

Skripsi yang berjudul “**Efektivitas Kegiatan Pemasaran Produk Tabungan Pendidikan Di KJKS Manfaat Surabaya Dalam Menarik Minat Pihak Sekolah**” ini merupakan hasil penelitian kualitatif yang mana memiliki tujuan untuk menjawab pertanyaan tentang bagaimana mekanisme kegiatan pemasaran yang ada di KJKS Manfaat Surabaya terutama untuk produk tabungan pendidikan dan bagaimana efektivitas dari kegiatan pemasaran tersebut dalam menarik minat pihak sekolah agar bergabung menjadi anggota KJKS Manfaat.

Alasan peneliti mengambil judul tersebut adalah penulis tertarik untuk meneliti kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh pihak KJKS Manfaat dalam memperkenalkan profil lembaga beserta produk-produknya, terutama produk tabungan pendidikan. Peneliti memilih produk tabungan pendidikan karena ketika peneliti melakukan riset, bertepatan dengan musim pendaftaran peserta didik baru, sehingga ketika sedang musim-musim pendaftaran itu, pihak KJKS Manfaat memanfaatkannya dengan memperkenalkan produk tabungan pendidikan sehingga dapat diketahui bagaimana efektivitas dari produk tersebut dalam menarik minat pihak sekolah, ataupun wali muridnya untuk bergabung bersama KJKS Manfaat Surabaya.

Metodologi penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif yaitu prosedur penelitian berdasarkan data deskriptif seperti lisan atau kata tertulis yang berasal dari seorang subjek yang telah diamati dan memiliki karakteristik bahwa data yang diberikan merupakan data asli dan dapat dipertanggungjawabkan. Data penelitian diambil melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi kepustakaan terkait permasalahan yang diteliti dengan pihak KJKS Manfaat Surabaya Surabaya. Kemudian data yang telah dikumpulkan tersebut, dianalisis menggunakan pola pikir induktif, yaitu pola pikir yang berpijak fakta-fakta yang bersifat khusus kemudian diteliti, dianalisa, dan disimpulkan sehingga pemecahan masalah tersebut dapat berlaku secara umum.

Hasil penelitian yang diperoleh adalah mekanisme kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh KJKS Manfaat Surabaya terdiri dari, meluruskan niat karena Allah SWT, menerapkan sistem siaga jemput (jemput bola), menjadikan seluruh karyawan sebagai tenaga marketing, menjaga hubungan silaturahmi yang baik dengan anggota lama, serta memanfaatkan media-media periklanan seperti brosur, media sosial, dan menjadi sponsor dalam kegiatan sosial. Dalam pelaksanaannya, mekanisme kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh pihak KJKS Manfaat Surabaya ini belum maksimal sehingga tingkat efektivitasnya juga tidak mencapai tingkat yang sesuai dengan yang diharapkan, salah satunya mekanisme kegiatan pemasaran yang belum maksimal adalah penerapan sistem siaga jemput. Dalam sistem ini, pihak KJKS belum maksimal dalam melakukan segmentasi pasar sehingga ketika bertemu dengan beberapa calon nasabah yang berlatarbelakang berbeda-beda seperti guru, pemilik atau karyawan sekolah serta wali murid, pihak KJKS Manfaat memberikan materi pengenalan yang sama tanpa adanya pemilahan materi yang lebih tepat diberikan kepada calon nasabah tersebut. Dengan penerapan sistem siaga jemput yang seperti

ini, efektivitas dari kegiatan promosi yang dilakukan oleh KJKS Manfaat Surabaya belum mencapai titik maksimal sehingga evaluasi-evaluasi perlu dilakukan oleh pihak-pihak karyawan KJKS Manfaat Surabaya agar target yang ingin dicapai bisa terealisasi.