

# **PENGARUH STRATEGI PEMASARAN SYARIAH PADA PRODUK INDIHOME DI MASA PEMULIHAN COVID-19 (STUDI KASUS PT. TELKOM DETEL BANJARBARU)**

**Emi Suciati Pertiwi, H Iman Setya Budi, M. Qoshid Al Hadi**

Ekonomi Syariah, 60202 fakultas Study Islam, Universitas Islam Kalimantan (UNISKA)  
Muhammad Arsyad Al-Banjari, 18510077

Ekonomi Syariah, 60202 fakultas Study Islam, Universitas Islam Kalimantan (UNISKA)  
Muhammad Arsyad Al-Banjari, 1127048201

Ekonomi Syariah, 60202 fakultas Study Islam, Universitas Islam Kalimantan (UNISKA)  
Muhammad Arsyad Al-Banjari, 1123039002

E-mail: [suciatiemmy@gmail.com](mailto:suciatiemmy@gmail.com)

## **ABSTRAK**

Kebijakan Pemerintah dalam upaya penanganan pandemi Covid-19 merubah perilaku sosial dan kerja masyarakat dalam hal *social distancing* untuk bekerja, belajar, dan beribadah dari rumah. Internet sangat diperlukan disaat bekerja dan belajar dari rumah. Indihome merupakan perusahaan telekomunikasi Indonesia milik PT. Telekomunikasi Indonesia. Indihome merupakan layanan *Triple Play* yang terdiri dari *Internet on Fiber* atau *High Speed Internet*, Phone (Telepon Rumah), dan IPTV (*UseTV Cable*). Penelitian ini membahas permasalahan bagaimana pengaruh strategi pemasaran terhadap minat beli produk Indihome di masa pemulihan Covid-19 pada PT. Telkom Detel Banjarbaru dan bagaimana pengaruh strategi pemasaran syariah terhadap minat beli produk Indihome di masa pemulihan Covid-19 pada PT. Telkom Detel Banjarbaru. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh strategi pemasaran pada produk Indihome dan bagaimana pengaruh strategi pemasaran Islam pada produk Indihome di masa pemulihan Covid-19 pada PT. Telkom Detel Banjarbaru. Jenis dari penelitian ini yaitu kuantitatif, dengan pengumpulan data menggunakan metode observasi, kuesioner dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini yaitu terdapat pengaruh strategi pemasaran terhadap minat beli produk Indihome di masa pemulihan Covid-19 pada PT. Telkom Detel Banjarbaru sebesar 83,8%, dan terdapat pengaruh strategi pemasaran syariah terhadap minat beli produk Indihome di masa pemulihan Covid-19 pada PT. Telkom Detel Banjarbaru sebesar 80,1%.

**Kata Kunci:** *Strategi Pemasaran Syariah, Indihome, Covid-19, Internet on Fiber*

## **ABSTRACT**

*Government policies in an effort to handle the Covid-19 pandemic have changed the social behavior and work of the community in terms of social distancing to work, study, and worship from home. Internet is very necessary when working and studying from home. Indihome is an Indonesian telecommunications company owned by PT. Indonesian Telecommunications. Indihome is a Triple Play service consisting of Internet on Fiber or High Speed Internet, Phone (landline), and IPTV (UseTV Cable). This study discusses the problem of how the influence of marketing strategy on buying interest in Indihome products during the Covid-19 recovery period at PT. Telkom Detel Banjarbaru and how does the sharia marketing strategy affect the interest in buying Indihome products during the Covid-19 recovery period at PT. Telkom Detel Banjarbaru. The purpose of this research is how the influence of marketing strategies on Indihome products and how the effects of Islamic marketing strategies on Indihome products during the Covid-19 recovery period at PT. Telkom Detel Banjarbaru. The type of this research is quantitative, with data collection using the method of observation, questionnaires and documentation. The results of this study are that there is an influence of marketing strategy on interest in buying Indihome products during the Covid-19 recovery period at PT. Telkom Detel Banjarbaru by 83.8%, and there is an influence of the sharia marketing strategy on the interest in buying Indihome products during the Covid-19 recovery period at PT. Telkom Detel Banjarbaru by 80.1%.*

**Keywords:** *Sharia Marketing Strategy, Indihome, Covid-19, Internet on Fiber*

## DAFTAR PUSTAKA

- Ades Astika.  
2017. Pengaruh Stategi Pemasaran BerbasisSyariah Terhadap Minat Konsumen untuk memb  
eliproduk pada Zoya Palembang. *Skripsi*. UIN Raden Patah Palembang
- Dini, A. P. (2017). *Analisis Strategi Pemasaran Produk Indihome PT. Telkom Akses  
Medan*. Skripsi Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara.
- Kasiram, M. (2009). *Metodologi Penelitian Kualitatif-Kuantitatif*. Malang: UIN Maliki  
Press.
- Nur Akmaliah,  
2020. Pengaruh Strategi pemasaran terhadapminat beli konsumen konveksi kaosta Parepare.  
*Skripsi*.IAIN Parepare