



Penulis :
ANDRY RANI PUTRI PRADUITA ASMARA

**Program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu**

Implementasi Etika Pemasaran Bank Syariah Pada Era Digital (Studi BSI KCP Adam Malik Bengkulu)



Editor :
Romi Adetio Setiawan, Ph.D
Yenti Sumarni³, MM

**IMPLEMENTASI ETIKA PEMASARAN BANK SYARIAH
PADA ERA DIGITAL (Studi di BSI KCP Adam Malik
Bengkulu)**



TUGAS AKHIR JURNAL

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi

OLEH:

ANDRY RANI PUTRI PRADUITA ASMARA
NIM. 2111140127

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI
SUKARNO BENGKULU
2025/1447H**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Raden Patah Pagar Dewa Bengkulu
Telepon: (0376) 51276, 51171 Fax: (0376) 51172

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir yang berjudul "Implementasi Etika Pemasaran
Bank Syariah Pada Era Digital (Studi BSI KCP Adam Malik
Bengkulu)"

yang disusun oleh :

Nama : Andry Rani Putri Praduita Asmara

Nim : 2111140127

Prodi : Perbankan Syariah

Bentuk Tugas Akhir : Jurnal

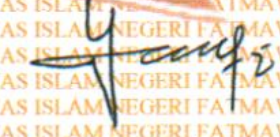
Sudah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran tim
Pembimbing. Oleh karena itu Tugas Akhir ini disetujui dan layak
untuk diujikan dalam sidang *Munaqasyah* Tugas Akhir pada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri
Fatmawati Sukarno Bengkulu.

Bengkulu, 21 Agustus 2025M
21 Safar 1447H

Pembimbing I

Pembimbing II


Romi Adetio Setiawan, Ph.D


Yenti Sumarni, MM

NIP. 198312172014031001

NIP. 197904162007012020

Mengetahui

Ketua Jurusan Ekonomi Islam


Yenti Sumarni, M.M

NIP. 197904162007012020



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
Jalan Raden Patih Pazar Dewa Bengkulu
Telepon: (0576) 511276 - 511171 Fax: (0756) 511171

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir yang berjudul "Implementasi Etika Pemasaran Bank Syariah Pada Era Digital (Studi BSI KCP Adam Malik Bengkulu)" yang disusun oleh:

Nama : Andry Rani Putri Praduita Asmara

Nim : 2111140107

Program Studi : Perbankan Syariah

Bentuk Tugas Akhir : Jurnal

Telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu Pada Hari :

Kamis

Tanggal : 04 September 2025

Dinyatakan LULUS. Telah diperbaiki, dapat diterima, dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana dalam bidang Perbankan Syariah dan diberi gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Bengkulu, 10 September 2025M

10 Rabi'ul Awwal 1447 H

Tim Sidang Munaqosyah

Ketua

Sekretaris

Dr. Nurul Hak, MA

Katra Pramadeka, MEI

NIP. 196606161995031002

NIP. 198807252020121003

Penguji 1

Penguji 2

Dr. Nurul Hak, MA

Badaruddin Nurhab, MM

NIP. 196606161995031002

NIP. 198508072015031005

Mengetahui,

Dekan

Prof. Dr. Supardi, M.Ag

NIP. 196504101993031007



SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan

1. Karya tulis, Jurnal dengan judul **"Implementasi Etika Pemasaran Bank Syariah Pada Era Digital (Studi BSI KCP Adam Malik Bengkulu)"**.
2. Adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu maupun diperguruan tinggi lainnya.
3. Jurnal ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing.
4. Di dalam buku ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan pada daftar pustaka.

Pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, serta sanksi lainnya sesuai norma dan ketentuan yang berlaku.

Ronokulu 21 Agustus 2025


Andry Nani Putri PA
NIM 2111140127

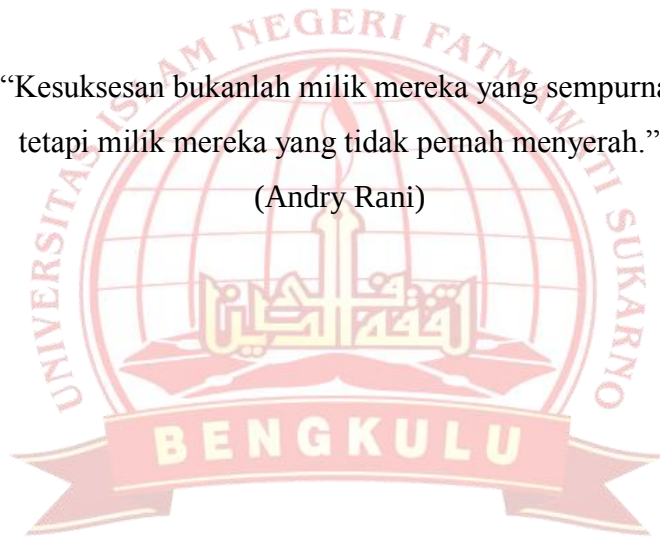
MOTTO

"Janganlah kamu mengira diam itu lemah.
Sering kali diam adalah bentuk kekuatan dan keteguhan hati."

(Ali bin Abi Thalib)

"Kesuksesan bukanlah milik mereka yang sempurna,
tetapi milik mereka yang tidak pernah menyerah."

(Andry Rani)



PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini ku persembahkan kepada:

1. Kedua Orang tuaku yang paling berharga dan berjasa dalam hidupku yakni Ayahku (Asmara Hadi,S.P) dan Ibuku (Suimini) tercinta dan tidak henti-hentinya memberikan kasih sayang dengan penuh cinta dan selalu memberikan motivasi dan semangat. Terimakasih selalu berjuang untuk kehidupan saya, Terimakasih untuk semuanya berkat do'a dan dukungan Ayah dan Ibu saya bisa berada dititik ini. Semoga ini menjadi satu hal yang bisa membuat kalian tersenyum bangga dengan anakmu Andry Rani Putri Praduita Asmara. Terimakasih sudah membuatku kuat untuk menjalani setiap proses dalam hidupku.
2. Teruntuk Saudara Laki-Laki penulis Andre Putra Asmara dan Ayuk Ipar Novet Anggraini. Terima kasih atas semua dukungan dan motifasi kalian sehingga penulis bisa menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Untuk bapak Romi Adetio Setiawan,Ph.D selaku pembimbing I dan Yenti Sumarni,MM selaku dosen pembimbing II. Terimakasih sudah memberikan bantuan

tenaga, waktu dan pikiran untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini hingga akhir.

4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu yang telah mengajar dan membimbing serta memberikan berbagai ilmunya dengan penuh keikhlasan.
5. Teruntuk sahabat di perkuliahan Intan Febriyanti, Vionna Ermeitha dan Kirana Widya Anggraini. Terimakasih selalu ada di samping penulis selama menyelesaikan tugas akhir ini, yang selalu mendukung dan memberikan support kepada penulis. Sehingga penulis bisa menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Teruntuk teman-teman kelas D angkatan 2021 yang tidak bisa penulis sebutkan satu-satu, terimakasih sudah menemani penulis selama masa perkuliahan ini.

ABSTRAK

Implementasi Etika Pemasaran Bank Syariah pada Era Digital
(Studi di BSI KCP Adam Malik Bengkulu)
Oleh: Andry Rani Putri Praduita Asmara
NIM. 2111140127

Penelitian ini mengkaji relevansi etika pemasaran perbankan Islam di era pemasaran digital, mengeksplorasi tantangan dan peluang terkait dalam implementasinya. Dengan menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, data dikumpulkan melalui tinjauan pustaka dan observasi lapangan yang dilakukan di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Adam Malik Bengkulu. Temuan penelitian ini mengungkapkan bahwa nilai-nilai etika Islam seperti kejujuran (*sidq*), kepercayaan (*amanah*), dan keadilan (*‘adl*) tidak hanya mempertahankan relevansinya tetapi juga berfungsi sebagai pembeda strategis dalam mengatasi tantangan pemasaran digital, termasuk pelanggaran privasi data dan iklan yang menipu. Penelitian ini menyoroti bahwa integrasi prinsip-prinsip Islam yang konsisten ke dalam strategi pemasaran digital dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Implikasi praktis menunjukkan bahwa bank Islam harus mengembangkan kebijakan pemasaran digital yang sesuai dengan Syariah dan membangun mekanisme pengawasan etika untuk memastikan transparansi dan integritas promosi.

Kata kunci: Etika Pemasaran, Bank Syariah, Marketing Digital, Relevansi Etika, Pemasaran Syariah Digital

ABSTRACT

Implementation of Islamic Bank Marketing Ethics in the Digital Era (Study at BSI KCP Adam Malik Bengkulu)

By Andry Rani Putri Praduita Asmara

NIM. 2111140127

This study examines the relevance of Islamic banking marketing ethics in the era of digital marketing, exploring the challenges and opportunities associated with its implementation. Using a qualitative research approach, data were collected through a literature review and field observations conducted at Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Adam Malik Bengkulu. The findings of this study reveal that Islamic ethical values—such as honesty (sidq), trustworthiness (amanah), and justice ('adl)—not only maintain their relevance but also serve as strategic differentiators in addressing digital marketing challenges, including data privacy breaches and deceptive advertising. This study highlights that consistent integration of Islamic principles into digital marketing strategies can enhance customer trust and loyalty. Practical implications suggest that Islamic banks should develop Sharia-compliant digital marketing policies and establish ethical oversight mechanisms to ensure transparency and integrity of promotions.

Keywords: *Marketing Ethics, Islamic Banks, Digital Marketing, Ethical Relevance, Digital Sharia Marketing*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakaatuh.

Puji dan syukur ke hadirat Allah SWT atas segala nikmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Implementasi Etika Pemasaran Bank Syariah pada Era Digital (Studi di BSI KCP Adam Malik Bengkulu)“. Shalawat dan salam untuk Nabi besar Muhammad SAW, yang telah berjuang untuk menyampaikan ajaran Islam sehingga umat Islam mendapatkan petunjuk ke jalan yang lurus baik di dunia maupun akhirat.

Penyusunan Tugas Akhir ini bertujuan untuk memahami tentang Implementasi Etika Pemasaran Bank Syariah pada Era Digital (Studi di BSI KCP Adam Malik Bengkulu) dan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak. Dengan demikian penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Zulkarnain, M.Pd. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.
2. Prof. Dr, H. Supardi, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu

3. Yenti Sumarni, MM. Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.
4. Katra Pramadeka, M.EI. Koordinator Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.
5. Romi Adetio Setiawan, Ph.D selaku Pembimbing I, yang telah memberikan bimbingan, motivasi, semangat, dan arahan dengan penuh kesabaran.
6. Yenti Sumarni, MM selaku Pembimbing II, yang telah memberikan bimbingan, motivasi, semangat, dan arahan dengan penuh kesabaran.
7. Kedua orang tua penulis yang selalu mendoakan memberikan semangat untuk kesuksesan penulis.
8. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu yang telah mengajar dan membimbing serta memberikan berbagai ilmunya dengan penuh keikhlasan.
9. Staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu yang telah memberikan pelayanan dengan baik dalam hal administrasi.
10. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Dalam penyusunan Jurnal ini penulis menyadari masih banyak kelemahan dan kekurangan dari berbagai sisi. Oleh karena itu, penulis mohon maaf dan mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan penulis ke depan.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullah Wabarakaatuh.

Bengkulu, 2025 M/1447 H

Penulis



Andry Rani Putri Praduita Asmara
Nim. 2111140127

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian.....	6
E. Penelitian Terdahulu	7
BAB II METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian.....	15
B. Waktu dan tempat penelitian.....	15
C. Informan Penelitian.....	16
D. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	18
E. Teknik Analisis Data.....	23
BAB III KAJIAN TEORI	
A. Etika Pemasaran dalam Perspektif Islam	25
B. Konsep Dasar Pemasaran Bank Syariah	33
C. Digital Marketing dalam Industri Perbankan Syariah.....	34

D. Implementasi Etika Pemasaran Syariah di Era Digital ..	42
---	----

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Implementasi Etika Pemasaran Bank Syariah pada Era Marketing Digital serta Membandingkannya dengan Pemasaran Konvensional.....	46
B. Tantangan dan Peluang dalam implementasi Etika Pemasaran Bank Syariah pada Era Marketing Digital ...	54
C. Implementasi Lapangan: Studi Kasus Bank Syariah Indonesia (BSI) Adam Malik Bengkulu	63

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	93
B. Saran.....	95

DAFTAR PUSTAKA

