

## BROSUR

### A. Brosur Tabungan Emas Pegadaian Syariah Mlati

**Pegadaian**  
Tabungan Emas

nabung 6000  
bisa jadi emas

**PEGADAIAN TABUNGAN EMAS** adalah Layanan penyetoran & pembelian emas dengan fasilitas storan

**Cara Membuka Rekening Pegadaian Tabungan Emas**

- Memeriksa identitas diri (KTP/SIM/Paspor)
- Membayar biaya administrasi Rp 10.000 dan membayar biaya pengelolaan rekening Rp 30.000 (untuk satu tahun)
- Membeli emas batangan dengan berat mulai 0,01gr atau senilai Rp 5.000

**Keunggulan Pegadaian Tabungan Emas**

**BUDAI**

- Tersedia di lebih dari 4300 outlet Pegadaian di seluruh Indonesia
- Pembelian dan penjualan mulai dari berat 0,01 gram
- Order emas emas dapat dilakukan mulai dari rekening 5 gram

**AMAN**

- Diawasi oleh BUNH yang berpengalaman
- Tersedia dan dikelola oleh Otoritas Jasa Keuangan
- Transparan dalam pengelolaan

**MURAH**

- Harga jual & buyback kompetitif
- Biaya administrasi & pengelolaan ringan
- Harga pembelian minimal sekitar Rp 5.000

**AYO NABUNG EMAS**

Pegadaian Syariah Mlati  
Telp. (0274) 867566  
HP 0857 2935 2210 (Dedy)  
0856 4375 1625 (Nurul)  
Jl. Magelang KM 7,2 No 197

cara mudah punya emas

**Pegadaian**  
www.pegadaian.co.id

**Pegadaian**  
**Pegadaian**

**OK** OTORITAS JASA KEUANGAN

## **FOTO BERSAMA NARASUMBER**

### **A. Foto Wawancara Bersama Ibu Nurul Laili (Pengelola Unit Pegadaian Syariah Mlati)**



**B. Foto Wawancara Bersama Bapak Dedy Kurniawan (Kasir/Teller Pegadaian Syariah Mlati)**



**C. Foto Wawancara Bersama Bapak Nanang (Nasabah Tabungan Emas Pegadaian Syariah Mlati)**



**D. Foto Wawancara Bersama Bapak Syarif As'ad SEI., MSI (Pihak Ahli Pemasaran)**



**E. Foto Kantor Pegadaian Syariah Mlati Tampak dari Depan**



**F. Foto Suasana Kantor Pegadaian Syariah Mlati Tampak dari Dalam**



**G. Foto Suasana Karyawan Sedang Melayani Nasabah**



## HASIL WAWANCARA NARASUMBER

### A. Wawancara dengan Ibu Nurul Laili (Pengelola Unit Pegadaian Syariah Mlati)

Peneliti : Sejak kapan produk Tabungan Emas ada di Pegadaian Syariah Mlati dan bagaimana peminatnya?

Narasumber : Kebetulan ini produk baru yang ada di tahun tahun 2016 tapi peminatnya masih kurang dari 50% dari target 150 orang nasabah per bulannya.

Peneliti : Apa pengertian Tabungan Emas di Pegadaian Syariah Mlati dan akad apa yang digunakan?

Narasumber : Tabungan Emas itu merupakan salah satu investasi dengan cara menabung menggunakan akad jual, beli dan titip untuk kepemilikan emas, jadi saat nasabah nabung itu seperti membeli emas dan saat mengambil tabungannya itu sama dengan menjual kembali emasnya. Emasnya terdiri dua varian, ada emas yang dari PT. ANTAM (Aneka Tambang) dan emas dari PT. UBS (Untung Bersama Sejahtera) dan ini resmi bersertifikat.

Peneliti : Bagaimana Prosedur menjadi nasabah Tabungan Emas?

Narasumber : Cukup datang ke kantor hanya dengan mambawa kartu identitas saja yang masih berlaku , lalu membayar biaya pembukaan rekening dan setoran awal Rp 6.000 untuk

mendapatkan saldo awal 0,0100 gram emas, nanti nasabah akan mendapat buku tabungan.

Peneliti : Apakah harga emas yang ditawarkan di Pegadaian Syariah Mlati sama dengan harga emas sejenis yang ada di pasaran?

Narasumber : Jadi kita pakai *release* yang dari pegadaian, jadi di kantor pusat itu setiap hari itu merilis harga emas untuk tabungan, kalau dengan yang diluar kurang lebih hampir sama ya.

Peneliti : Apakah letak kantor Pegadaian Syariah Mlati sudah cukup strategis untuk memasarkan produk Tabungan Emas?

Narasumber : Ya cukup strategis. Alasannya karena pinggir jalan besar, mudah ditemukan, mudah dijangkau juga.

Peneliti : Siapa saja yang menjadi sasaran nasabah Tabungan Emas Pegadaian Syariah Mlati?

Narasumber : Kita menyasar semua kalangan,tapi yang terbanyak sepertinya masih kalangan yang muda usia remaja-dewasa.

Peneliti : Apa saja yang Pegadaian Syariah Mlati lakukan untuk mempromosikan produk Tabungan Syariah?

Narasumber : Promosi kita *pro selling* jadi nasabah datang dia gadai atau apa kita tawari tabungan emas, lewat sms nasabah juga. Selain itu ada juga yang mengajukan proposal untuk jadi sponsor, tapi kalau itu lebih ke cabang atau area sih bukan ke unit.

Peneliti : Apa saja kendala yang Pegadaian Syariah Mlati alami

selama ini dalam memasarkan produk Tabungan Emas?

Narasumber : Kendala apa ya, ya paling kalau nasabah belum minat dan belum paham, mungkin masih bingung tabungan emas itu apa.

Peneliti : Apa yang Pegadaian Syariah Mlati lakukan untuk menghadapi kendala tersebut?

Narasumber : Ya kita jelaskan se jelas mungkin, kan brosur juga ada.

## **B. Wawancara dengan Bapak Dedy Kurniawan (Teller/Kasir Pegadaian Syariah Mlati)**

Peneliti : Sejak kapan produk Tabungan Emas ada di Pegadaian Syariah Mlati?

Narasumber : Tahun 2016 sudah ada

Peneliti : Apa pengertian Tabungan Emas di Pegadaian Syariah Mlati dan akad apa yang digunakan?

Narasumber : Tabungan Emas itu adalah suatu produk menabung uang dengan akad jual, beli, dan titip yang nantinya ditujukan untuk kepemilikan emas yang dicetak dalam bentuk batangan. Emas tersebut nantinya juga akan dilengkapi oleh sertifikat yang menunjukkan bahwa emas tersebut merupakan emas asli yang dikeluarkan oleh PT ANTAM (Aneka Tambang) atau PT UBS (Untung Bersama Sejahtera), oleh karena itu emas yang di dapat dari

Tabungan Emas di Pegadaian Syariah Mlati ini dapat di perjual belikan juga di toko emas diluar

Peneliti : Bagaimana Prosedur menjadi nasabah Tabungan Emas?

Narasumber : Syarat untuk menjadi nasabah Tabungan Emas ini cukup mudah hanya dengan membawa kartu identitas seperti KTP/SIM/Passport yang masih berlaku. Sedangkan untuk yang belum memiliki kartu identitas tetap bisa menjadi nasabah Tabungan Emas ini dengan catatan harus dengan pendampingan orang tua yang sudah memiliki kartu identitas tersebut.

Peneliti : Apakah harga emas yang ditawarkan di Pegadaian Syariah Mlati sama dengan harga emas sejenis yang ada di pasaran?

Narasumber : Dari segi harga, untuk harga emasnya sendiri relatif sama dengan harga emas yang beredar di pasaran untuk per gramnya. Hanya saja kelebihan kita adalah apabila beli emas dipasaran kan harus langsung banyak misal sekali beli bisa ratusan ribu atau jutaan sedangkan pada tabungan emas ini cukup menabung dengan minimal Rp 6.000 saja. Harga ini relatif lebih kecil dan ringan dibandingkan produk cicil emas yang harus membayar uang muka terlebih dahulu sebesar 15%-20%” dari total harga emas yang akan dibeli

Peneliti : Apakah letak kantor Pegadaian Syariah Mlati sudah cukup strategis untuk memasarkan produk Tabungan Emas?

- Narasumber : Letak kantor Pegadaian Syariah Mlati ini bisa dibilang sudah cukup strategis ya, disekitar sini juga dekat dengan perkampungan padat penduduk, area pasar, perkantoran, dealer dan tempat-tempat usaha lain dimana disitu banyak warga dan tenaga kerjanya sehingga bisa kita jadikan sasaran atau target dari produk kita ini.
- Peneliti : Siapa saja yang menjadi sasaran nasabah Tabungan Emas Pegadaian Syariah Mlati?
- Narasumber : Dari kalangan menengah dan menengah kebawah ya, meliputi pelajar juga karena ini kan murah.
- Peneliti : Apa saja yang Pegadaian Syariah Mlati lakukan untuk mempromosikan produk Tabungan Syariah?
- Narasumber : Secara keseluruhan kan produk ini milik PT Pegadaian yang berarti produk ini ada diseluruh cabang milik PT Pegadaian baik konvensional maupun syariah. Jadi untuk promosi kita tidak selalu jalan sendiri. Contohnya saja dalam skala nasional PT Pegadaian sudah mempromosikan produk ini lewat televisi, radio, maupun media cetak. Sedangkan yang Pegadaian Syariah Mlati sendiri lakukan untuk promosi adalah dengan cara membagikan brosur ditempat-tempat yang ramai atau membuka stand di acara-acara tertentu. Selain itu testimoni dari nasabah Tabungan Emas yang disampaikan kepada orang-orang diluar sana juga Pegadaian Syariah Mlati gunakan sebagai ajang promosi. “Kami juga cukup terbantu dengan testimony dari nasabah sendiri, karena kebanyakan nasabah itu datang dari orang-orang terdekat nasabah yang sudah terlebih dahulu

menjadi nasabah Tabungan Emas. Mereka bercerita dan akhirnya yang mendengar cerita menjadi tahu dan tertarik

Peneliti : Apa saja kendala yang Pegadaian Syariah Mlati alami selama ini dalam memasarkan produk Tabungan Emas?

Narasumber : Kalau kendala terbesar mungkin pemahaman masyarakat ya, karena masyarakat itu tahunya saat nabung emas ya seperti nabung uang, misal nabung Rp 1000.000 berarti ya bisa di ambil Rp 1.000.000 padahal kan itu dikonversikan ke emas, jadi belum tentuambilnya senilai dengan yang ditabungkan.

Peneliti : Apa yang Pegadaian Syariah Mlati lakukan untuk menghadapi kendala tersebut?

Narasumber : Ya paling dijelaskan saja pelan-pelan

### **C. Wawancara dengan Bapak Nanang (Nasabah Tabungan Emas Pegadaian Syariah Mlati)**

Peneliti : Assalammualaikum, benar bapak nasabah Tabungan Emas? Mohon maaf dengan Bapak siapa?

Narasumber : Waalaikumsalam mbak, iya benar saya Nanang.

Peneliti : Sudah berapa lama bapak menjadi nasabah Tabungan Emas?

Narasumber : Saya sudah setahun nabung, tahu Tabungan Emas ini dari

brosur yang dibawa istri saya, kebetulan saya orang dekat sini hanya orang Jombor

Peneliti : Apa bapak mengetahui apa sebenarnya Tabungan Emas itu?

Narasumber : Aduh, ya pokoknya Tabungan Emas ini adalah investasi menabungkan untuk memiliki emas mungkin ya.

Peneliti : Darimana bapak mengetahui tentang adanya produk Tabungan Emas ini?

Narasumber : Tahu Tabungan Emas ini dari brosur yang dibawa istri saya

Peneliti : Apakah istri bapak juga menjadi nasabah Tabungan Emas di Pegadaian Syariah Mlati ini?

Narasumber : Oh tidak, istri saya gadai saja.

Peneliti : Apa saja syarat yang harus bapak penuhi untuk menjadi nasabah Tabungan Emas?

Narasumber : Syaratnya mudah saya hanya bawa KTP saja

Peneliti : Menurut bapak Tabungan Emas ini murah atau tidak?

Narasumber : Setorannya murah mulai Rp 6000 saja sudah bisa, murah, tidak berat lah.

Peneliti : Apakah kantor Pegadaian Syariah Mlati ini strategis?

Narasumber : Tempat ini sudah strategis karena dekat dengan tempat tinggal saya dan dipinggir jalan ramai ya.

Peneliti : Apakah bapak pernah melihat iklan Tabungan Emas di tv, radio maupun media cetak seperti koran?

Narasumber : Kalau iklan Pegadaian di tv dan radio sudah pernah lihat tapi nggak tau ya itu iklan tabungan emas atau apa, kalau di koran pernah baca.

Peneliti : Menurut bapak apa yang kurang atau apa yang harusnya dilakukan Pegadaian Syariah Mlati untuk mempromosikan produk Tabungan Emas ini?

Narasumber : Mungkin sebaiknya perlu sosialisasi masuk kampung-kampung ya biar warga paham. Kan banyak yang tahu karena lihat brosur tapi banyak yang pada nggak ngerti

Peneliti : Apakah bapak juga berbagi informasi mengenai Tabungan Emas ini?

Narasumber : Ada beberapa tetangga saya yang ikut nabung juga disini setelah saya ceritain, mereka yang awalnya tidak tahu ya jadi tahu dan ikutan. Kan dulunya saya ikut nabung ini juga karna istri saya duluan yang sering kesini

#### **D. Wawancara dengan Bapak Syarif As'ad SEI., MEI (Pihak Ahli Strategi Pemasaran)**

Peneliti : Apa yang dimaksud dengan Tabungan Emas pada Pegadaian Syariah ?

Narasumber : Jadi pada prinsipnya tabungan ataupun simpanan yang sifatnya adalah investasi untuk memiliki emas, jelas itu bagian dari program yang diselenggarakan di lembaga

keuangan, kalau di lembaga keuangan syariah berarti itu investasi di lembaga keuangan syariah yang tentu saling menguntungkan. Entah itu pada akhirnya ada akad-akad yang lain yang juga menyertai dalam produk itu seperti tabungan pada umumnya, kalau di perbankan ya dia investasinya *cash money*, kalau di pegadaian ini karena sejak awal core bisnisnya adalah *core* gadai sehingga ketika dia punya potensi lain seperti halnya gadai-gadai barang lainnya termasuk dia juga oleh OJK diperbolehkan atau bahkan ada UU nya yang mengatur tentang kebolehan lembaga keuangan non bank itu melakukan kegiatan investasi maka emas itu menjadi salah satu proyeksi yang bagus untuk bisa menjadikan *core* bisnis bagi sebuah lembaga keuangan *non* bank sekalipun. Sebenarnya bank juga punya gitu, tapi pegadaian menggunakan aturan yang sama sejauh itu tidak kontradiktif jadi dia bisa melakukan tabungan emas. Gitu kan? Walaupun saya pikir kalau bank yang menyelenggarakan ini mungkin modelnya juga sama, Cuma polanya yang berbeda. Pertama dalam pola-pola pengelolaan, manajemen apalagi kalau kaitannya dengan pemasaran jelas bank dengan non bank pada akhirnya akan menemui titik respon yang berbeda dari masyarakat.

Peneliti : Siapa saja sasaran yang tepat untuk produk Tabungan Emas

ini?

Narasumber : Ya saya kira segmentasi pegadaian ini sama dengan bank pada akhirnya karena investasi, bank juga membidik masyarakat secara umum baik itu pelajar, pegawai, ibu rumah tangga, terutama ibu-ibu nih seringkali yang suka dengan barang-barang sejenis batu mulia atau berharga seperti emas itu. Hanya saja kalo siapa saja yang dalam segmentasinya ya tentu kalo dilihat dari segi harga maka ini masuk segmentasi-segmentasi menengah kebawah gitu ya. Karena dengan harga yang murah itu saya rasa sudah cukup tepat jika pelajar juga menjadi sasaran, karena dengan menggunakan strategi harga murah atau cicil murah karena Rp 6000 sudah bisa mulai punya emas, ini harga yang sangat terjangkau dengan uang jajan pelajar, sisa belanja ibu rumah tangga juga, itu sudah sangat murah sekali. Saat orang berfikir investasi itu ke bank kan maka pegadaian hadir dengan nabung emas cicil yang murah sehingga menarik perhatian. Tapi kenapa saya rasa pegadaian itu kurang berhasil karena masyarakat dari awal sudah menciptakan brand kalau nabung ya di bank, kalau mau gadaiin barang nah baru di pegadaian. Dengan disana sekarang ada produk tabungan ya orang sebagian saja yang tahu. Mungkin target 50% tercapai itu saja sudah luar biasa.

Yang penting program itu bisa jalan dan menjadi salah satu alternatif produk investasi.

Peneliti : Promosi seperti apa yang harus dilakukan oleh Pegadaian Syariah dalam memasarkan produk tabungan emas?

Narasumber : Untuk promosi skala nasional untuk memposisikan diri dengan pemasaran bank itu mungkin nanti lah ya pada saatnya mereka bisa berkompetisi , tapi untuk saat ini saya kira masyarakat kita belum siap, karena domainnya atau cara pandangnya masyarakat investasi itu masih di bank sehingga walaupun pegadaian ingin melakukan berbagai strategi promosi terhadap masyarakat ini perlu dipilah, dalam beberapa kategori. Kita mau segmen dilingkungan perkotaan, masyarakat pertengahan atau urban, atau masyarakat menengah kebawah yang didominasi oleh orang-orang pedesaan dan sebagainya. Ini harus diklasifikasikan mana yang menjadi basis target pegadaian, kalau pegadaian sudah sama seperti BRI gitu ya dimana-mana sudah sangat mendunia gitu lah ya, pegadaianpun saya kira juga sama ketika mereka mau membidik segmen menengah kebawah dengan harga yang murah tadi itu sudah sangat tepat menurut saya. Karena dengan jangkauan harga yang murah atau terjangkau lah ya lebih tepatnya. Cuma memang perlu dipetakan bagaimana pola, desain,

atau strategi yang dilakukan baik di perkotaan, urban, maupun pedesaan. Kalo diperkotaan jelas ini menjadilebi berat, karena apa, masyarakat secara umum sudah sangat paham kalau bank itu boleh jadi lebih menguntungkan dari segi income oleh masyarakat sendiri. Bank itu bisa jadi lebih besar dari segi bagi hasil atau sirkulasinya bisa lebih cepat sehingga bank secara umum bisa memberikan bagi hasil yang lebih besar. Kalo di masyarakat urban atau peralihan desa ke kota itu polanya juga harus beda lagi, lebih-lebih di desa gitu ya, orang domainnya juga masyarakat berfikirnya pegadaian kok bisa nabung? Itu mereka masih bingung, boleh jadi orang yang bingung masyarakat yang masih awam, mereka nggak yakin makanya butuh strategi yang lebih jitu lagi pendekatannya bisa jadi lebih sulit. Tapi ini menjadi keuntungan, ada model-model yang sangat bagus kalau di pedesaan itu, masyarakat masih cenderung belum banyak pilihan, artinya pegadaian tidak berkmpetisi dengan siapapun sehingga itu menjadikan suatu peluang untuk mereka merangkul masyarakat untuk bisa tertarik terhadap produk tabungan emas ini.

Peneliti : Strategi pemasaran seperti apa yang cocok atau sebaiknya dilakukan oleh Pegadaian Syariah dalam memasarkan

### Produk Tabungan Emasnya?

Narasumber : Memang tidak salah dari teori polter yang namanya strategi pemasaran itu tempat, tempat, dan tempat ya, artinya place, place, and place. Itu bagian yang sangat mendominasi dalam strategi pemasaran didalam memperkenalkan diri, menunjukkan eksistensi diri terhadap masyarakat atau khalayak ramai. Namun demikian, strategi ini juga tidak bisa begitu saja bisa dijadikan sebagai ukuran keberhasilan suatu pemasaran ketika masyarakat sekarang era modern ya, itu mampu dijangkau dimana mereka berada. Misalnya kita mau jualan, jualan diempat itu ya kadang orang nggak lewat situ, kita mau berbisnis di area yang ramai tapi banyak kompetitor. Walaupun tempat-tempat tadi strategis, tapi tempat-tempat lain yang justru punya strategi lain yang dia tanpa punya tempatpun sekarang itu justru lebih ramai, bahkan tempat yang tidak kelihatan dari jalan pun ramai dikunjungi orang karena berdasarkan kebutuhan. Maka sebenarnya pegadaianpun ketika punya produk tabungan emas, ketika mereka tidak menunjukkan secara implisit karena ini jasa ya kan, manfaat, tujuan, keuntungan, bagi masyarakat ketika tidak bisa ditunjukkan tempat yang strategis pun tidak menjamin bahwa mereka akan dijadikan sebagai tujuan untuk berinvestasi tabungan tadi. Maka pola-

pola yang lain itu juga perlu mendukung, seperti sekarang media sosial, kemudahan, akses, informasi yang banyak, promosi melalui berbagai macam media cetak dan elektronik untuk membackup lokasi yang sudah strategis. Jadi intinya bagaimana orang itu tahu ada pegadaian disana kalau produknya saja mereka tidak tahu. Meskipun kadang strategis tapi kalau tidak tahu produnya kadang gamau tahu juga tempatnya. Jadi kuncinya dalam pemasaran sekarang tidak hanya tempat, tempat dan tempat saja, menurut saya marketing mix itu perlu, mana yang paling efektif itu yang digunakan ya, entah price nya, promotionnya, placenya, atau product nya yang mampu membackup satu dengan yang lainnya. Misal place di backup dengan price, oh tu lho harganya murah disana, nah tempat itu dituju ketika sebelumnya orang itu sudah tahu harga nya terjangkau (pricenya) sehingga mendukung place. Seingga satu dengan yang lainnya dapat ditopang dengan strategi yang lain.

Peneliti : Banyak masyarakat yang belum mengetahui apa itu tabungan emas, selain itu juga masih banyak yang menganggap bahwa pegadaian syariah hanya tempat untuk gadai (*rahn*) saja, menurut bapak, hal apa yang sebaiknya dilakukan pegadaian syariah untuk mengatasi hal ini?

Narasumber : Baik, ini tantangan, kalo dalam SWOT ya memang ini bagian dari apa namanya, emm...opportunity ya, yang harus dikombinasikan dengan fungsi-fungsi yang lain, kekuatan apa yang dimiliki oleh pegadaian sehingga kekuatan itu lah yang mampu memperbesar peluang untuk bisa memahamkan pada masyarakat, jadi setiap kekuatan yang dimiliki itu harus mampu menutupi bagian-bagian yang lain, kekuatan harus mampu menutupi kelemahan, kekuatan harus mampu mendukung peluang, sehingga yang harus dilakukan oleh pegadaian saat ini ya. Pegadaian sebagai pioner, maksud saya ini produk pioner didalam pegadaian sehingga menjadi taster untuk keberhasilan sebuah lembaga keuangan non bank melakukan penjualan ya produk investasi, ini memang bagi pegadaian tidak mudah tapi sekaligus hal yang bukan tidak mungkin untuk dikembangkan lebih luas lagi. Pegadaian sudah cukup banyak jaringan, saya pikir jaringan inilah yang bisa dimanfaatkan oleh pegadaian untuk bisa mengoptimalkan informasi. Berikutnya adalah kalau kita mau melihat bagaimana masyarakat itu yang belum tahu dengan adanya jangkauan yang luas, jangkauan harga yang terjangkau di produk ini, apalagi yang dijual emas ya ini, maka secara langsung atau tidak langsung adalah pegadaian punya

strategi pendekatan didalam literasi masyarakat tentang gadai, tentang fungsi pegadaian, tentang produk pegadaian, jadi masyarakat harus tahu dulu, kita kan juga kadang nggak tahu mana masyarakat yang tahu mana yang tidak maka pegadaian perlu tahu dengan adanya literasi, masyarakat siapa yang siap menerima ini, kelompok masyarakat mana siap menerima produk ini, masyarakat mana yang siap membeli produk ini, jadi ketika kita sudah mengetahui kita akan bermain kepada lumbung-lumbung yang strategis itu akan jauh lebih mudah karena apa? Kita mengetahui masyarakat yang butuh itu masyarakat seperti apa, sebelum kita mengetahui masyarakat yang butuh kan kita harus tahu dulu kebutuhan masyarakat disitu apa, kalau saya tawari ini bisa atau tidak, atau kalau kita sudah tahu kelompok masyarakat yang paling butuh itu adalah masyarakat yang ini, itulah segmentasi kita, itulah target kita, itulah pasar kita. Pada akhirnya kalau itu sudah dikuasai maka akan jauh lebih ringan untuk bisa mencapai target-targetnya, gitu ya.

## **CURRICULUM VITAE**

### **A. DATA PRIBADI**

Nama : Yuniar Dwi Astuti  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Tempat Lahir : Kulon Progo  
Tanggal Lahir : 25 Juni 1996  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Alamat : Jalan Much Dawam No.75 Driyan RT.02/RW.11  
Wates, Kulon Progo.  
Email : yuniar\_dwia@yahoo.com  
No.HP/WA : 081242926225

### **B. PENDIDIKAN FORMAL**

2001 – 2002 : TK Aisyiyah Bustanul Athfal Wates  
2002 – 2008 : Sekolah Dasar Negeri 5 Wates  
2008 – 2011 : Sekolah Menengah Pertama Negeri 4 Wates  
2011 – 2014 : Madrasah Aliyah Negeri 2 Wates  
2014 – 2018 : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Fakultas  
Agama Islam, Program Studi Ekonomi Syariah

### **C. PENDIDIKAN NON FORMAL**

1. Praktikum Perbankan (Magang) Program Study Muamalat Konsentrasi Ekonomi dan Perbankan Islam di Bank Panin Dubai Syariah Kantor Cabang Yogyakarta (12 Juni – 14 Juli 2017)

### **D. PENGALAMAN ORGANISASI**

1. Anggota PHBI (Panitia Hari Besar Islam) Kecamatan Wates periode 2009/2010
2. Ketua Divisi Kependidikan OSIS (Organisasi Siswa Intra Sekolah) MAN 2 Wates periode 2012/2013
3. Sekretaris Pemilihan OSIS MAN 2 Wates yang bekerjasama dengan KPU (Komisi Pemilihan Umum) Kabupaten Kulon Progo periode 2013/2014.
4. Anggota Divisi Kewirausahaan HIMEPI (Himpunan Mahasiswa Ekonomi dan Perbankan Islam) UMY periode 2015/2016
5. Bendahara Umum Mataf (Masa Taaruf) Fakultas Agama Islam UMY tahun 2015.
6. Bendahara Umum HIMEPI (Himpunan Mahasiswa Ekonomi dan Perbankan Islam) UMY periode 2016/2017
7. Wakil Ketua Karang Taruna RT.02 RW.11 Dusun Driyan periode 2018/2019.

JUMLAH NASABAH AKTIF TABUNGAN EMAS  
PT PEGADAIAN (PERSERO)  
UNIT SYARIAH MLATI

Nomor	Buian	Jumlah Rekening aktif
1	.MARET 2016	7
2	.APRIL 2016	
3	.MEI 2016	
4	.JUNI 2016	
5	.JULI 2016	
6	.AGUSTUS 2016	
7	.SEPTEMBER 2016	9
8	.OKTOBER 2016	62
9	.NOVEMBER 2016	56
10	.DESEMBER 2016	22
11	.JANUARI 2017	15
12	.FEBRUARI 2017	2
13	.MARET 2017	8
14	.APRIL 2017	5
15	.MEI 2017	4
16	.JUNI 2017	5
17	.JULI 2017	8
18	.AGUSTUS 2017	3
19	.SEPTEMBER 2017	4
20	.OKTOBER 2017	6

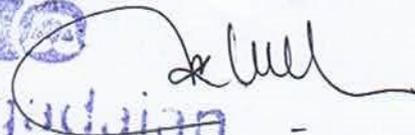
**PEGADAIAN SYARIAH MLATI**

Jl Magelang km 7,2 no. 197 Sendangadi, Mlati, Sleman  
Telp. (0274) 867566

STRUKTUR ORGANISASI  
PT PEGADAIAN (PERSERO)  
UNIT SYARIAH MLATI

PENGELOLA UNIT : NURUL LAILI  
PENGELOLA AGUNAN : DWIYANTO  
KASIR : DEDY KURNIAWAN

Sleman, 07 Januari 2018

  
  
NURUL LAILI  
Pengelola Unit

**SURAT KETERANGAN**  
**Nomor : 06/60338/II/2018**

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : NURUL LAILI  
Jabatan : PENGELOLA  
Unit Kerja : PT PEGADAIAN (persero) UNIT SYARIAH MLATI

Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa :

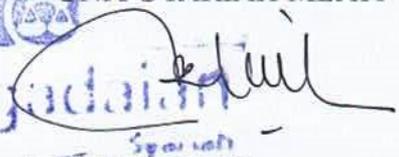
Nama : YUNIAR DWI ASTUTI  
NIM : 20140730026  
Jurusan / Program Studi : Muamalat / Ekonomi dan Perbankan Islam (EPI)  
Universitas : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

telah melaksanakan penelitian untuk keperluan skripsi tentang produk TABUNGAN EMAS di PT PEGADAIAN (persero) UNIT SYARIAH MLATI mulai tanggal 08 Januari 2018 sampai dengan 05 Februari 2018 dengan judul skripsi “ Analisis SWOT Stategi Pemasaran Tabungan Emas pada PEGADAIAN SYARIAH MLATI “.

Demikian Surat Keterangan ini kami buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

*Wassalamualaikum Wr.Wb*

Sleman, 07 Februari 2018  
PT PEGADAIAN (persero)  
UNIT SYARIAH MLATI

  
  
NURUL LAILI  
Pengelola

---

**PEGADAIAN SYARIAH MLATI**

Jl Magelang km 7,2 no. 197 Sendangadi, Mlati, Sleman  
Telp. (0274) 867566