

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Implementasi Produk Simpanan Thawaf dalam Meningkatkan Minat Masyarakat

Strategi Promosi yang dilakukan KSPPS BINAMA Semarang Kantor Cabang Ngaliyan, untuk mengoptimalkan produk simpanan Thawaf (Tabungan Haji dan Umroh) yaitu dengan menggunakan penyebaran brosur. Brosur yang disediakan akan disebar dipinggir jalan kepada pengendara kendaraan bermotor dan juga ke rumah-rumah masyarakat sesuai dengan pasar sasaran yang dijadikan objek pemasaran produk.

Selain itu pihak KSPPS BINAMA juga menggunakan strategi promosi melalui media sosial. Promosi melalui ini dianggap kurang efektif karena melalui media sosial kurang begitu efektif, karena tidak bisa berinteraksi langsung dengan lawan bicara.

Promosi yang efektif biasa dilakukan KSPPS BINAMA Semarang Kantor Cabang Ngaliyan ini melalui pelayanan maksimal dan tatap muka langsung (*face to face*), dengan tatap muka langsung marketing bisa langsung menjelaskan produk-produk yang ada melalui brosur dan juga katalog yang sudah disediakan dari KSPPS BINAMA Semarang.¹

Strategi promosi produk simpanan Thawaf yang dilakukan KSPPS BINAMA Semarang Kantor Cabang Ngaliyan sudah dilakukan dengan berbagai cara, namun minat masyarakat terhadap produk simpanan Thawaf ini masih sangat minim.

¹ Wawancara dengan bapak Muchsin marketing simpanan KSPPS BINAMA Kantor Cabang Ngaliyan.

B. Analisis Faktor Penyebab Kurangnya Minat Masyarakat

Berdasarkan hasil wawancara dari Kepala Cabang dan marketing KSPPS BINAMA Semarang Kantor Cabang Ngaliyan, hal ini dipengaruhi beberapa faktor, yakni ada faktor internal dan eksternal.

1) Internal

- Tidak adanya pemasaran khusus untuk produk Thawaf sehingga tidak banyak yang tahu mengenai produk Thawaf di KSPPS BINAMA. Misalnya spanduk ataupun pamflet-pamflet yang di pasang di lokasi tertentu.
- KSPPS BINAMA hanya memfasilitasi anggota yang menggunakan produk Thawaf melalui bentuk simpanan saja. Sehingga masyarakat kurang tertarik, karena masyarakat cenderung lebih ingin menggunakan fasilitas yang benar-benar mengurus mulai dari nol hingga proses haji berlangsung.²

2) Eksternal

- Masyarakat beranggapan bahwa biaya haji atau umroh itu sangat besar (mahal), sehingga niat dari masyarakat untuk menjalankan ibadah haji dan umroh sangat minim.
- Banyaknya lembaga-lembaga yang memfasilitasi untuk ibadah haji dan umroh, sehingga minat masyarakat terhadap produk Thawaf masih kurang.³

Selain faktor internal dan eksternal, menurut penulis ada kekurangan dalam strategi tempat atau dalam membidik pasar sasaran. Yaitu dalam hal menarik masyarakat untuk ikut serta menggunakan simpanan Thawaf. Misalnya mendatangi ibu-ibu pengajian atau menawarkan kepada perkumpulan warga yang dalam hal ini berbau keagamaan, sehingga respon masyarakat kemungkinan besar akan lebih baik.

² Wawancara dengan Bapak Mugiyono selaku kepala cabang KSPPS BINAMA Semarang Kantor Cabang Ngaliyan.

³ Wawancara kepada Bapak Muchsin selaku marketing simpanan di KSPPS BINAMA Semarang Kantor Cabang Ngaliyan.

Walupun minat masyarakat terhadap produk simpanan Thawaf ini masih sangat kurang, KSPPS BINAMA Semarang Selalu mengevaluasi, agar produk simpanan Thawaf bisa banyak diminati oleh masyarakat sekitar.