

ABSTRAK

Skripsi dengan judul **“Strategi Bersaing dalam Pemasaran Produk Tabungan Haji di Era Pandemi Covid-19 Ditinjau dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus pada Bank Syariah Indonesia Ex Bank Bri Syariah Kantor Cabang Tulungagung)”** ini ditulis oleh Leni Hermawati NIM. 12401173136, Pembimbing: Dr. Zulfatun Ni'mah, SHI, M. Hum.

Pandemi covid-19 berpengaruh pada pemasaran produk tabungan haji pada Bank Syariah Indonesia Ex BRI Syariah Kantor Cabang Tulungagung sehingga diperlukan strategi bersaing dalam memasarkan produk tersebut. Maka diperlukan tinjauan dari etika bisnis Islam sebagai pedoman untuk menjalankan bisnis yang sesuai dengan ajaran agama Islam.

Rumusan penelitian ini adalah (1) Bagaimana strategi bersaing yang digunakan Bank Syariah Indonesia ex Bank BRI Syariah Kantor Cabang Tulungagung dalam memasarkan produk tabungan haji di era pandemi covid-19. (2) Bagaimana strategi bersaing yang digunakan Bank Syariah Indonesia ex Bank BRI Syariah Kantor Cabang Tulungagung dalam memasarkan produk tabungan haji di era pandemi covid-19 ditinjau dari etika bisnis Islam. Tujuan penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui strategi bersaing yang digunakan digunakan Bank Syariah Indonesia ex Bank BRI Syariah Kantor Cabang Tulungagung dalam memasarkan produk tabungan haji di era pandemi covid-19. (2) Untuk mengetahui strategi bersaing yang digunakan Bank Syariah Indonesia ex Bank BRI Syariah Kantor Cabang Tulungagung dalam memasarkan produk tabungan haji di era pandemi covid-19 ditinjau dari etika bisnis Islam.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus (*case study*). Pengumpulan data melalui wawancara (*interview*) dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan tahap reduksi data, tahap penyajian data, dan verifikasi data, serta pengesahan keabsahan temuan menggunakan triangulasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Strategi bersaing yang digunakan Bank Syariah Indonesia ex Bank BRI Syariah Kantor Cabang Tulungagung dalam memasarkan produk tabungan haji di era pandemi covid-19 yaitu mengetahui adanya pesaing yang berasal dari lembaga lainnya yang mempunyai produk sejenis, meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah, mempertahankan loyalitas nasabah, dan mengembangkan promosi produk tabungan haji. 2) Strategi bersaing yang digunakan Bank Syariah Indonesia ex Bank BRI Syariah Kantor Cabang Tulungagung dalam memasarkan produk tabungan haji di era pandemi covid-19 ditinjau dari etika bisnis Islam dapat dikatakan sesuai dengan etika bisnis Islam karena berlandaskan dengan kode etik dalam bisnis Islam antara lain kejujuran dan kebenaran, bertanggung jawab, mengembangkan amanah.

Kata kunci: strategi bersaing, pemasaran produk, tabungan haji, etika bisnis Islam

ABSTRACT

Thesis with title “Strategy Compete in Marketing Hajj Savings Products in the Covid-19 Pandemic Era in Review from Ethics Islamic Business (Study Case at Bank Syariah Indonesia Ex Bank Bri Sharia Branch Office Tulungagung)” this written by Leni Hermawati NIM. 12401173136, Supervisor : Dr. Zulfatun Ni'mah , SHI, M. Hum.

Covid-19 pandemic has an effect on marketing product Hajj savings at Bank Syariah Indonesia Ex BRI Syariah Branch Office Tulungagung so that required strategy compete in promote product that. So required review from ethics Islamic business as guidelines for operate suitable bussines with Islamic religious teachings.

Formulas study this is (1) How strategy used by Indonesian Sharia Banks ex Bank BRI Syariah Branch Offices Tulungagung in promote product Hajj savings in the era of the covid-19 pandemic. (2) How strategy used by Indonesian Sharia Banks ex Bank BRI Syariah Branch Offices Tulungagung in promote product Hajj savings in the era of the covid-19 pandemic reviewed from ethics Islamic business. Destination study this is (1) For knowing strategy competing used by Bank Syariah Indonesia ex Bank BRI Syariah Branch Office Tulungagung in promote product Hajj savings in the era of the covid-19 pandemic. (2) For knowing strategy competition used by Islamic Banks Indonesia ex Bank BRI Syariah Branch Office Tulungagung in promote product Hajj savings in the era of the covid-19 pandemic reviewed from ethics Islamic business.

Study this use approach qualitative with type study studies case (case study). Data collection through interview (interview) and documentation. Technique data analysis using Step data reduction, step data presentation, and data verification, as well as endorsement validity findings use triangulation .

Results study show that : 1) Strategy used by Indonesian Sharia Banks ex Bank BRI Syariah Branch Offices Tulungagung in promote product Hajj savings in the era of the covid-19 pandemic, namely knowing existence originating competitors from institution others who have product kind, increase quality service to customers, maintain loyalty customers, and develop promotion product Hajj savings. 2) Strategy used by Indonesian Sharia Banks ex Bank BRI Syariah Branch Offices Tulungagung in promote product Hajj savings in the era of the covid-19 pandemic reviewed from ethics Islamic business can said in accordance with ethics Islamic business because based on with code ethics in Islamic business, including honesty and truth, responsibility answer, carry trust.

Keywords : *strategy compete, marketing products, Hajj savings, ethics Islamic business*