

## ABSTRAK

Skripsi yang berjudul “**Analisis Strategi Pemasaran Simpanan dan Pembiayaan di Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) Manfaat Surabaya**” ini merupakan hasil penelitian yang bertujuan menjawab pertanyaan tentang bagaimana peranan pemasaran pada simpanan dan pembiayaan di KJKS Manfaat Surabaya, serta bertujuan menjelaskan bagaimana mekanisme strategi pemasaran pada simpanan dan pembiayaan di KJKS Manfaat Surabaya.

Data penelitian dihimpun dari dokumen yang berupa data KJKS Manfaat Surabaya, observasi nonpartisipatif dengan pihak KJKS, dan wawancara secara langsung dengan pihak KJKS yang menangani pemasaran dan pembiayaan di KJKS Manfaat Surabaya, serta literatur pendukung yang relevan terhadap permasalahan yang penulis angkat. Selanjutnya dianalisis menggunakan metode analisis deskriptif.

Peranan pemasaran KJKS Manfaat Surabaya dalam usaha memperkenalkan produk simpanan dan pembiayaan kepada konsumen dan juga menjadi salah satu keberhasilan perusahaan dalam memperoleh laba untuk pengembangan produk – produknya, dan untuk kelangsungan usahanya, KJKS Manfaat melakukan kegiatan pemasaran berupa Periklanan (*Advertising*), Pemasaran, Publisitas (*Publicity*), Penjualan Perseorangan (*Personal Selling*), dan Penjualan Langsung (*Direct Marketing*) untuk pemasaran produk – produk KJKS Manfaat Surabaya agar konsumen dapat mengenal, mengetahui keunggulan, dan membeli produk KJKS Manfaat Surabaya.

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh KJKS Manfaat Surabaya dalam upaya memperkenalkan dan memasarkan produk simpanan dan pembiayaan adalah dengan menjalin kerja sama dengan anggota yang bekerja sama dengan KJKS Manfaat Surabaya, melalui media cetak seperti brosur atau pamflet, koran serta majalah bisnis, melalui iklan, melalui *open table* di pameran – pameran atau *event – event* yang bertajuk properti dan dengan memanfaatkan *trend* umum yang saat ini dianggap sangat mudah dan praktis dalam menyampaikan baik informasi sebuah produk maupun pembaharuan – pembaharuan seperti pemasaran khusus yang ingin disampaikan oleh pihak pemasar baik Koperasi maupun perusahaan – perusahaan bisnis lainnya, yakni melalui jaringan *Social Media* seperti *twitter*, *facebook* dll. KJKS Manfaat Surabaya selalu mengikuti perkembangan penyampaian pemasarannya melalui media *online* dan diaplikasikan oleh pihak pemasar KJKS Manfaat Surabaya agar masyarakat dapat memilih produk simpanan dan pembiayaan sebagai solusi mereka dalam keinginannya untuk memiliki sesuatu (barang atau tempat) yang baik untuk investasi.