

**MODEL PEMASARAN PRODUK FUNDING DAN PRODUK
FINANCING KOPERASI JASA KEUANGAN SYARIAH KOTA
PEKALONGAN DI ERA NEW NORMAL TAHUN 2021
(STUDY KASUS KSPPS KOPENA KOTA PEKALONGAN)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

RUTOYO

NIM.2013314029

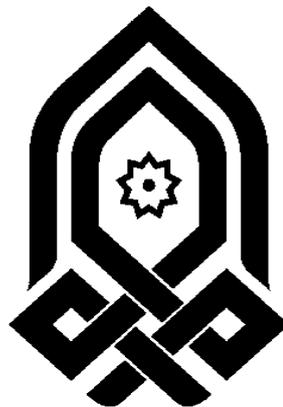
**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN**

2021

**MODEL PEMASARAN PRODUK FUNDING DAN PRODUK
FINANCING KOPERASI JASA KEUANGAN SYARIAH KOTA
PEKALONGAN DI ERA NEW NORMAL TAHUN 2021
(STUDY KASUS KSPPS KOPENA KOTA PEKALONGAN)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagiansyarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

RUTOYO

NIM.2013314029

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2021**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rutoyo

NIM : 2013314029

Judul Skripsi : **Model Pemasaran Produk Funding dan Produk Financing Koperasi Jasa Keuangan Syariah Kota Pekalongan Di Era New Normal Tahun 2021 (Study Kasus KSPPS KOPENA Pekalongan)**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya.

Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 6 Oktober 2021

Yang menyatakan,



Rutoyo

NOTA PEMBIMBING

Drajat Stiawan. M.Si
Wiradesa Pekalongan

Lamp. : 2 (dua) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi Saudara Rutoyo

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

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi Saudara:

Nama : **Rutoyo**
NIM : **2013314029**
Judul Skripsi : **Model Pemasaran Produk Funding dan Produk Financing Koperasi Jasa Keuangan Syariah Kota Pekalongan Di Era New Normal Tahun 2021 (Study Kasus KSPPS KOPENA Pekalongan)**

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pekalongan, 22 Oktober 2021
Pembimbing



Drajat Stiawan.M.Si

NIP. 19830118 201503 1 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Pekalongan, www.febi.iainpekalongan.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara:

Nama : Rutoyo
NIM : 2013314029
Judul Skripsi : MODEL PEMASARAN PRODUK FUNDING DAN PRODUK FINANCING KOPERASI JASA KEUANGAN SYARIAH KOTA PEKALONGAN DI ERA NEW NORMAL TAHUN 2021 (STUDY KASUS KSPPS KOPENA KOTA PEKALONGAN)

Telah diujikan pada hari Selasa, tanggal 2 November 2021 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji

Penguji I

Muhammad Aris Safii, M.El

NIP. 198511012 201503 1 004

Penguji II

Bambang Sri Hartono, S.E. M.Si

NITK.19680225 202001 D1 128

Pekalongan, 4 November 2021

Disahkan Oleh

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dewi Rismawati, S.H., M.H.

NIP 197502201999032001

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Institut Agama Islam Negeri Pekalongan. Penulis menyadari sepenuhnya atas segala keterbatasan dan banyaknya kekurangan-kekurangan yang harus diperbaiki dalam penulisan Skripsi ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan manfaat bagi setiap orang yang membacanya, khususnya bagi dunia pendidikan. Dalam pembuatan Skripsi ini penulis banyak mendapatkan berbagai dukungan serta bantuan meteril maupun non materil dari berbagai pihak. Berikut ini beberapa persembahan sebagai ucapan terima kasih dari penulis kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam membantu terlaksananya penulisa Skripsi ini:

1. Untuk Ibu dan Ayah yang selalu membuatku termotivasi dan selalu menyirami kasih sayang, selalu mendoakanku, selalu menasehatiku menjadi lebih baik. Terima kasih Ibu..Terimah kasih Ayah atas semua yang telah engkau berikan semoga diberi kesehatan dan panjang umur agar dapat menemani langkah menuju kesuksesan.
2. Keluarga kecil Saya, Istri dan kedua putra saya (Dzikri Arif Maulana dan Ahmad Zidny Maulana) yang selalu menjadi motivasi saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Almamater saya jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan, semoga selalu kompak dan profesional dalam mengemban tugas kampus.

4. Dosen Pembimbing Bpk. Drajat Stiawan. M.Si saya ucapkan terima kasih, untukmu sebagai dosen pembimbing yang telah bersedia mengantarkanku hingga selesainya skripsi ini.
5. Dosen Wali Drs. M. Muslih Husein. M.Ag saya menghaturkan banyak terima kasih atas bimbingannya hingga selesainya study ini.
6. Terima kasih banyak untuk bantuan dan kerja samanya selama ini, serta semua pihak yg sudah membantu selama penyelesaian Tugas Akhir ini.

MOTTO

“LURUSKAN NIAT, SEMPURNAKAN IKHTIAR”

ABSTRAK

RUTOYO. Model Pemasaran Produk Funding dan Financing Koperasi Jasa Keuangan Syariah Kota Pekalongan di Era New Normal Tahun 2021(study kasus KSPPS KOPENA Kota Pekalongan).

Pemasaran merupakan garda terdepan dalam mempertahankan keberlangsungan usaha perusahaan. Perusahaan perlu melakukan rekonsepsi strategi pemasaran ketika terjadinya perubahan di lingkungan pemasaran. Pandemi covid 19 yang telah memberikan dampak disemua sector terutama sector keuangan baik perbankan maupun non perbankan salah satunya yaitu Koperasi Jasa Keuangan Syariah. Tidak sedikit Koperasi Jasa Keuangan Syariah yang collaps karena tidak mampu bertahan di tengah pandemi covid19. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana stretegi pemasaran Koperasi Jasa Keuangan Syariah di era new tahun 2021 (study kasus KSPPS KOPENA Kota Pekalongan).

Peniltian ini termasuk jenis penelitian kulaitatif. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dengan objek penelitian sebanyak 3 terdiri dari 1 orang pimpinan Koperasi, 1 Bagian Pemasaran, 1 orang nasabah (calon anggota). Dengan metode analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa di era pandemi covid 19 model pemasaran yang di gunakan adalah melalui bauran pemasaran 4P+3P yaitu Product (Produk), Price (Harga), Place (Tempat), People (Orang), Proses (Proses), physical evidence (Bukti Fisik), Promotion (Promosi).

Kata kunci : Model Pemasaran, Funding, Financing, New Normal

ABSTRACT

RUTOYO. The Marketing Model for Funding and Financing Products of Sharia Financial Services Cooperatives in Pekalongan City in the New Normal Era in 2021 (KSPPS KOPENA case study in Pekalongan City).

Marketing is the front line in maintaining the company's business continuity. Companies need to re-conceptualize marketing strategies when changes occur in the marketing environment. The COVID-19 pandemic which has had an impact on all sectors, especially the financial sector, both banking and non-banking, one of which is the Sharia Financial Services Cooperative. Not a few Sharia Financial Services Cooperatives have collapsed because they were unable to survive in the midst of the COVID-19 pandemic. The purpose of this study is to find out how the marketing strategy of the Islamic Financial Services Cooperative in the new era of 2021 (KSPPS KOPENA case study Pekalongan City).

This research is a type of qualitative research. Data collection methods in this study are interviews, observation, and documentation. With 3 research objects consisting of 1 leader of the Cooperative, 1 Marketing Department, 1 customer (prospective member). With the data analysis method using data reduction, data presentation, and data verification.

The results of this study indicate that in the era of the covid 19 pandemic the marketing model used is through the 4P + 3P marketing mix, namely Product (Product), Price (Price), Place (Place), People (People), Process (Process), physical evidence. (Physical Evidence), Promotion (Promotion).

Keywords: Marketing Model, Funding, Financing, New Normal

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkaht dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag selaku Rektor IAIN Pekalongan
2. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H. selaku Dekan FEBI IAIN Pekalongan
3. Dr AM Muh Khafidz Ma'shum, M.Ag selaku Wakil Dekan bidang Akademik dan Kelembagaan FEBI IAIN Pekalongan
4. Muhammad Aris Safi'i, M.E.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah FEBI IAIN Pekalongan
5. Happy Sista Devy, M.M selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah FEBI IAIN Pekalongan
6. Drajat Setiawan. M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini

7. Drs. M. Muslih Husein. M.Ag selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA)
8. Seluruh Dosen, Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan
9. Seluruh Pegawai, Staf, dan Karyawan KSPPS KOPENA Kota Pekalongan
10. Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral
11. Sahabat yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Pekalongan, 6 Oktober 2021



Rutoyo
NIM : 2013314029

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
PEDOMAN TRANSLITERASI	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Sistematika Pembahasan	9
BAB II LANDASAN TEORI	10
A. Landasan Teori	10
1. Marketing	10
2. Marketing Syariah	11
3. Macam-Macam Objek Pemasaran	14
4. Pemasaran Jasa.....	16
5. Konsep Pemasaran	20
6. Lingkungan Sistem Pemasaran	22
7. Funding.....	27
8. Financing	28

9. Koperasi Jasa Keuangan Syariah	30
10. <i>New Normal</i>	30
11. Strategi Pemasaran	31
B. KERANGKA BERPIKIR	39
BAB III METODELOGI PENELITIAN	40
A. Jenis Penelitian dan Pendekatan Penelitian.....	40
B. Setting Penelitian.....	44
C. Subjek Penelitian dan Sampel	44
D. Sumber Data.....	45
E. Teknik Pengumpulan Data	46
F. Teknik Keabsahan Data	49
G. Metode Analisis Data	53
BAB IV PEMBAHASAN.....	55
A. Deskripsi Objek Penelitian.....	55
B. Deskripsi Hasil Penelitian	70
BAB V PENUTUP.....	87
A. Simpulan.....	87
B. Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA	89

PEDOMAN TRANSLITERASI

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 system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi itu sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

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

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di atas)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	zet (dengan titik di atas)
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 di)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di
ع	'ain	'	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	`	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal tunggal	Vokal rangkap	Vokal panjang
أ = a		أ = ā
إ = i	أِي = ai	إِي = ī
أ = u	أُو = au	أُو = ū

3. Ta Marbutah

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh :

مرأة جميلة ditulis *mar'atun jamīlah*

Ta marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh :

فاطمة ditulis *fātimah*

4. Syaddad (*tasydid*, geminasi)

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

Contoh:

رَبَّنَا ditulis *rabbānā*

الْبِرِّرِ ditulis *al-birr*

5. Kata sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” 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*

السيدة ditulis *as-sayyidah*

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

Contoh:

القمر ditulis *al-qamar*

الجلال 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:

أمرت ditulis *umirtu*

شيء ditulis *syai'un*

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pertumbuhan Aset.....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	32
Tabel 4.1 Analisis data Aset KSPPS KOPENA.....	71
Tabel 4.2 Analisis data aset funding KSPPS KOPENA	71
Tabel 4.3 Analisi data Financing KSPPS KOPENA	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	39
Gambar 4. 2 Susunan Kepengurusan KSPPS KOPENA Pekalongan.....	61
Gambar 4.1 Struktur Organisasi KSPPS KOPENA Kota Pekalongan	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Daftar Pertanyaan Penelitian	91
Lampiran 2	Wawancara dengan Ibu Ira (Kabag SDM)	93
Lampiran 3	Wawancara dengan Mas Ani (Bagian Pemasaran).....	99
Lampiran 4	Wawancara dengan Bpk. Slamet Arifin (Nasabah)	102
Lampiran 5	Wawancara dengan Ibu Ajeng (CSO)	107
Lampiran 6	Identitas Responden	109
Lampiran 7	Dokumentasi	110
Lampiran 8	Surat keterangan penelitian	113
Lampiran 9	Riwayat Penulis	114

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Koperasi merupakan kelompok usaha masyarakat yang keanggotannya pribadi maupun kelompok usaha yang dalam menjalankan usahanya menggunakan pedoman hukum koperasi dan menjadikannya sebagai Gerakan ekonomi kerakyatan atas dasar kekeluargaan (UU No. 25/1992). Didalam ayat suci al-Qur'an nulkarim, mengajarkan kita untuk saling bantu membantu dalam hal kebaikan serta menjauhi perbuatan dosa. Hal ini tercantum penggalan dalam alquran surat Al- maidah ayat 2:

...، وَالْعُدْوَانَ ۖ وَاتَّقُوا
اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya : Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sungguh Allah sangat berat siksaan-Nya.

Koperasi Simpan Pinjamn Pembiayaan Syariah (KSPPS), merupakan Lembaga keuangan non bank berbasis syraiah yang memiliki kewenangan dalam menghimpun dana dari masyarakat berbentuk produk tabungan maupun tabungan berjangka, pembiayaan serta penyaluran dana zakat, infaq dan waqaf pada anggota-anggotanya.

Hasil kerja koperasi Indonesia dalam bidang keuangan memperlihatkan pertumbuhan yang signifikan, tetapi dalam hal komposisi modal usaha dari waktu ke waktu tingkat kepemilikan modal mayoritas dari dana pihak ketiga seperti hutang usaha. Dalam bidang selain keuangan koperasi di Indonesia memperlihatkan tingkat pertumbuhan terus mengalami penurunan performenya.

Pandemi virus corona yang mengguncang perekonomian masyarakat berdampak serius pada Usaha Kecil Menengah (UMKM). Tidak sedikit pelaku UMKM di tanah air yang akhirnya tidak mampu bertahan atau memutuskan untuk pindah bisnis. Pemerintah telah melakukan berbagai kebijakan sebagai penyeimbang agar sektor-sektor penting tidak mati salah satunya dengan mengeluarkan kebijakan PSBB. PSBB merupakan pembatasan social bersekala besar. Kebijakan PSBB ini memunculkan konsep New Normal sebagai pengontrol sekaligus penyeimbang berbagai sektor-sektor penting agar tetap berjalan. New Normal merupakan suatu kebiasaan baru bagi masyarakat yaitu memakai masker, menjaga jarak dan menghindari kerumunan apabila beraktifitas di luar rumah. Dalam menghadapi kebiasaan baru tersebut para pengusaha maupun pimpinan perusahaan perlu adanya konsep-konsep pemasaran yang baru agar usahanya tetap bertahanan ditengah masyarakat.

Hampir seluruh sektor terdampak karena pandemi covid 19 ini, Bukan hanya kesejahteraan dan area keuangan yang mengalami efek intens karena pandemi ini. Kebijakan PSBB memberikan kontribusi terhadap pelemahan

ekonomi indonesia. Tidak hanya perusahaan besar yang terkena dampaknya tapi juga sektor ekonomi menengah kecil atau UMKM yang ikut terlemahkan profitabilitasnya bahkan hingga mengalami tutup usaha karena tidak bisa bertahan di tengah pandemi ini.

Berdasarkan data (Bank Indonesia, 2020) dari sisi perkembangan keuangan publik pada triwulan I-2020 tercatat sebesar 2,97% (yoy) terjadi penurunan dimana pada triwulan IV-2019 mencapai 4,97% (yoy). Sedangkan kondisi pertumbuhan ekonomi di Jawa Timur pada triwulan I 2020 sebesar 3,04% (yoy) dimana lebih rendah dibandingkan pada triwulan IV 2019 yang sebesar 5,54% (yoy). Dapat dilihat bahwa pertumbuhan ekonomi secara regional maupun nasional mengalami penurunan yang cukup signifikan. Penurunan ini dipengaruhi oleh menurunnya kinerja konsumsi, net ekspor karena adanya regulasi pembatasan ekonomi dan menurunnya permintaan domestik (Bank Indonesia, 2020).

Pandemi virus corona diproyeksikan akan terus berdampak buruk bagi pemegang utang dan yayasan bantuan moneter non-bank hingga 2022. Virus corona berdampak sangat luas pada aktifitas masyarakat terutama kegiatan usaha masyarakat bidang keuangan Syariah seperti aktifitas usaha Koperasi Syariah. Kegiatan perekonomian merupakan semua kegiatan masyarakat dengan tujuan utama adalah terpenuhinya kebutuhan

KOPENA didirikan pada awal Desember, 11 Desember 1993, dimulai oleh pemuda bertekad untuk mencari tahu bagaimana membentuk pertemuan untuk individu yang memiliki kualitas keluarga dan saling

membantu, membantu satu sama lain. Pemahaman membangun koperasi yang telah dicetuskan oleh para pendahulunya telah menjadi pola dasar mereka telah menjadikan gambaran Kota Pekalongan sebagai kota yang makmur dan bermanfaat, meminta dan mendorong mereka untuk mengumpulkan individu-individu dari berbagai perkumpulan lokal, dari wali, pemuda atau pemuda bersama-sama untuk mencapai tujuan mereka. - tujuan membentuk lembaga keuangan yang ahli yang dapat mengatasi masalah-masalah individu yang pada akhirnya dapat meningkatkan bantuan pemerintah terhadap individu-individunya. Pendirian KOPENA didorong oleh tujuan dan alasan untuk menghadirkan ekonomi egaliter yang bergantung pada aspek keuangan Islam (syariah) sesuai Al-Qur'an dan Sunnah Nabi, serta memberikan metode intervensi moneter antara umat Islam yang memiliki kelebihan. cadangan dan umat Islam yang berbeda yang membutuhkan keuangan di mana KOPENA mengambil bagian. sebagai cara untuk menyimpan aset serta mengalihkan aset, terutama kepada kelompok lemah yang bergantung pada pedoman bagi hasil. Dengan modal dasar sebesar Rp. 400.000,- . Perhatian untuk membangun sebuah keserasian sebagai arketipe dipotong, yang pada akhirnya mendorong berdirinya KOPENA muda atau KOPENA. Dengan penetapan perseorangannya, akhirnya pada tahun 1994 Kopena memiliki zat yang halal dengan nomor Unsur Halal : - No. 12227a/BH/KWK.II/IX/94..Tanggal 30 September 1994 - No.12227a/BH /Cushion/KWK.II/IX/96..Tanggal 30 September 1996 - No.21../PAD/KDK.11/X/..2009 dan Ijin Operasional

UJKS : No. 24/SISPK/KDK.II/VII /2009. Hingga 2019, Kopena memiliki 14 cabang antara lain kab.Batang, 3, Kab.Pekalongan 3, Kota Pekalongan 4, kemudian, dan Pemalang 3.

Tingkat pertumbuhan asset perusahaan sangat penting karena menjadi modal dasar alam mengembangkan usaha perusahaan. Pertumbuhan asset yang konsisten akan memberikan kemudahan dalam memramalkan serta merenakan usaha-usaha perusahaan yang lebih terukur. Salah satunya yang mengalami kenaikan asset yang signifikan adalah kopena. Selama beberapa tahun terakhir kopena telah mencatatkan pertumbuhan asset perusahaan yang cukup signifikan. Berikut data perkembangan anggota dan asset kopena dalam beberapa tahun terakhir.

Data perkembangan asset kopena dalam kurun waktu 5 tahun periode 2016-2019

Tabel 1.1 Data Pertumbuhan Aset

Tahun	Asset
2016	Rp. 148.000.000.000
2017	Rp. 195.000.000.000
2018	Rp. 237.000.000.000
2019	Rp. 273.000.000.000

Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa dalam kurun waktu 5 tahun terakhir asset kopena mengalami kenaikan yang cukup signifikan yaitu lebih dari 25% pertahun tingkat pertumbuhannya.

Dari uraian di atas memberikan gambaran yang baik tentang tingkat pertumbuhan kopena yang selalu meningkat dari tahun ke tahun. Tetapi dengan adanya covid19 ini berbagai sector usaha tela terdampak salah satunya adalah sector keuangan yaitu Lembaga keuangan non bank seperti KSPPS Kopena.

Berdasarkan penelitian Penelitian yang dilakukan oleh Rony Abdillah (2021) bahwa pandemi covid19 ini telah memberikan dampak negatife terhadap capaian target pembiayaan dan capaian laba usaha yang turun secara sinifikan. Hal ini dukung dengan penelitiannya Maria Indriyani Hewe Tiwu (2020) serta Dewi Sartika, Fitrah Mulyani dan Andre Ilyas (2020) menyatakan bahwa pandemic covid19 telah menaikkan tingkat NPL untuk BPR dan NPF untuk koperasi syariah.

Untuk tetap mempertahankan eksistensi usahanya perlu adanya rekonsepsi strategi terutama dalam hal pemasaran. Strategi merupakan cara suatu perusahaan dalam pelaksanaan gagasan, perencanaan serta eksekusi dalam aktivitas agar tercapai visi dan misi perusahaan dalam kurun waktu tertentu. Agar usahanya tetap bertahan pengusaha maupun para pimpinan perusahaan dalam hal ini koperasi jasa keuangan Syariah terutama di kota pekalongan perlu melakukan rekonsepsi pemasaran berdasarkan kondisi lingkungan serta perilaku konsumen. Hal ini menjadi hal menarik untuk di teliti tentang kosepsi pemasaran koperasi jasa keuangan Syariah di kota pekalonga di tengah pandemi covid19 atau new normal. sehingga saya mengambil judul penelitian ini dengan tema pemasaran dengan judul

penelitian “**Model Pemasaran Produk Funding Dan Financing Koperasi Jasa Keuangan Syariah Kota Pekalongan Di Era New Normal Tahun 2021(Study kasus KSPPS KOPENA Kota Pekalongan)**”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan motif kerangka perkara diatas, maka ringkasan permasalahan pada penelitian ini yaitu seperti berikut

1. Bagaimana perubahan konsep strategi pemasaran koperasi jasa keuangan Syariah di kota pekalongan di era pandemi covid19 atau new normal ?
2. Bagaimana konsep strategi pemasaran koperasi jasa keuangan Syariah di kota pekalongan di era pandemi covid19 atau new normal?
3. Apakah konsep strategi pemasaran koperasi jasa keungan Syariah kota pekalongan dapat meningkatkan minat nasabah terhadap produk tabungan dan pembiayaan koperasi jasa keuangan Syariah di Kota Pekalongan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan ringkasan kasus diatas, maka tujuan penelitian dari penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui perubahan perubahan konsep strategi pemasaran koperasi jasa keuangan Syariah di kota pekalongan di era pandemi covid19 atau new normal ?

2. Mengetahui konsep strategi pemasaran koperasi jasa keuangan Syariah di kota pekalongan di era pandemi covid19 atau new normal?
3. Mengetahui konsep strategi pemasaran koperasi jasa keuangan Syariah kota pekalongan di era pandemi atau new normal dapat meningkatkan minat nasabah terhadap produk tabungan dan pembiayaan koperasi jasa keuangan Syariah di kota pekalongan?

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti

Sebagai bahan perspektif untuk penelitian tambahan..dalam memimpin ujian masa depan tentang teknik pamer di koperasi Jasa Keuangan Syariah

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat memberi manfaat secara teoritis dan praktis kepada Koperasi jasa keuangan Syariah kota pekalongan terutama KSPPS KOPENA Kota dalam hal referensi kebijakan perusahaan.

3. Bagi Peneliti Lain

Sebagai bahan untuk mengembangkan pengetahuan hipotetis penelitian dalam meningkatkan informasi di bidang pemasaran

4. Bagi Pembaca

Sebagai bahan wawasan bagi para pembaca dalam meningkatkan pengetahuan strategi pemasaran.

E. Sistematika Pembahasan

Dalam penelitian ini terbagi menjadi beberapa sistematika penulisan. Hal ini dilakukan untuk menampakkan output penelitian yang baik dan gampang dipahami. Dengan tujuan untuk memudahkan peneliti dalam penyusunan dan mempermudah pembaca pada menyusun penelitian ini. Adapun sistematika penulisannya sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN, dalam bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah,, tujuan penelitian,, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI, yaitu menguraikan tentang teori-teori yang berkaitan dengan penelitian ini, telaah Pustaka terhadap penelitian yang relevan dengan topik penelitian, ini yaitu Model Pemasaran Produk Funding dan Financing di Era Newnormal serta kerangka berpikir dalam penelitian yg berkaitan dengan topik dalam penelitian

BAB III METODOLOGI PENELITIAN, yaitu menguraikan tentang Pendekatan dan jenis penelitian, Sumber Data, Populasi, Sampling, Pengumpulan Data, Metode Analisis Data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN, yaitu bab yang menguraikan tentang hasil penelitian ini tentang Model Pemasaran Produk Funding dan financing KSPPS KOPENA Kota Pekalongan Tahun 2021.

BAB V PENUTUP yaitu bab yang berisi kesimpulan sebagai hasil dari penelitian dan saran.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan uraian hasil analisis data dan pembahasan permasalahan yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Adanya perubahan konsep strategi pemasaran di produk financing, sedangkan untuk produk funding tidak ada perubahan konsep pemasaran di era new normal
2. Konsep strategi pemasaran produk funding dan financing di era new normal ini adalah sebagai berikut:
 - a. Strategi Bauran Pemasaran yang di gunakan yaitu 4P+3P yaitu
 - 1) Produk (*Product*)
 - 2) Harga (*Price*)
 - 3) Tempat (*Place*)
 - 4) Orang (*People*)
 - 5) Proses (*Process*)
 - 6) Bukti Fisik (*physical evidence*)
 - 7) Promosi (*Promotion*)
 - b. Strategi pemasaran produk financing menggunakan system kekeluargaan melalui penilaian empati, tolong menolong, kebersamaan, egosentris, dan keterbukaan.
3. Tidak ada pengaruhnya antara minat nasabah atau calon nasabah terhadap perubahan konsep pemasaran di era new normal

B. Saran

1. Bagi perusahaan diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran atau sebagai bahan masukan bagi perusahaan terutama yang berhubungan dengan Model-model pemasaran baik fundking maupun financing
2. Bagi peneliti berikutnya dimasa mendatang perlu diamati beberapa objek penelitian yang lain seperti perubahan struktur modal Koperasi Jasa Keuangan Syariah di era new normal ini

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia Kurniawan, D., & Zaenal Abidin, M. (2017). *Pengantar Pemasaran Islam* (A. Afian Musthofa (ed.)). Press unida gontor.
- Andrianto, & Anang Firmansyah, M. (2019). *MANAJEMEN BANK SYARIAH* (Q. Media (ed.); Cetakan Pe). CV. Penerbit Qiara Media.
- Nur Rianto, M. Al Arif. 2010. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Bramasta, D. B. (n.d.). *Sering Disebut-sebut, Apa Itu New Normal?* Kompas.Com.
[https://www.kompas.com/tren/read/2020/05/16/164600865/sering-disebut-sebut-apa-itu-new-normal-?page=all#:~:text=Menurut Ketua Tim Pakar Gugus,mencegah terjadinya penularan Covid-19%0D](https://www.kompas.com/tren/read/2020/05/16/164600865/sering-disebut-sebut-apa-itu-new-normal-?page=all#:~:text=Menurut%20Ketua%20Tim%20Pakar%20Gugus,mencegah%20terjadinya%20penularan%20Covid-19%0D)
- Haryati, Y., Nopidia, E., Septiani, E., & Laeli, F. (2020). Strategi Pendampingan Melalui Bauran Pemasaran Di BMT NU Sejahtera KC Harjamukti Dalam Menghadapi Masa Pandemi. *Dimasejati: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 262. <https://doi.org/10.24235/dimasejati.v2i2.7414>
- Syafii, M. Antonio. 2001. *Bank Syariah: Teori dan Praktik*. Jakarta: Penerbit Gema Insani Press.
- Moleong, J Lexy. 2002. *Metode Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung: 89 Penerbit PT. Remaja Rosdakarya
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 1992 Tentang Perkoperasian.
- Hery. (2018). *Manajemen Strategik*. PT. Grasindo.
- Swastha Basu, *Azaz-azaz Maerketing*, Yogyakarta Liberty: 2005
- Kertajaya, Hermawan, *Syariah Maeketing Bandung*, Mizan Pustaka : 2006

- Kotler, Philips. 1997. *Manajemen Pemasaran (Terjemahan) Jilid 1*. Jakarta: Penerbit PT. Prehallindo.
- Sutisna. 2003. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Penerbit PT Remaja Rosdakarya.
- Muali Chusnul, “Pemasaran Syariah Berbantuan Media Sosial: Kontestasi Strategis Peningkatan Daya Jual, *Jurnal Ilmiah Vol. 5, No. 2, April 2021*
- Putri Desy, “Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Produk” *Jurnal Ilmiah Entaresmen, Vol. 9, No. 2, 2021*
- Kotler, Phillip. 2000. *Manajemen Pemasaran. Edisi Bahasa Indonesia*. Jakarta : Pearson Education Asia Pte. Ltd. Dan PT Prenhallindo.
- Kusumastuti, A., & Mustamil Khoiron, A. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif* (F. Annisya & Sukarno (eds.)). LPSP.
- Salim, & syahrums. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Haidir (ed.)). Citapustaka media.
- V, N. P. E. R. M. K., Kasus, S., Kud, P., & Malang, B. (2015). *Peraturan Menteri Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah Republik Indonesia* (pp. 1–14). Permen kukm.
- Departemen Agama Republik Indonesia , *Al-Qur’an dan Terjemahnya*, Jakarta, Depag RI, 2009.
- Buku Laporan Rapat Anggota Tahunan KSPPS KOPENA Pekalongan Tahun Usaha 2020