

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, maka dapat dirumuskan kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi-strategi pemasaran yang dilakukan Bank Syariah Bukopin Cabang Darmo Surabaya diantaranya : 1) Pemasaran melalui media, 2) pemasaran melalui cara mempengaruhi (*impact*) serta memberikan kesan mendalam kepada setiap orang yang hadir pada saat event diselenggarakan, 3) Strategi *sponsorship*, 4) *Road show* dan *door to door*, 5) Periklanan dalam bentuk *Billboard*, Umbul-umbul, Spanduk, *Flyer*, Baliho, Poster, Media cetak, 6) *Personal Selling*, 7) *Direct Marketing*.
2. Faktor yang mempengaruhi minat nasabah non muslim terhadap produk pembiayaan *musyārah* di Bank Syariah Bukopin Cabang Darmo Surabaya antara lain adalah :
 - a. Sistem yang lebih adil dan menentramkan bagi nasabah non muslim.
 - b. Terbukti tidak rentan oleh krisis.
 - c. Memiliki payung hukum perundang-undangan.
 - d. Proses pembiayaan *musyārah* sangat mudah dan dapat dipahami oleh nasabah non muslim

