

**STRATEGI *EVENT MARKETING* BANK SYARIAH
INDONESIA DALAM MENINGKATKAN PENGGUNA
APLIKASI BYOND (STUDI KASUS BYONDFEST
BANJARMASIN)**

SKRIPSI

**OLEH
ALFISAH**



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN

2026/1447 H

**STRATEGI *EVENT MARKETING* BANK SYARIAH
INDONESIA DALAM MENINGKATKAN PENGGUNA
APLIKASI BYOND (STUDI KASUS BYONDFEST
BANJARMASIN)**

Skripsi

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
pada Ilmu Perbankan Syariah

Oleh

Alfisah

220105020229

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PROGRAM STUDI S1 PERBANKAN SYARIAH
TAHUN 2026 M / 1447 H**

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alfisah

NIM : 220105020229

Tempat/Tgl. Lahir : Alalak Tengah, 09 Maret 2004

Jurusan : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan karya saya sendiri, bukan merupakan pengambil alihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri, Jika di kemudian hari terbukti ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat atau dibuat oleh orang lain secara keseluruhan atau sebagian besar, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Banjarmasin, 16 Juni 2026

Yang membuat pernyataan,



Alfisah



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
Jalan A. Yani Km. 4.5 Banjarmasin 70235 Telepon (0511) 678 3434,
e-mail: febimail@uin-antasari.ac.id, website: febi.uin-antasari.ac.id

SURAT PENETAPAN BEBAS PLAGIASI
Nomor : B-245/Un.14/III.5/PS.S1/PP.00.9/06/2026

Memperhatikan surat permohonan Saudara (i) dan hasil Rapat Tim Pemeriksa Plagiasi Tugas Akhir/ Skripsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin, maka kami dapat memberikan Surat Keterangan Bebas Plagiasi atas nama Saudara (i) :

Nama : Alfisah
NIM : 220105020229
Program Studi : S1 Perbankan Syariah
Judul : Strategi Event Marketing Bank Syariah Indonesia dalam Meningkatkan Pengguna Aplikasi Byond (Studi Kasus Byondfest Banjarmasin)

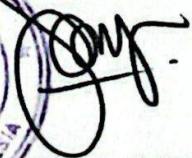
Dengan demikian, skripsi Saudara (i) dinyatakan :

BEBAS PLAGIASI
Dengan Presentasi Plagiat 18 %

Demikian penetapan ini dibuat untuk diketahui dan dilaksanakan dengan semestinya.

Banjarmasin, 15 Juni 2026
Kepada Prodi Perbankan Syariah




Faqih El Wafa S.H.I.M.S.I
NIP. 199005232018011002

PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul : Strategi Event Marketing Bank Syariah Indonesia dalam Meningkatkan Pengguna Aplikasi Byond (Studi Kasus Byondfest Banjarmasin)

Ditulis oleh : Alfisah

NIM : 220105020229

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program : Strata Satu (S-1)

Program Studi : Perbankan Syariah

Tahun Akademik : 2025/2026

Tempat Tanggal Lahir : Alalak Tengah, 9 Maret 2004

Alamat : Jalan Alalak Tengah RT. 06 No. 24 Kel. Alalak Tengah Kec. Banjarmasin Utara

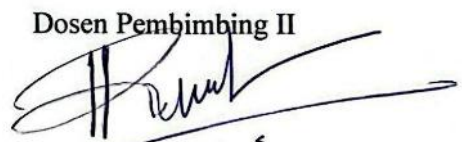
Setelah diteliti dan diadakan perbaikan seperlunya, kami dapat menyetujuinya untuk dipertahankan di depan Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

Banjarmasin, 8 Juni 2026

Menyetujui,

Dosen Pembimbing I

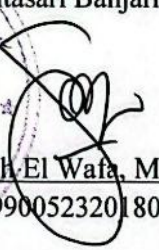

H. Haris Faulidi Asnawi, Lc., M.SI.
NIP. 197904102005011010

Dosen Pembimbing II


Hj. Rohana Faridah, S.E., M.M
NIP. 197804272009012010

Mengetahui,

Ketua Program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Antasari Banjarmasin



Faqih El Wafa, M.S.I
NIP. 199005232018011002

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “Strategi *Event Marketing* Bank Syariah Indonesia dalam Meningkatkan Pengguna Aplikasi Byond (Studi Kasus ByondFest Banjarmasin)”, ditulis oleh Alfisah, telah diujikan dalam Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin pada:

Hari : Selasa

Tanggal : 30 Juni 2026

Dinyatakan **LULUS** dengan Predikat : 90,0 (A+)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Antasari Banjarmasin



Dr. H. Zaki Mubarak, S.E., M.Si., M. Fin
NIP. 197710312002121002

TIM PENGUJI

No	Nama	Tanda Tangan	
1	Dr. H. Haris Faulidi Asnawi. Lc., M.S.I.	1.	
2	Muhammad Rizali, M.H.	2.	
3	Hj. Rohana Faridah, S.E., M.M.	3.	
4	Novita Alfinuri B.Sc., M.A.	4.	

ABSTRAK

Alfisah. 220105020229. *Strategi Event Marketing Bank Syariah Indonesia dalam Meningkatkan Pengguna Aplikasi Byond (Studi Kasus ByondFest Banjarmasin)*. Pembimbing: Dr. H. Haris Faulidi Asnawi, Lc., M.S.I. dan Hj. Rohana Faridah, S.E., M.M.

Kata Kunci: Strategi Event Marketing, Aplikasi Byond, ByondFest Banjarmasin, Bank Syariah Indonesia

Penelitian ini dilatar belakangi oleh peluncuran aplikasi Byond by BSI pada November 2024 yang menghadapi tantangan penetrasi pasar akibat rendahnya kesadaran masyarakat. Untuk mengatasinya, BSI menyelenggarakan *event marketing* ByondFest di sepuluh kota, termasuk Banjarmasin pada 16 Februari sampai dengan 1 Maret 2025. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan strategi *event marketing* BSI dan menganalisis kemampuannya meningkatkan jumlah pengguna aplikasi Byond.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis *field research*. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan dua informan panitia pelaksana (Ridha Rezkia dan Jimmy Septian) serta dokumentasi, dan dianalisis dengan model Miles dan Huberman. Penelitian ini mengintegrasikan teori Kotler & Keller (2016) sebagai *grand theory* dan teori 5 Tahapan Manajemen Acara Goldblatt (2014) sebagai *supporting theory*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *event marketing* BSI diimplementasikan melalui sinergi konsep Kotler (tujuan strategis, segmentasi Gen Z/Milenial, bauran promosi terpadu) dan tahapan Goldblatt (riset, desain, perencanaan, koordinasi, evaluasi). Strategi ini terbukti efektif meningkatkan pengguna Byond dari 24.000 menjadi 41.943 (tambah 17.943, capaian 74,8%) melampaui target 45%, serta menarik lebih dari 30.000 pengunjung (target 15.000). Keberhasilan ini didorong pemilihan artis populer (Juicy Lucy dan Adrian Khalif) sebagai magnet utama, desain *booth* interaktif, promosi *multi-platform*, koordinasi tim efektif, dan tindak lanjut pasca-*event*. Penelitian ini menyimpulkan bahwa integrasi strategi pemasaran dan manajemen acara menjadi kunci keberhasilan *event marketing* perbankan syariah.

ABSTRACT

Alfisah. 220105020229. *Strategy of Event Marketing of Bank Syariah Indonesia in Increasing Users of the Byond Application (Case Study of ByondFest Banjarmasin).* Supervisors: H. Haris Faulidi Asnawi, Lc., M.S.I. and Hj. Rohana Faridah, S.E., M.M.

Keywords: *Event Marketing Strategy, Byond Application, ByondFest Banjarmasin, Bank Syariah Indonesia*

This study is motivated by the launch of the Byond by BSI application in November 2024, which faced market penetration challenges due to low public awareness. To address this, BSI organized ByondFest event marketing in ten cities, including Banjarmasin from February 16 to March 1, 2025. This study aims to describe BSI's event marketing strategy and analyze its ability to increase the number of Byond application users.

This research employs a qualitative approach with field research type. Data were collected through in-depth interviews with two committee informants (Ridha Rezkia and Jimmy Septian) and documentation, and analyzed using the Miles and Huberman model. This study integrates Kotler & Keller's (2016) marketing strategy theory as the grand theory and Goldblatt's (2014) 5-Step Event Management theory as the supporting theory.

The results show that BSI's event marketing strategy was implemented through the synergy of Kotler's concepts (strategic objectives, Gen Z/Millennial segmentation, integrated promotion mix) and Goldblatt's stages (research, design, planning, coordination, evaluation). This strategy proved effective in increasing Byond users from 24,000 to 41,943 (an increase of 17,943, achieving 74.8%), exceeding the 45% target, and attracting more than 30,000 visitors (target 15,000). This success was driven by the selection of popular artists (Juicy Lucy and Adrian Khalif) as the main magnet, interactive booth design, multi-platform promotion, effective team coordination, and post-event follow-up. This study concludes that the integration of marketing strategy and event management is the key to the success of Islamic banking event marketing.

MOTTO

“Dan bahwasanya seorang manusia tiada memperoleh selain apa yang telah diusahakannya.”

(QS. An-Najm [53]: 39)

"Kekeramatan yang paling agung adalah keistiqamahan (ketekunan) dalam menempuh jalan ilmu."

(Diwan Habib Abdullah Bin Alwi Al-Haddad)

“Hidup yang tidak dipertaruhkan maka tidak akan pernah dimenangkan”

(Sutan Syahrir)

“Aku merangkul takdir yang bahkan tidak ku ketahui isinya apa. Lalu aku mendengar bahwa yang paling mencintaiku lah yang menuliskan isinya”

(Al-Andalus)

PERSEMBAHAN

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, Segala puji bagi Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, dan kekuatan yang Engkau berikan, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Karya kecil ini saya persembahkan sebagai wujud syukur saya kepada-Mu. Dengan hati yang dipenuhi rasa syukur penulis mempersembahkan karya ini untuk:

Abah Azhar Kurnain dan Mama Jaranah Amin tercinta.

Kedua orang tua saya, Abah dan Mama, yang senantiasa mencurahkan kasih sayang, doa yang tidak pernah putus, pengorbanan tanpa batas, serta dukungan moral maupun materi. Setiap lembar skripsi ini adalah bukti perjuangan kalian yang tidak pernah lelah mendidik dan membimbing saya. Terima Kasih karena tidak pernah menuntut saya dan mencukupkan diri saya sebagai anak.

Keluarga Besar H. Kurnain Sanusi

Terima kasih atas doa-doa tulus yang selalu mengalir, perhatian yang luar biasa, serta kehangatan yang selalu menjadi penyemangat di kala lelah. Menjadi bagian dari keluarga yang saling mendukung ini adalah anugerah terbesar, dan skripsi ini adalah persembahan kecil atas kebersamaan dan cinta yang selalu kalian berikan.

Terkhusus H. Suryadi Kurnain dan Ibu Wardaniah Kurnain yang telah menjadi jembatan bagi impian-impian saya. Terima kasih yang tak terhingga atas segala pengorbanan, kebaikan hati, serta kepercayaan yang begitu besar untuk membiayai seluruh perjalanan kuliah saya hingga selesai. Serta adik saya Rafa

Ibrahim

Bapak Dr. H. Haris Faulidi Asnawi. Lc., M.S.I dan Ibu Hj. Rohana Faridah, MM

Rasa hormat dan terima kasih yang tak terhingga saya haturkan kepada dosen pembimbing saya. Terima kasih atas segala waktu, kesabaran, petuah bijak, dan ilmu berharga yang telah diberikan selama mengarahkan saya menyelesaikan skripsi ini. Semoga segala kebaikan serta dedikasi Bapak dan Ibu senantiasa menjadi berkah dan dibalas dengan pahala yang melimpah.

Sahabat dan Teman-Teman Tercinta

Maharani, Alya, Fatimah Az-Zahra dan Muhammad Farid Muzakki. Keluarga *Qubetu* (Alda, Zila, Nida, Shofa, Bella, Mia dan Nadya), Seluruh rekanan Staff yang dipecat, Bittersweet by Asep. Sahabat revisian saya siang dan malam, Nida Salsabila. Terima kasih telah menjadi pendengar setia, tempat berbagi keluh kesah, dan *support system* yang luar biasa hingga skripsi ini selesai. Perjuangan ini terasa jauh lebih ringan dan berwarna karena kehadiran kalian semua.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT karena atas berkat, rahmat, serta karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam selalu kita haturkan kepada panutan Nabi Besar Muhammad SAW, keluarga, sahabat, dan para pengikut beliau hingga akhir zaman. Lepas dari khilaf dan segala kekurangan, penulis merasa sangat bersyukur telah menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Strategi Event Marketing Bank Syariah Indonesia dalam Meningkatkan Pengguna Aplikasi Byond (Studi Kasus ByondFest Banjarmasin)”** sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar strata satu Sarjana Ekonomi, pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.

Penulis menyadari sepenuhnya telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga, dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Dr. Zaki Mubarak, S.E., M.Si, M.Fin. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.

2. Bapak Faqih El Wafa, SHI, MSI. selaku Ketua program studi Perbankan Syariah dan Ibu Ilma Mahdiya, M.E. selaku Sekretaris Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.
3. Bapak Dr. H. Haris Faulidi Asnawi, Lc., M.SI dan Ibu Hj. Rohana Faridah, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan koreksi dan pengarahan dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
5. Bapak dan Ibu Tenaga Kependidikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.

Semoga Allah SWT membalas segala bentuk kebaikan untuk kita semua. Akhir kata penulis mengharapkan ampunan dan ridha Allah swt, semoga karya tulis ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak dan menambah ilmu pengetahuan *Aamiin Ya Rabbal 'Alamin*.

Banjarmasin, 05 Juni 2026

Penulis

Alfisah

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata Arab ke dalam huruf Latin dalam skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Tanggal 22 Januari 1988 Nomor 157/1987 dan 0593/1987.

I. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Sa'	S	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	Ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ẓa	Ẓ	zet (dengan titik diatas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Ṣad	Ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	Ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	Ṭ	te (dengan titik di bawah)

ظ	Za	Z	zet (dengan titik di bawah)
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	Waw	W	We
هـ	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

II. Konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap

متكبر	Ditulis	<i>mutakabbir</i>
القدوس	Ditulis	<i>Al-qudūs</i>

III. Ta'marbutah di akhir kata

a) Bila dimatikan ditulis h

جامعة	Ditulis	<i>Jāmi'ah</i>
مكتبة	Ditulis	<i>maktabah</i>

(ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti salat, zakat, dan sebagainya kecuali apabila dikehendaki lafal aslinya).

b) Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan kedua itu terpisah maka ditulis dengan h.

المكتبة الجميلة	Ditulis	<i>Al-maktabah al-jamilah</i>
-----------------	---------	-------------------------------

IV. Vokal Pendek

اَ	Fathah	Ditulis	<i>A</i>
اِ	Kasrah	Ditulis	<i>I</i>
اُ	Dammah	Ditulis	<i>u</i>
شكر	Fathah	Ditulis	Syakara
قرأ	Kasrah	Ditulis	Quri'a
ينطق	Dammah	Ditulis	yantiqu

V. Vokal Panjang

1.	Fathah + alif كاملة	Ditulis	Ā kāmilah
2.	Fathah + ya'mati صلى	Ditulis	ā ṣallā
3.	Kasrah + ya'mati شديد	Ditulis	ī syadīd
4.	Dammah + wawu mati صدور	Ditulis	ū ṣudūr

VI. Vokal Rangkap

1.	Fathah + ya'mati رويد	Ditulis	ai ruwaidun
2.	Fathah + wawu mati وقرعون ذبا الأوتاد	Ditulis	Au wa fir'auna zi al- autād

VII. Vokal Pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أأنتم أشد خلقا	Ditulis	<i>a'antum asyaddu khalqan</i>
----------------	---------	--------------------------------

VIII. Kata sandang alif + lam

a) Bila diikuti huruf Qomariyyah

القرآن	Ditulis	<i>al-Qur‘ān</i>
الكتاب	Ditulis	<i>al-kitāb</i>

b) Bila diikuti huruf Syamsiyyah ditulis dengan diidgamkan

الصبح	Ditulis	<i>aṣ- ṣubḥu</i>
الساورة	Ditulis	<i>as-Sāhirah</i>

IX. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dengan menulis

penulisannya

بروالدين	Ditulis	<i>Birru al-wālidaini</i>
إذاالشمس	Ditulis	<i>Iḏa asy-syamsu</i>

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	ii
PENETAPAN BEBAS PLAGIASI	iii
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iv
PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN.....	ix
KATA PENGANTAR.....	xi
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xvii
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Signifikansi Penelitian	12
E. Definisi Operasional.....	12
F. Sistematika Penulisan	15
BAB II STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN <i>EVENT MARKETING</i> DAN MANAJEMEN ACARA	17
A. Konsep Dasar Strategi Pemasaran dan Komunikasi	17
B. <i>Event Marketing</i> Sebagai Strategi Komunikasi	21
C. Teori 5 Tahapan Manajemen Acara.....	28
D. Kajian Penelitian Terdahulu	30
E. Kerangka Pikir	33
BAB III METODE PENELITIAN	36
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	36

B. Lokasi Penelitian.....	36
C. Subjek dan Objek Penelitian	37
D. Data dan Sumber Data	38
E. Metode Pengumpulan Data.....	39
F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	40
G. Tahapan Penelitian	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	43
A. Hasil	43
B. Pembahasan.....	77
BAB V PENUTUP	99
A. Kesimpulan	99
B. Saran.....	100
DAFTAR PUSTAKA.....	102
LAMPIRAN-LAMPIRAN	105

DAFTAR TABEL

Tabel 5. 1 Kriteria Informan	52
---	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Persentase Pangsa Pasar Aset Bank-Bank Syariah di Indonesia.....	6
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	33
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi BSI RO IX Kalimantan.....	46
Gambar 4. 2 Struktur Kepanitiaan ByondFest Banjarmasin	51