kedua untuk melakukan penyetoran simpanan Pihak Pertama sebesar Rp. tiap bulan
- Pada saat berakhirnya jangka waktu SIKESRA JASA SYARIAH sesuai dengan poin 2, Pihak Kedua akan menyekatkan seluruh jumlah SIKESRA JASA SYARIAH yang diinvestasikan oleh Pihak Pertama yang dibayarkan setiap bulan dilakukan dengan jumlah bulan setoran sesuai dengan poin 1 untuk setiap 1 (satu) nomor rekening SIKESRA JASA SYARIAH
- Pihak Pertama dengan ini setuju tidak akan menarik / menagih/ SIKESRA JASA SYARIAH sampai dengan berakhirnya jangka waktu SIKESRA JASA SYARIAH atau sesuai dengan poin ke 2
- Pihak Kedua dengan ini menafikan bahwa melalui penyetoran tersebut, Pihak Kedua dapat mengembalikan SIKESRA JASA SYARIAH kepada Pihak Pertama sebelum berakhirnya jangka waktu, sesuai dengan poin no 2
- Apabila ada perselisihan atas perjanjian ini Pihak Pertama dan Pihak Kedua sepakat untuk menyelesaikannya secara kekeluargaan dan Musyawarah untuk Mufakat

Pihak Pertama Tempat, tanggal
 Pihak Kedua (Kospin JASA Syariah) Diposisi Dikereski Disetujui

Nama lengkap dan tanda tangan Nama lengkap Kepala Kantor dan tanda tangan

Keterangan : Formulir pendaftaran nasabah tabungan sikesra

Pekalongan, 22 September 2016

Nomor :
Lamp : -
Hal : Persetujuan Permohonan Survey

Kepada Yth,
Ketua Jurusan Syariah
STAIN Pekalongan
Di
Pekalongan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Teriring salam dan do'a semoga kita senantiasa dalam lindungan-Nya dalam menjalankan aktifitas ibadah sehari-hari. Amiin.

Berdasarkan surat Permohonan Bapak tertanggal 1 Agustus 2016 dengan nomor surat : Sti.20/ C-0.2 /PP.00.9/717/2016, tentang permohonan survey mahasiswa:

Nama : Nayti Izkiya
NIM : 2012113088
Program Studi : D III Perbankan Syariah
Judul TA : PENERAPAN KONSEP STRATEGI PEMASARAN
PRODUK TABUNGAN SIKESRA DI KOSPIN JASA
SYARIAH KCP KEDUNGWUNI

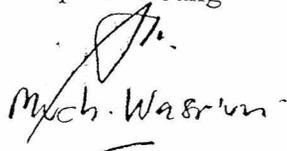
Bahwa kami menyetujui mahasiswa tersebut untuk melakukan riset guna menyelesaikan Tugas Akhir di Lembaga yang kami pimpin.

Demikian surat persetujuan ini kami sampaikan, atas perhatian dan kepercayaannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

KOSPIN JASA SYARIAH
KCP KEDUNGWUNI

Kepala Cabang


M. W. Wasri

Pekalongan, 22 September 2016

Nomor :
Lamp : -
Hal : Persetujuan Permohonan Survey

Kepada Yth,
Ketua Jurusan Syariah
STAIN Pekalongan
Di
Pekalongan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Teriring salam dan do'a semoga kita senantiasa dalam lindungan-Nya dalam menjalankan aktifitas ibadah sehari-hari. Amiin.

Berdasarkan surat Permohonan Bapak tertanggal 1 Agustus 2016 dengan nomor surat : Sti.20/ C-0.2 /PP.00.9/717/2016, tentang permohonan survey mahasiswa:

Nama : Nayti Izkiya
NIM : 2012113088
Program Studi : D III Perbankan Syariah
Judul TA : PENERAPAN KONSEP STRATEGI PEMASARAN
PRODUK TABUNGAN SIKESRA DI KOSPIN JASA
SYARIAH KCP KEDUNGWUNI

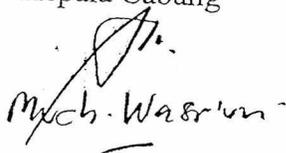
Bahwa kami menyetujui mahasiswa tersebut untuk melakukan riset guna menyelesaikan Tugas Akhir di Lembaga yang kami pimpin.

Demikian surat persetujuan ini kami sampaikan, atas perhatian dan kepercayaannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

KOSPIN JASA SYARIAH
KCP KEDUNGWUNI

Kepala Cabang


Moch. Wasri

Pekalongan, 22 September 2016

Nomor :
Lamp : -
Hal : Persetujuan Permohonan Survey

Kepada Yth,
Ketua Jurusan Syariah
STAIN Pekalongan
Di
Pekalongan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Teriring salam dan do'a semoga kita senantiasa dalam lindungan-Nya dalam menjalankan aktifitas ibadah sehari-hari. Amiin.

Berdasarkan surat Permohonan Bapak tertanggal 1 Agustus 2016 dengan nomor surat : Sti.20/ C-0.2 /PP.00.9/717/2016, tentang permohonan survey mahasiswa:

Nama : Nayti Izkiya
NIM : 2012113088
Program Studi : D III Perbankan Syariah
Judul TA : PENERAPAN KONSEP STRATEGI PEMASARAN
PRODUK TABUNGAN SIKESRA DI KOSPIN JASA
SYARIAH KCP KEDUNGWUNI

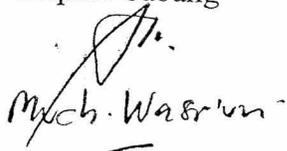
Bahwa kami menyetujui mahasiswa tersebut untuk melakukan riset guna menyelesaikan Tugas Akhir di Lembaga yang kami pimpin.

Demikian surat persetujuan ini kami sampaikan, atas perhatian dan kepercayaannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

KOSPIN JASA SYARIAH
KCP KEDUNGWUNI

Kepala Cabang


Moch. Wasriun