





Mengingat bahwa tujuan dari pemasaran ini sangat dibutuhkan untuk mengiringi kemajuan Bank Syariah Bukopin Cabang Darmo Surabaya. Pasang surut Bank Syariah Bukopin Cabang Darmo Surabaya salah satunya ditentukan dari kemampuan perusahaan menghadapi berbagai perubahan social, dimana press release ini tidak hanya berfungsi menarik perhatian publik tetapi juga menggerakkan mereka yang melihatnya pada media untuk datang mengunjungi Bank Syariah Bukopin Cabang Darmo Surabaya.

Oleh sebab itu dalam pemberitaan yang dikeluarkan perusahaan kerap memantau dan mengelompokkan berita untuk melihat kemungkinan penciptaan *brand* melalui isu-isu dari pemuatan pemberitaan yang ada. Disamping itu seiring perkembangan kemajuan teknologi perusahaan memanfaatkan internet untuk pengembangan strategi komunikasi internal perusahaan. Dengan terciptanya komunikasi internal perusahaan yang kuat, maka akan sangat membantu memperkuat komunikasi pemasaran eksternal perusahaan. Dengan pengembangan komunikasi internal, antar staf dan pegawai dapat berbagi pengalaman, pertemanan dan strategi.

Selain itu, perusahaan juga memfokuskan pemasaran melalui cara mempengaruhi (*impact*) serta memberikan kesan mendalam kepada setiap orang yang hadir pada saat event diselenggarakan. Tujuannya agar pengunjung maupun potential pengunjung bisa cukup lama mengingat pengalaman yang menyenangkan tersebut.

Dari hasil penelitian yang didapatkan oleh penulis ada beberapa strategi yang dilakukan dalam pelaksanaan even ini. hal bertujuan bahwa strategi komunikasi pemasaran lewat event ini dinilai efektif untuk meningkatkan penghargaan nasabah. Event juga efektif untuk meningkatkan *product image* & meningkatkan penjualan, berkomunikasi dengan target market dan menambah jumlah pengunjung baru.

Selain strategi di atas, ada beberapa strategi yang dilaksanakan oleh Bank Syariah Bukopin Cabang Darmo Surabaya adalah:

- a. Strategi kelender berdasarkan moment yang ada pada kelender. Strategi ini merupakan startegi yang dilaksanakan berdasarkan kesempatan pada perayaan hari-hari besar terutama hari besar Islam.
- b. Strategi *sponsorship*, yaitu suatu strategi yang digunakan oleh Bank Syariah Bukopin Cabang Darmo Surabaya untuk menjadi sponsor pada acara-acara tertentu yang dipertukarkan dengan publisitas merek dan suatu hubungan. Startegi *Sponsorship* ini dapat membedakan sekaligus meningkatkan nilai suatu merek.

Bank Syariah Bukopin Cabang Darmo Surabaya mengunggulkan marketing event karena diyakini dapat membangkitkan emosi *target audience*. Dan memberikan kesan yang lebih mendalam kepada brand, sehingga dapat menciptakan *brand loyalty*.

Sesuai dengan hasil penelitian yang didapatkan faktor-faktor apa yang turut menentukan keberhasilan Marketing event adalah konsep acara menjadi hal yang sangat krusial, karena tanpa konsep perusahaan tidak dapat

meraih tujuan yang ingin dicapai, Penentuan tema perlu memperhatikan juga isu yang berkembang di masyarakat, perusahaan dapat mengangkat tema yang relevan dengan isu tersebut. Komunikasi pemasaran juga menjadi faktor yang penting. Dengan komunikasi pemasaran yang baik, informasi tentang adanya suatu event dapat sampai ke target yang dituju. Dengan demikian, event dapat dihadiri oleh *audience* yang tepat. Selain itu kemampuan SDM, hubungan baik dengan Event Organizer (EO), dan besarnya budget juga menentukan keberhasilan sebuah marketing event, dan perlu diperhatikan dalam membuat suatu *event*, perusahaan perlu memperhatikan *budget* yang akan dikeluarkan dan menyesuaikan antara tujuan perusahaan dengan event yang akan dilakukan.

Diantara bagian pemasaran yang sangat urgent dalam pemasaran Bank Syariah Bukopin Cabang Darmo Surabaya adalah sales marketing. Sales marketing melakukan pendekatan persuasi langsung melalui penggunaan berbagai intensif yang dapat diatur untuk dapat merangsang pembelian produk dengan segera dan atau meningkatkan jumlah pengunjung. Sesuai hasil penelitian yang diperoleh tujuan dari devisi ini adalah :

1. Meningkatkan dan merangsang keinginan konsumen untuk mencoba promosi yang ditawarkan
2. Membentuk *goodwill*



pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat baik bagi kepentingan diri sendiri ataupun untuk kepentingan orang lain”.

Dari dua pengertian di atas, dapat dimengerti bahwa konsumen adalah orang yang menggunakan barang atau jasa untuk kepentingan diri sendiri ataupun orang lain. Hal ini menimbulkan pengertian bahwa pemakai adalah konsumen yang mengkonsumsi paling akhir barang atau jasa yang diproduksi oleh orang lain (perusahaan). Dengan kata lain ada hubungan antara konsumen dan pelaku usaha tanpa perlu konsep kontraktual.

Hubungan tersebut dipengaruhi oleh perilaku konsumen dalam menanggapi produk atau jasa yang dijual. Menurut Loudon dan Della Bitta “Perilaku konsumen adalah proses pengambilan keputusan dan kegiatan fisik individu-individu yang semuanya ini melibatkan individu lain dalam menilai, mendapatkan, menggunakan, atau mengabaikan barang-barang dan jasa-jasa.” Pengambilan keputusan oleh konsumen merupakan minat dengan alasan-alasan tertentu.

Bank Syariah Bukopin Cabang Darmo Surabaya adalah salah satu lembaga keuangan syariah yang memiliki motivasi terhadap perjalanan syariah dalam mengelola keuangan. Namun, tentu bukan hanya sebatas motivasi penerapan syariah saja yang dijadikan sebagai motivasi ada hal lain yang jadi motivasi Bank Syariah Bukopin Cabang Darmo Surabaya, yaitu membantu dan memudahkan penggunaan produk-produk Bank Syariah Bukopin Cabang Darmo Surabaya untuk semua kalangan termasuk masyarakat non muslim.

Salah satu produk perbankan yang paling banyak diminati nasabah non muslim adalah produk pembiayaan. Alasan nasabah non muslim memilih produk pembiayaan, Karena faktor kebutuhan seseorang nasabah akan membutuhkan dana untuk melakukan suatu usaha. Dari sinilah nasabah non muslim mulai membandingkan antara bunga yang diberikan bank konvensional dengan sistem bagi hasil yang diberikan bank syariah.

Penelitian ini dilakukan dengan mewawancarai informan dengan profesi yang mendekati kesamaan yaitu wirausaha, yang semuanya adalah nasabah Bank Syariah Bukopin. Dari hasil wawancara didapatkan informasi mengenai minat nasabah non muslim terhadap produk pembiayaan *musyārahah* di Bank Syariah Bukopin cabang darmo surabaya.

Dari hasil wawancara tersebut, diperoleh informasi mengenai minat nasabah non muslim terhadap produk pembiayaan *musyārahah* di Bank Syariah Bukopin, yaitu tentang alasan yang melatarbelakangi mengapa memilih pembiayaan *musyārahah* dan mengapa memilih Bank Syariah Bukopin cabang darmo.

Faktor-faktor yang mempengaruhi ketertarikan akan minat nasabah non muslim untuk pembiayaan di bank syariah adalah pengetahuan nasabah tentang bank syariah, adanya organisasi penjamin pelaksanaan kegiatan bank syariah, konsekuensi terhadap perjanjian, kehalalan investasi yang dilakukan bank syariah, penyelesaian masalah antara nasabah dengan bank syariah, pelayanan dan integritas pegawai bank syariah, prinsip titipan atau

simpanan, prinsip bagi hasil, prinsip jual beli, prinsip akad sewa dan ketertarikan terhadap bank syariah itu sendiri.

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan terdapat empat faktor yang mendorong nasabah non muslim untuk melakukan pembiayaan di bank syariah antara lain:

1. Sistem yang lebih adil dan menentramkan bagi umat.
2. Terbukti tidak rentan oleh krisis.
3. Memiliki payung hukum perundang-undangan.
4. Proses pembiayaan *musyārahah* sangat mudah dan dapat dipahami oleh nasabah non muslim

Selain alasan di atas, lokasi berdirinya Bank Syariah Bukopin Cabang Darmo termasuk daerah strategis. Hal itu dikarenakan lokasi Bank Syariah Bukopin Cabang Darmo berada di jalan Darmo yang terletak di tengah-tengah wilayah perkantoran. Lokasi yang berada dekat dengan aktifitas keseharian nasabah menjadikan Bank Syariah Bukopin menjadi pilihan nasabah non muslim untuk melakukan aktivitas menitipkan, menginvestasikan, dan pembiayaan. Aktifitas keseharian nasabah dalam hal ini adalah tempat dimana nasabah non muslim beraktivitas melewati jalan Darmo. Sebab tempat memang dirasa memiliki suatu yang sangat penting dalam menarik minat nasabah, melihat kondisi strategis jalan yang menuju pusat kota, sehingga nasabah dapat melakukan aktivitas dalam berinteraksi dengan Bank Syariah Bukopin.

