

**STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN JUMLAH  
NASABAH PRODUK SIMPANAN TABUNGAN HARI RAYA  
(SITARA) DI KSPPS MINNA LANNA PEKALONGAN**

**TUGAS AKHIR**

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



Oleh:

**FITRI RIZQILLAH**  
**NIM. 2012115066**

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



## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fitri Rizqillah

NIM : 2012115066

Judul Tugas Akhir : Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah  
Nasabah Produk Simpanan Tabungan Hari Raya  
(SITARA) Di KSPPS Minna Lana 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 plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi akademis dan dicabut gelarnya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 16 Februari 2019

Yang menyatakan,



Fitri Rizqillah

NIM. 201215066

## NOTA PEMBIMBING

Hj. Rinda Asytuti, M.Si  
Jl. Kh Zainal Arifin no 33  
Panggung, Kota Tegal

---

Lampiran : 2 (dua) eksemplar  
Hal : **Naskah Tugas Akhir  
Sdri. Fitri Rizqillah**

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

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

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

Nama : **Fitri Rizqillah**  
NIM : **2012115066**  
Judul : **Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah  
Produk Simpanan Tabungan Hari Raya (SITARA)**

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

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

*Wassalamu'alaikun Wr. Wb*

Pekalongan, 16 Februari 2019  
Pembimbing,

  

---

Hj. Rinda Asytuti, M.Si  
NIP. 19771206200501 2 002



**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 : **FITRI RIZQILLAH**  
NIM : **2012115066**  
Judul Tugas Akhir : **STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PRODUK SIMPANAN TABUNGAN HARI RAYA (SITARA) DI KSPPS MINNA LANA PEKALONGAN**

Telah diujikan pada hari Kamis, tanggal 11 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

Penguji II

**H. Tamamudin, S.E.MM**  
NIP. 19791030 200604 1018

**Drajat Stiawan, M.Si**  
NIP. 1983011820150 1001

Pekalongan, 19 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 itu adalah sebagai berikut.

### 1. Konsonan

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

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

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	be
ت	Ta	T	te
ث	Sas	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	je



ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	de
ذ	Zal	z	zet (dengan titik di bawah)
ر	Ra	R	er
ز	Zai	Z	zet
س	Sin	S	es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik dibawah)
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		آ = ā
إ = i	أي = ai	إي = ī
أ = u	أو = au	أو = ū

## 3. Ta Marbutah

*Ta Marbutah* hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh :

مرأة جميلة      ditulis      *mar'atun jamilah*

*Ta Marbutah* mati dilambangkan dengan /h/

Contoh :

فاطمة      ditulis      *fatimah*

## 4. Syaddad (*tasyid, geminasi*)

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

Contoh :

ربنا      ditulis      *rabbānā*

البر                      ditulis                      al-birr

### 5. Kata sandang (artikel)

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

Contoh :

الشمس                      ditulis                      *asy-syamsu*

الرجل                      ditulis                      *ar-rajulu*

السيدة                      ditulis                      *as-sayyidah*

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

Contoh :

القمر                      ditulis                      *al-qamar*

البيدع                      ditulis                      *al-badi'*

اجلال                      ditulis                      *al-jalāl*

### 6. Huruf Hamzah

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

Contoh :

امرت                      ditulis                      *umirtu*

شيء                      ditulis                      *syai'un*

## PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT Subhanahu Wata'ala yang telah memberikan kesempatan kepadaku untuk menyelesaikan Tugas akhir ini. Bersama ini saya mengucapkan terima kasih banyak kepada:

1. Dr. Ade Dedi Rohayana, M.Ag. selaku Rektor IAIN Pekalongan.
2. Hj. Rinda Asytuti, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk membimbing penulis selama penyusunan Tugas Akhir ini.
3. Bapak H. Ahmad Rosyid SE, M.SI selaku wali dosen yang telah menjadi orang tua penulis selama belajar di bangku perkuliahan.
4. Bapak Ibu Dosen khususnya Jurusan Perbankan Syariah yang telah membekali penulis dengan beberapa disiplin ilmu yang berguna.
5. Kepada para staf di IAIN Pekalongan yang telah memberikan kemudahan kepada penulis untuk proses penulisan Tugas Akhir
6. Terimakasih kepada Bapak Zainul Abror selaku Manajer KSPPS Minna Lana Pekalongan yang sudah meluangkan waktu dan memberikan saya data-data maupun informasi yang dibutuhkan untuk penyusunan Tugas Akhir ini.
7. Terimakasih kepada Kedua Orang Tua saya Napuan dan Zulaikha yang telah mendoakan saya. kakak-kakak saya yang banyak membantu baik moral, material maupun spiritual dan memberikan dorongan dan semangat serta doa Tugas Akhir ini dapat diselesaikan. Didin yang selalu memberi semangat.
8. Teman-teman seperjuangan Mahasiswa D3 Perbankan Syariah angkatan 2015, yang telah banyak berdiskusi dan kerjasama dengan penulis selama masa pendidikan.



## MOTTO

*“Rahasia kesuksesan adalah melakukan hal yang biasa secara tak biasa.”*

*(Jhon D. Rockefeller Jr)*

*“sukses adalah saat persiapan dan kesempatan bertemu”.*

*(Bobby Unser)*

*“syukuri apa yang ada sekarang gunakanlah masa muda mu sebelum masa tuamu masa  
sehatmu sebelum masa sakitmu”*

*(Abinya salma)*

## ABSTRAK

Nama : Fitri Rizqillah  
Nim : 2012115066  
Judul : Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Simpanan Tabungan Hari Raya (SITARA) Di KSPPS Minna Lana Pekalongan.  
Pembimbing : Hj. Rinda Asytuti, M.Si

KSPPS Minna Lana Pekalongan merupakan lembaga keuangan mikro dengan kegiatan utama menghimpun dana dari masyarakat (*funding*) dalam bentuk simpanan dan menyalurkan (*financing*) kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan, serta jasa lainnya. KSPPS Minna Lana Pekalongan diharapkan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan anggota atau calon anggota. Salah satu produk yang ada di KSPPS Minna Lana Pekalongan adalah Simpanan Tabungan Hari Raya (SITARA). Dalam tugas akhir ini penulis meneliti produk Simpanan Hari Raya (SITARA). SITARA merupakan tabungan persiapan hari raya idul fitri, yang disetor setiap minggunya dan dapat diambil setelah 15 hari bulan puasa.

Penelitian ini mencari jawaban tentang bagaimana strategi promosi pada produk Simpanan Tabungan Hari Raya (SITARA) di KSPPS Minna Lana Pekalongan.

Jenis penelitian Tugas Akhir ini adalah penelitian lapangan (*field research*) maka penulis dalam penelitian ini 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 melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan analisis deskriptif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelaksanaan strategi promosi dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk Simpanan Tabungan Hari Raya (SITARA) di KSPPS Minna Lana Pekalongan yaitu terdiri dari beberapa cara mulai dengan menggunakan periklanan, dengan menggunakan penjualan, dengan menggunakan media *personal selling*, dengan menggunakan publikasi dan mengandalkan sistem pemasaran jempot bola. Strategi promosi tersebut sangat berpengaruh terhadap perkembangan produk Simpanan Tabungan Hari Raya (SITARA) di KSPPS Minna Lana Pekalongan yang dari tahun ke tahun mengalami peningkatan yang cukup signifikan.

**Kata Kunci:** Staretegi Promosi, Produk Tabungan

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrahim,*

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis, sehingga penulis mampu menyelesaikan penulisan Tugas Akhir ini tepat pada waktunya dengan judul “Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Simpanan Tabungan Hari Raya (SITARA) Di KSPPS Minna Lana Pekalongan”. Tugas Akhir ini disusun guna memenuhi salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program Diploma III Jurusan Perbankan Syariah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan.

Sebelum mengikuti pendidikan DIII Perbankan Syariah sampai proses penyelesaian Tugas Akhir, Berbagai pihak telah memberikan fasilitas, membantu, membina, dan membimbing penulis untuk itu khususnya kepada:

1. Dr. Ade Dedi Rohayana, M.Ag. selaku Rektor IAIN Pekalongan.
2. Dr. Shinta Dewi Rismawati, M.H selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Pekalongan.
3. Dr. A. M, Hafidz Ma’sum, M, Ag. Selaku wakil Dekan Satu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
4. Drs. H. A. Tubagus Surur, M. Ag. Selaku wakil Dekan Dua Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
5. Dr. H. Zawawi M.A selaku wakil Dekan Tiga Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Pekalongan.



6. H. Tamamudin, S.E MM selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah IAIN Pekalongan.
7. Hj. Rinda Asytuti, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk membimbing penulis selama penyusunan Tugas Akhir ini.
8. Bapak H. Ahmad Rosyid SE, M.SI selaku wali dosen yang telah menjadi orang tua penulis selama belajar di bangku perkuliahan.
9. Bapak Ibu Dosen khususnya Jurusan Perbankan Syariah yang telah membekali penulis dengan beberapa disiplin ilmu yang berguna.
10. Kepada para staf di IAIN Pekalongan yang telah memberikan kemudahan kepada penulis untuk proses penulisan Tugas Akhir.
11. Terimakasih kepada Bapak Zainul Abror selaku Manajer KSPPS Minna Lana Pekalongan yang telah memberikan izin serta meluangkan waktu dan memberikan saya data-data maupun informasi yang dibutuhkan untuk menyusun Tugas Akhir.
12. Terimakasih kepada Kedua Orang Tua saya Napuan dan Zulaikha yang telah mendoakan saya. kakak-kakak saya yang banyak membantu baik moral, material maupun spiritual dan memberikan dorongan dan semangat serta doa Tugas Akhir ini dapat diselesaikan. Didin yang selalu memberi semangat.
13. Teman-teman seperjuangan Mahasiswa D3 Perbankan Syariah angkatan 2015, yang telah banyak berdiskusi dan kerjasama dengan penulis selama masa pendidikan.

Penulis sangat menyadari, bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna dan harapan, oleh karena keterbatasan ilmu pengetahuan, waktu, tenaga serta literatur bacaan. Dengan kerendahan hati penulis mengharapkan adanya kritik, saran dan masukan yang bersifat membangun dari pembaca demi kesempurnaan Tugas Akhir ini. Atas kritik dan sarannya penulis mengucapkan terima kasih.

*Shodaqolahul adzim.*



Pekalongan, 16 Februari 2019

Penulis

## DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Surat Pernyataan.....	ii
Nota Pembimbing .....	iii
Surat Pengesahan .....	iv
Pedoman Transliterasi Arab-Latin .....	v
Persembahan .....	ix
Motto.....	x
Abstrak .....	xi
Kata Pengantar .....	xii
Daftar Isi.....	xv
Daftar Tabel .....	xvii
Daftar Lampiran .....	xviii
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	6
D. Penegasan Istilah.....	7
E. Penelitian Terdahulu .....	8
F. Kerangka Teori .....	13
G. Sistematika Pembahasan.....	15
<b>BAB II : LANDASAN TEORI</b>	
A. Pengertian Strategi Promosi.....	17
B. Syarat-Syarat Promosi .....	19
C. Jenis-Jenis Strategi Promosi .....	20
D. Tujuan Promosi.....	27
<b>BAB III : METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	29



B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	30
C. Langkah-Langkah Penelitian .....	30
1. Metode Pengumpulan Data .....	30
2. Sumber Data Penelitian.....	31
3. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data .....	32
4. Metode Analisis Data.....	32
<b>BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Perkembangan dan Produk SITARA .....	34
B. Penerapan Strategi Produk SITARA .....	44
C. Faktor Pendukung dan Penghambat Produk SITARA .....	51
<b>BAB V : PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan.....	56
B. Saran.....	57
Daftar Pustaka .....	58
Lampiran .....	61



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Jumlah Anggota Produk SITARA.....	3
Tabel 1.2	Data Jumlah Anggota Produk Simpanan Tabungan Belajar.....	4
Tabel 1.3	Data Jumlah Anggota Produk Simpanan Wisata Ziaroh .....	5
Tabel 4.1	Perkembangan Jumlah Anggota Produk Tabungan .....	34





## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Panduan Wawancara.....	61
Lampiran 2	Transkrip Wawancara.....	62
Lampiran 3	Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian .....	67
Lampiran 4	Surat Izin Penelitian.....	68
Lampiran 5	Brosur Produk.....	69
Lampiran 6	Slip Setoran.....	70
Lampiran 7	Slip Penarikan.....	71
Lampiran 8	aplikasi Pembukaan Rekening.....	72
Lampiran 8	Dokumentasi .....	73
Lampiran 9	Daftar Riwayat Hidup Penulis .....	74

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Bank syariah merupakan salah satu bentuk dari perbankan nasional yang mendasarkan operasionalnya pada syariat (hukum) islam. Menurut Schaik (2001), Bank islam adalah sebuah bentuk dari bank modern yang didasarkan pada hukum islam yang sah.<sup>1</sup>

Menurut undang-undang No. 21 tahun 2008 pasal 1 ayat (1) perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Dalam pasal 1 ayat (7) undang-undang nomor 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah disebutkan bahwa Bank Syariah adalah Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.<sup>2</sup>

Menurut Kazarian bank syariah berbeda dengan bank konvensional dilihat dari segi partisipasinya yang aktif didalam proses pengembangan sosio-ekonomis dari negara-negara islam. Tujuan utama dari perbankan syariah bukan untuk memaksimumkan keuntungan sebagaimana halnya dengan sistem perbankan yang berdasarkan bunga, tetapi lebih kepada

---

<sup>1</sup> Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan Syariah*, (Bandung, CV Pustaka Setia:2013), hlm.15.

<sup>2</sup> Sumar'in, *Konsep Kelembagaan Bank Syariah*, (Yogyakarta, Graha ilmu:2012),hlm.49.

memberikan keuntungan-keuntungan sosio ekonomis bagi orang-orang muslim.<sup>3</sup>

Prinsip utama perbankan islam adalah bahwa aktivitasnya dilaksanakan atas larangan riba atau (bunga) dalam semua format transaksi, pelaksanaan bisnis dan aktivitas perdagangan atas dasar laba yang sah dan adil, memberi zakat (pajak atau sedekah), larangan monopoli, dan kooperasi demi pengembangan bisnis untuk kepentingan masyarakat secara halal.

Didalam sejarah perekonomian kaum muslimin, pembiayaan yang dilakukan dengan akad syariah telah menjadi tradisi pada masa Rasulullah SAW. Praktik-praktik menerima penitipan harta, meminjamkan uang untuk keperluan konsumsi dan untuk keperluan bisnis, serta melakukan pengiriman uang yang telah lazim dilakukan sejak zaman Rasulullah SAW. dengan demikian, fungsi dari lembaga keuangan modern yaitu menerima deposit, menyalurkan dana dan mentransfer secara umum.

Lembaga keuangan syariah pada dasarnya adalah pengembangan dari konsep ekonomi islam, terutama dalam bidang keuangan. Hal ini berarti secara makro lembaga keuangan syariah adalah institusi keuangan yang memposisikan diri sebagai pemain aktif dalam mendukung dan memainkan kegiatan investasi di masyarakat sekitarnya. Dalam kacamata mikro, lembaga keuangan syariah adalah lembaga yang menjamin seluruh aktivitas investasi yang menyertainya sesuai dengan syariah. Utamanya adalah yang berkaitan

---

<sup>3</sup> Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Prenamedia Group:2014), hlm.32.

dengan pelanggaran riba, kegiatan *maysir* (spekulasi), dan *gharar* (ketidakpastian).<sup>4</sup>

Promosi merupakan kegiatan yang termasuk penting, dalam kegiatan ini 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. Secara garis besar keempat macam sarana promosi dapat digunakannya adalah (1) periklanan, (2) promosi penjualan, (3) personal selling, (4) publikasi.<sup>5</sup>

Berdasarkan jasa yang semakin meningkat, KSPPS Minna Lana memberikan alternatif dalam promosi meningkatkan jumlah nasabah, salah satunya pada produk Simpanan Tabungan Hari Raya (SITARA).

**Tabel 1.1**  
**Data Jumlah Anggota Produk**  
**Simpanan Tabungan Hari Raya (SITARA)**  
**Per tahun 2014 – 2017.<sup>6</sup>**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah anggota</b>	<b>Jumlah Asset</b>
2014	4.912 orang	854.123.000
2015	5.322 orang	1.279.655.000
2016	6.751 orang	1.795.335.000
2017	7.281 orang	2.035.500.000

<sup>4</sup> Ascarya, *Akad dan produk lembaga keuangan* (Jakarta: PT Rajawali Press:2006), hlm.5.

<sup>5</sup> Muhammad Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 169-170.

<sup>6</sup> Dokumentasi KSPPS Minna Lana Pekalongan.

*Sumber:* Data dari Manajer *KSPPS Minna Lana* Pekalongan

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa perkembangan produk Simpanan Hari Raya (SITARA) berkembang sangat pesat dan mengalami peningkatan dari tahun ke tahunnya. Dilihat pada tahun 2015 sampai dengan 2016 terjadi kenaikan yang cukup signifikan, hal ini cukup dalam mengolah dan menganalisis segmentasi pasar yang dilakukan oleh KSPPS Minna Lana Pekalongan.

**Tabel 1.2**

**Data Jumlah Anggota Produk Simpanan Tabungan Belajar  
(SITABEL) Per Tahun 2016 – 2018.<sup>7</sup>**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Anggota</b>	<b>Jumlah Asset</b>
2016	277 orang	328.086.503
2017	470 orang	559.804.448
2018	704 orang	921.125.915

*Sumber:* Data dari Manajer *KSPPS Minna Lana* Pekalongan

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa perkembangan produk Simpanan Tabungan Belajar (SITABEL) mengalami sedikit peningkatan dari tahun ke tahunnya.

<sup>7</sup> Dokumentasi KSPPS Minna Lana Pekalongan

**Tabel 1.3**

**Data Jumlah Anggota Produk Simpanan Wisata Ziaroh  
(SISAROH) Per Tahun 2016 – 2018.**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Anggota</b>	<b>Jumlah Asset</b>
2016	140 orang	225.605.000
2017	160 orang	400.135.000
2018	252 orang	758.205.500

*Sumber:* Data dari Manajer *KSPPS Minna Lana* Pekalongan

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa perkembangan produk Simpanan Wisata Ziaroh ( SISAROH) mengalami sedikit peningkatan dari tahun ke tahunnya.

KSPPS Minna Lana Pekalongan adalah salah satu lembaga keuangan koperasi yang didirikan oleh Alumni IPNU-IPPNU periode 2005 pada tanggal 22 Maret 2007. Lokasi KSPPS Minna Lana Pekalongan di Jl. Tembus Pasar Grogolan Baru Kebulen Pekalongan. KSPPS Minna Lana Pekalongan melaksanakan beberapa fungsi kegiatan yaitu layanan simpanan dan layanan pembiayaan. Produk layanan simpanan tersebut adalah Simpanan Tabungan Rizqi (SITAZQI), Simpanan Tabungan Hari Raya (SITARA), Simpanan Wisata Ziaroh (SISAROH), Simpanan Tabungan Belajar (SITABEL), Simpanan Tabungan Aqiqah dan Idul Adha (SITAQLID), Simpanan Tabungan Arofah (SITAROF), Simpanan Tabungan Hajatan (SITAJAN) dan *Mudharabah* Berjangka. Sedangkan untuk layanan pembiayaan adalah

pembiayaan *Mudharabah, Bai' Bit Taqsith, Bai' Bhitaman Ajil* dan *Qordhul Hasan*.

Dari semua produk di KSPPS Minna Lana Pekalongan penelitian yang dilakukan penulis adalah pada produk Simpanan Tabungan Hari Raya (SITARA), karena produk tersebut setiap tahunnya meningkat dan penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam bagaimana penentuan segmen pasar yang tepat di KSPPS Minna Lana Pekalongan pada produk Simpanan Tabungan Hari Raya (SITARA) untuk menarik minat anggota.<sup>8</sup>

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk mengambil judul dalam penulisan tugas akhir ini **“STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH TABUNGAN SITARA DI KSPPS MINNA LANA PEKALONGAN”**.

#### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan, maka dapat diperoleh rumusan masalah atau kajian sebagai berikut: Bagaimana Strategi Promosi dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan SITARA di KSPPS MINNA LANA Pekalongan?

#### **C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

Berdasarkan pokok masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi promosi dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan SITARA di KSPPS Minna Lana Pekalongan.

Kegunaan penelitian ini adalah:

---

<sup>8</sup>Dokumentasi KSPPS Minna Lana Pekalongan

## 1. Secara Praktis

### a. Peneliti

#### Hasil

penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi penulis dan masyarakat dalam menambah ilmu pengetahuan di bidang marketing.

### b. KSPPS Minna Lana Pekalongan

Dapat dijadikan masukan dan bahan koreksi oleh KSPPS Minna Lana Pekalongan dalam strategi promosi produk yang diterapkan.

## 2. Secara Teoritis

Untuk mengembangkan keilmuan yang didapat selama penulis berada di bangku kuliah serta mampu memberikan wawasan kepada pembaca dan masyarakat, hasil penelitian ini penulis berharap dapat menjadi dokumentasi ilmiah yang bermanfaat untuk kegiatan akademik bagi penulis sendiri dan bagi pihak jurusan.

### D. Penegasan Istilah

Selanjutnya untuk mempermudah dan memperjelas pemahaman serta menghindari terjadinya kesalahan fahaman mengenai judul Tugas Akhir “STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH TABUNGAN SITARADI KSPPS MINNA LANA PEKALONGAN,” maka penulis memberikan penegasan istilah.

Adapun penegasan istilah tersebut sebagai berikut:

#### 1. Strategi

Strategi merupakan serangkaian keputusan dan tindakan yang diarahkan untuk mencapai tujuan perusahaan.<sup>9</sup>

## 2. Promosi

Promosi merupakan kegiatan pemasaran yang mencoba merangsang terjadinya aksi pembelian suatu produk yang cepat atau terjadinya pembelian dalam waktu yang singkat.<sup>10</sup>

## 3. Tabungan

Tabungan merupakan simpanan masyarakat pada Bank, yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat melalui buku tabungan atau melalui ATM.<sup>11</sup>

## 4. SITARA

Tabungan SITARA merupakan produk tabungan hari raya Idul Fitri yang pengambilannya pada waktu menjelang hari raya Idul Fitri.

## 5. KSPPS Minna Lana

KSPPS Minna Lana adalah salah satu lembaga keuangan koperasi yang didirikan oleh alumni IPNU-IPPNU periode 2005 pada tanggal 22 Maret 2007.<sup>12</sup>

## E. Penelitian Terdahulu

Dalam penulisan Tugas akhir ini, untuk menghindari persamaan atau pengulangan penelitian yang telah ada sebelumnya, tentunya yang berkaitan

<sup>9</sup>Endah Prapti, *Pemasaran Strategik*, (Yogyakarta, Graha Ilmu:2011), hlm.2.

<sup>10</sup>Revyani Sjahrial, *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, (Jakarta, Erlangga:2003), hlm.6.

<sup>11</sup>Herman Darmawi, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT Bumi Aksara:2012), hlm.46.

<sup>12</sup>Dokumentasi KSPPS Minna Lana.

dengan judul Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (Di KSPPS Minna Lana Pekalongan.

Perbandingan riset terdahulu dengan penelitian ini:

No	Nama dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
1	Nindi Fitriana "Strategi Promosi dalam Pengembangan Produk Deposito di KSP Syariah BTM Ulujami	Hasil penelitian menyatakan bahwa strategi promosi yang dilakukan oleh BTM Ulujami dalam mengembangkan produk deposito yaitu dengan memanfaatkan tiga media promosi, antara lain: media iklan (brosur, spanduk, pamflet, stiker, poster, publisitas dan <i>personal selling</i> . <sup>13</sup>	Perbedaannya ialah terletak pada lokasi penelitian yang berbeda dan pada penelitian tersebut membahas tentang strategi promosi dalam pengembangan produk deposito di KSP Syariah BTM Ulujami, sedangkan penulis akan membahas Produk Tabungan Simpanan Tabungan Hari Raya (SITARA) di KSPPS Minna Lana

<sup>13</sup> Nindi Fitriana, "strategi promosi dalam pengembangan produk deposito di KSP Syariah BTM Ulujami," (pekalongan:perpustakaan IAIN Pekalongan,2012),hlm.64.

			Pekalongan.
2.	Alfa Khasanah “Strategi Peningkatan Pemasaran Pembiayaan Musyarakah dalam Sektor Produktif di BNI Syariah cabang Pekalongan.	Hasil penelitian menyatakan bahwa strategi peningkatan pemasaran pembiayaan musyarakah dalam sektor produktif di BNI Syariah cabang pekalongan memperhatikan faktor-faktor yang terpisah, tetapi berhubungan erat yakni faktor pasar Target atau sasaran ( <i>target market</i> ) dan faktor bauran pemasaran ( <i>marketing mix</i> ). <sup>14</sup>	Perbedaannya ialah terletak pada lokasi penelitian yang berbeda dan pada penelitian tersebut membahas tentang Strategi Peningkatan Pemasaran Pembiayaan Musyarakah dalam Sektor Produktif di BNI Syariah cabang Pekalongan sedangkan penulis membahas tentang Simpanan Tabungan Hari Raya (SITARA) di KSPPS Minna Lana Pekalongan.
3.	Muhammad Nadzif “Strategi Pemasaran	Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa strategi	Perbedaannya ialah terletak pada lokasi

<sup>14</sup> Alfa Khasanah “*Strategi Peningkatan Pemasaran Pembiayaan Musyarakah dalam Sektor Produktif di BNI Syariah cabang Pekalongan,*”(pekalongan:perpustakaan IAIN Pekalongan,2014),hlm.84.

	<p>Produk Tabungan IB Muamalat Haji dan Umroh di Bank Muammalat Indonesia cabang Semarang.”</p>	<p>yang digunakan adalah strategi produk, strategi harga, strategi tempat atau distribusi, strategi promosi. Analisis yang digunakan terhadap strategi pemasaran produk tabungan IB Muammalat Haji dan Umroh menemukan kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman.<sup>15</sup></p>	<p>penelitian yang berbeda dan penelitian tersebut membahas tentang produk tabungan IB Muamalat Haji dan Umroh di Bank Muammalat Indonesia Cabang Semarang sedangkan peneliti akan membahas tentang produk Simpanan Tabungan Hari Raya (SITARA) di KSPPS Minna Lana Pekalongan.</p>
4.	<p>Sandi Reza Pribadi “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Simpanan Pelajar.”</p>	<p>Hasil penelitian dari Sandi Reza Pribadi adalah strategi pemasaran yang dilakukan menggunakan strategi lokasi dan layout ini berguna untuk</p>	<p>Perbedaanya ialah terletak pada lokasi penelitian yang berbeda dan peneliti ini membahas tentang</p>

<sup>15</sup> Muhammad Nadzif, “*strategi pemasaran produk tabungan IB Muamalat Haji dan Umroh di Bank Muammalat Indonesia cabang Semarang*”,(Semarang: UIN Walisongo Semarang,2016),hlm.54.

		<p>mempermudah nasabah dengan letak yang strategis dan menambah kenyamanan nasabah, strategi promosi ini dilakukan untuk mempromosikan produk dan jasa secara langsung maupun secara tidak langsung dan strategi jemput bola ini berfungsi untuk pelayanan yang didapatkan oleh nasabah dan calon nasabah secara tatap muka.<sup>16</sup></p>	<p>Produk Tabungan Simpanan Pelajar sedangkan peneliti akan membahas tentang produk Simpanan Tabungan Hari Raya (SITARA) di KSPPS Minna Lana Pekalongan.</p>
5.	<p>Nunung Masita “Strategi Pemasaran Produk abungan Pundi Arta Jasa Di Kospin Jasa Syariah Pekalongan.”</p>	<p>Dari penelitian tersebut menghasilkan bahwa penerapan strategi pemasaran untuk tabungan pundi Arta Jasa Di kospin jas syariah pekalongan menggunakan media brosur <i>networking</i> tampilan brosur kurang</p>	<p>Perbedaanya ialah terletak pada lokasi penelitian yang berbeda dan penelitian ini membahas tentang Strategi Pemasaran Produk abungan Pundi Arta Jasa Di Kospin</p>

<sup>16</sup>Sandi Reza Pribadi, “*Strategi Pemasaran Produk Tabungan Simpanan Pelajar*”,(purwokerto:IAIN Purwokerto),hlm.62.

	menarik dan penempatan brosur tertutup oleh brosur produk lain. <sup>17</sup>	Jasa Syariah Pekalongan. Sedangkan penulis membahas tentang Produk Simpanan Hari Raya (SITARA) di KSPPS Minna Lana Pekalongan.
--	---	--

#### F. Kerangka Teori

Promosi merupakan salah satu variabel didalam marketing mix yang sangat penting dilakukan oleh perusahaan dalam pemasaran produk atau jasanya. Istilah promosi dapat diartikan sebagai berikut:

Promosi adalah semua jenis kegiatan pemasaran yang ditujukan untuk mendorong permintaan. Sedangkan promotional mix adalah kombinasi strategi yang paling baik dari variabel-variabel periklanan, personal selling, dan alat promosi yang lain, yang semuanya direncanakan untuk mencapai tujuan program penjualan. Pada pokoknya, variabe-variabel yang ada didalam promotional mix itu ada empat yaitu:

1. periklanan

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

<sup>17</sup> Nunung Masita, *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Pundi Arta Jasa Di Kospin Jasa Syariah Pekalongan*, (Pekalongan:perpustakaan IAIN Pekalongan,2016),hlm.59.

## 2. Personal selling

Yaitu presentasi lisan dalam suatu percakapan dengan satu calon pembeli atau lebih yang ditujukan untuk menciptakan penjualan.

## 3. Publisitas

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

## 4. Promosi Penjualan

Yaitu kegiatan pemasaran selain personal selling, periklanan, dan publisitas yang mendorong pembelian konsumen dan efektivitas pengecer.<sup>18</sup>

Promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan pelanggan, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi pelanggan.<sup>19</sup>

Promosi penjualan berguna dalam menjelaskan beberapa terminologi. Para akademisi pemasaran biasanya menggunakan istilah “promosi penjualan,” sedangkan para praktisi hanya menggunakan istilah “promosi” saja. Perbedaan ini mungkin disebabkan karena salah satu unsur 4P yang ada dalam bauran pemasaran (*product, place, price,*

<sup>18</sup>Basu swastha dan Irawan, *menejemen pemasaran modern*, (Yogyakarta: Liberty Offset 2008), hlm 349.

<sup>19</sup>Ririn Tri Ratnasari dan Mastuti Aksa, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), hlm.79.

*dan promotion*) diterapkan oleh para akademisi dengan mengacu pada semua bentuk komunikasi pemasaran (periklanan, promosi penjualan, *public relations*, *personal selling*, dan sebagainya) dan bukan promosi penjualan saja.<sup>20</sup>

#### G. Sistematika Pembahasan

Untuk memperoleh hasil penelitian yang sistematis, maka penelitian ini akan diuraikan berdasarkan sistematika penulisan sebagai berikut.

##### BAB I Pendahuluan

Terdiri dari latar belakang, rumuan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, penegasan istilah, telaah pustaka, kerangka teori.

##### BAB II Landasan Teori

Berisi teori yang berhubungan dengan penelitian yang digunakan untuk menganalisa permasalahan meliputi strategi promosi, syarat-syarat promosi, jenis-jenis promosi dan tujuan promosi, rencana promosi, bauran promosi dan faktor-faktor yang mempengaruhi promosi.

##### BAB III Pendekatan dan Jenis Penelitian

Bab ini akan menguraikan tentang metodologi penelitian untuk menjawab penelitian.

##### BAB IV Pembahasan dan hasil Penelitian

###### 1. Profil KSPPS Minna Lana Pekalongan

<sup>20</sup> Terence A Shimp, *Periklanan Promosi*, (Jakarta: Penerbit Erlangga 2003), hlm.111.

Bab ini berisikan tentang sejarah berdirinya KSPPS Minna Lana, Motto, Visi dan Misi KSPPS Minna Lana, Landasan hukum KSPPS Minna Lana dan struktur organisasi KSPPS Minna Lana Pekalongan.

## 2. Hasil penelitian

Bab ini berisikan tentang hasil penelitian pengembangan produk Simpanan Tabungan Hari Raya (SITARA) di KSPPS Minna Lana dan implikasi minat nasabah terhadap pengembangan produk Simpanan Tabungan Hari Raya (SITARA) di KSPPS Minna Lana Pekalongan.

## BAB V Penutup

Berisi kesimpulan dan saran.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah penulis lakukan tentang “Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk SITARA (Simpanan Tabungan Hari Raya)”. Maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pegawai bagian pemasaran (*marketing*) mempunyai targetnya masing-masing sesuai dengan bagian yang telah ditentukan dan dalam mempromosikan produk tabungan marketing KSPPS Minna Lana Pekalongan menerapkan strategi sebagai berikut: dengan menggunakan periklanan, menggunakan penjualan, dengan menggunakan media *personal selling*, dengan menggunakan publikasi.
2. KSPPS Minna Lana Pekalongan dalam melakukan strategi promosinya sudah sesuai dengan cara memilah-milah produk dan memfokuskan pasar sasaran dalam melakukan *marketing*. Hal ini sangat besar pengaruhnya terhadap penambahan jumlah anggota. Jika jumlah anggota meningkat maka perolehan laba pun ikut meningkat.
3. Setiap alat promosi baik itu periklanan, penjualan, *personal selling*, publikasi memiliki faktor pendukung dan faktor penghambat tersendiri.

## B. Saran

1. Kepada masyarakat kota pekalongan yang mayoritas beragama islam untuk memahami pentingnya lembaga keuangan syariah yang bebas dari bunga.
2. KSPPS Minna Lana Pekalongan sebaiknya lebih meningkatkan sosialisasi dan pemasarannya kepada para masyarakat sekitar lingkungan KSPPS Minna Lana Pekalongan.
3. KSPPS Minna Lana Pekalongan hendaknya mempunyai tenaga kerja khusus yang bekerja di bidang *marketing* agar proses pemasarannya lebih mudah.
4. Produk-produk yang sudah sesuai dengan syariah harus dipertahankan dan dikembangkan.
5. Bagi pengelola koperasi untuk kiranya selalu meningkatkan pelayanan kepada para anggota dan calon anggota serta profesionalisme para pegawai guna mendukung kelancaran dan pengembangan keuangan syariah, serta mempertahankan amanahnya dalam mengelola koperasi, sehingga tujuan koperasi dapat terlaksana dengan maksimal.

## DAFTAR PUSTAKA

### A. BUKU

- Al Arif, Muhammad Nur Rianto. 2010. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Alma, Bukhori 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Ascarya. 2006. *Akad dan Produk Lembaga Keuangan*. Jakarta: PT Rajawali Press.
- Azwar, Saefudin. 1998. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Branan, Tom. 1988. *A Practical Guideto Intregated Marketing comunication* : Pustaka Utama
- Darmawi, Herman. 2012. *Manajemen Perbankan*. Jakarta : PT Bumi Aksara
- Hurriyati, Ratih. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung : Alfabeta.
- Hadi, Sutrisno. 1993. *Metode Research*. Yogyakarta : fakultas psikologi UGM .
- Kasmir. 2005. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana.
- Kotler, Philip. 2002. *Analisis Manajemen Pemasaran, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Jakarta: prehallindo.
- Manshur. 2009. *Seluk Beluk Ekonomi Islam*. Salatiga : STAIN Salatiga Press.
- Meleong Lexy J. 1998. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Muhammad. 2004. *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta : UPP AMP YKPN.
- Mursid. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Nawawi, Hadari. 1991. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Nazir, Muhammad. 1998. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Prapti, Endah. 2011. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta : Graha Ilmu.

- Ratnasari, Tri Ririn dan Aksa Mastuti. 2011. *Manajemen pemasaran jasa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Shimp, A Terence. 2003. *Periklanan Promosi*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Sjahdeini, Remy Sutan. 2014. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Prenamedia Group.
- Sjahrial, Revyani. 2003. *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta : Erlangga
- Sumar'in. 2012. *Konsep Kelembagaan Bank Syariah*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Surahmad, Qinaro. 1998. *Dasar dan Teknik Research*. Bandung: Fransisco.
- Swastha Basu dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty offset.
- Umar Husein. 2002. *Research Methods in Finance and Banking*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Umam, Khaerul. 2013. *Manajemen Perbankan Syariah*. Bandung: CV Pustaka Setia.

#### **B. Tugas Akhir**

- Alfa Khasanah. 2014. "Strategi Peningkatan Pemasaran Pembiayaan Masyarakat dalam Sektor Produktif di BNI Syariah Cabang Pekalongan." Perpustakaan IAIN Pekalongan.
- Muhammad Nadzif. 2016. "Strategi Pemasaran Produk Tabungan IB Muamalat Haji dan Umroh di Bank Muamalat Indonesia Cabang Semarang." Jurnal UIN WALISONGO.
- Sandi Reza Pribadi. "Strategi Pemasaran Produk Tabungan Simpanan Pelajar." Jurnal IAIN Purwokerto.

Nindi Fitriana. 2012. “Strategi Promosi dalam Pengembangan Produk Deposito Di KSP Syariah BTM Ulujami.” Perpustakaan IAIN Pekalongan.

Nunung Masita. 2016. “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Pundi Arta Jasa di Kospin Jasa Syariah Pekalongan.” Perpustakaan IAIN Pekalongan.

### **C. Sumber Dokumen**

Dokumentasi KSPPS Minna Lana Pekalongan

Broosur KSPPS Minna Lana Pekalongan.

### **D. Hasil Wawancara**

Wawancara dengan Bapak Zainul Abror, (Manajer) KSPPS Minna Lana Pekalongan. 11 Maret 2018 pukul 12.00.

Wawancara dengan Ika Listiani, (Marketing) KSPPS Minna Lana Pekalongan 9 Maret 20018 pukul 13.30.

Wawancara dengan Istiqomah, (Teller) KSPPS Minna Lana Pekalongan 8 Maret 2018 pukul 10.00.

Wawancara dengan Bapak Zainul Abror, (Manajer) KSPPS Minna Lana Pekalongan 24 Januari 2019 pukul 10.30.

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : FITRI RIZQILLAH
2. Tempat, Tanggal Lahir : Pekalongan, 16 Februari 1996
3. Agama : Islam
4. Jenis Kelamin : Perempuan
5. Alamat : Kadipaten rt 07 rw 02 no 52 kec.  
Wiradesa kab. Pekalongan

### B. Riwayat Pendidikan

1. MI Muhammadiyah Delegtukang, Lulus tahun 2008
2. MTS Salafiyah Wiradesa, Lulus tahun 2011
3. SMA Muhammadiyah 2 Pekalongan, Lulus tahun 2014

### C. Identitas Orang Tua

- Ayah
  - a. Nama Ayah : Napuan
  - b. Agama : Islam
  - c. Pekerjaan : Buruh
  - d. Alamat : Kadipaten rt 07 rw 02 no 52 kec.  
Wiradesa kab. Peaklongan
- Ibu
  - a. Nama Ibu : Zulaikha
  - b. Agama : Islam
  - c. Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
  - e. Alamat : Kadipaten rt 07 rw 02 no 52 kec.  
Wiradesa kab. Peaklongan

Demikian riwayat hidup ini di buat yang sebenar-benarnya untuk digunakan seperlunya.

Pekalongan, 16 Februari 2019

Yang membuat

**FITRI RIZQILLAH**  
**NIM 2012115066**



KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PEKALONGAN

Jl. Kusuma Bangsa No. 9 Pekalongan, Telp. (0285) 412575 ext : 112 | Faks. (0285) 423418  
Website : [perpustakaan.iainpekalongan.ac.id](http://perpustakaan.iainpekalongan.ac.id) | Email : [perpustakaan@iainpekalongan.ac.id](mailto:perpustakaan@iainpekalongan.ac.id)

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Fitri Rizqillah  
NIM : 2012115066  
Jurusan/Prodi : D3 Perbankan Syariah  
E-mail address : FitriRizqillah@gmail.com  
No. Hp : 089 670 670 282

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

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

yang berjudul :

STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN  
JUMLAH NASABAH PRODUK SIMPANAN TABUNGAN  
HARI RAYA (SITARA) Di KSPPS MINNA LANA PEKALONGAN

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

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

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Pekalongan, 27 Maret 2019



NB : Harap diisi, ditempel meterai dan ditandatangani  
Kemudian diformat pdf dan dimasukkan dalam Flashdisk  
(Flashdisk dikembalikan)

Fitri Rizqillah

