

**ANALISIS PERAN *PERSONAL SELLING*, *PUBLICITY*, DAN
COMPETITIVE ADVANTAGE PRODUCT TERHADAP KEPUTUSAN
PELAKU UMKM DALAM MEMILIH PRODUK PEMBIAYAAN
MUDHARABAH DAN *MUSYARAKAH* DI BANK
BRI SYARIAH GODEAN**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Syariah (S.E) Strata Satu pada Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Oleh:

Bimantara Raharja

NIM : 20150730137

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2018**

NOTA DINAS

Lamp : 4 eks. Skripsi

Yogyakarta, Desember 2018

Hal : Persetujuan

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr.wb

Setelah menerima dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka saya berpendapat bahwa skripsi saudara :

Nama : **Bimantara Raharja**

NIM : **20150730137**

Judul : **ANALISIS PERAN *PERSONAL SELLING, PUBLICITY, DAN COMPETITIVE ADVANTAGE PRODUCT* TERHADAP KEPUTUSAN PELAKU UMKM DALAM MEMILIH PRODUK PEMBIAYAAN *MUDHARABAH* DAN *MUSYARAKAH* DI BANK BRI SYARIAH GODEAN**

Telah memenuhi syarat untuk diajukan pada ujian akhir tingkat sarjana pada Fakultas Agama Islam Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Bersama ini saya sampaikan naskah skripsi tersebut, dengan harapan dapat diterima dan segera dimunaqasyahkan.

Atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum wr.wb

Dosen Pembimbing



Aqidah Asri Suwarsi, S.E.I., M.E.I

PENGESAHAN

Judul Skripsi

**ANALISIS PERAN *PERSONAL SELLING*, *PUBLICITY*, DAN *COMPETITIVE
ADVANTAGE PRODUCT* TERHADAP KEPUTUSAN PELAKU UMKM
DALAM MEMILIH PRODUK PEMBIAYAAN *MUDHARABAH* DAN
MUSYARAKAH DI BANK BRI SYARIAH GODEAN**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : **Bimantara Raharja**

NIM : **20150730137**

Telah dimunaqasyahkan di depan Sidang Munaqasyah Program Studi Ekonomi Syariah pada tanggal ... Desember 2018 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima.

Sidang Dewan Munaqasyah Skripsi

Ketua Sidang : Satria Utama, S.E.I., M.E.I

Pembimbing : Aqidah Asri Suwarsi, S.E.I., M.E.I

Penguji : Syah Amelia Manggala Putri, S.E.I., M.E.I

Yogyakarta, ... Desember 2018

Fakultas Agama Islam

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Dekan,

Dr. Akif Khilmiyah, M.Ag.

NIK. 19680212199202113016

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **Bimantara Raharja**

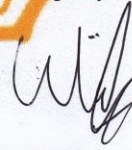
NIM : **20150730137**

Judul : **ANALISIS PERAN *PERSONAL SELLING*, *PUBLICITY*, DAN *COMPETITIVE ADVANTAGE PRODUCT* TERHADAP KEPUTUSAN PELAKU UMKM DALAM MEMILIH PRODUK PEMBIAYAAN *MUDHARABAH* DAN *MUSYARAKAH* DI BANK BRI SYARIAH GODEAN**

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya saya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kejarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta,.. Desember 2018

Yang membuat pernyataan



Bimantara Raharja

MOTTO

“Dia yan pergi untuk mencari ilmu pengetahuan, dianggap sedang berjuang di jalan Allah sampai dia kembali”

(HR. TIRMIDZI)

“Life is like riding bicycle. To keep your balance, you must keep moving”

(Albert Einstein)

In all conditions you must always have plan B

(Bimantara Raharja)

“You must be able to hide in an open field to reach your destination”

(Bimantara Raharja)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil'alamiin

Tiada yang lebih keren dan hebat dari seseorang yang berani menantang apa yang dia
takutkan dan khawatirkan dengan satu harapan yang selalu ada dihatinya
Kemudian terus menjelajahi hal-hal yang diluar nalar dengan banyaknya jalan terjal untuk
meraih mimpi-mimpinya

Ia akan selalu berjuang untuk mewujudkan harapannya yang besar dengan bantuan sinar
terang yang selalu didapatnya dari do'a seorang Ibu dan Ayah

Dan sat ini....

Separuh perjalanan telah ku capai

Tetapi semua perjuangan dan perjalananku tidak akan selurus ini jika tidak ada serangkaian
doa yang selalu dipanjatkan oleh Ibu saya Siti Nur Hidayati dan Ayah saya Suyud Raharja

Mereka yang selalu memanjatkan doa tanpa henti dan memberi dukungan tanpa lelah

Terimakasih untuk Ibu dan Ayah, berkat ketulusan cinta dan kasih sayang kalian aku bisa
berjalan sampai titik ini

Bahagiaku adalah ketika melihat kalian bisa tersenyum bahagia karena aku

Kini ku persembahkan hasil karyaku ini hanya untuk kalian Ibu dan Ayah.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr.wb

Alhamdulillah, segala puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan nikmat dan karunia-Nya yang tiada henti Allah limpahkan kepada kita. Shalawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW sebagai suri tauladan, sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini sebagai tugas akhir dan syarat untuk mendapatkan Gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada prodi Ekonomi Syariah di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dengan judul **“Analisis Peran *Personal Selling, Publicity, Competitive Advantage Product* Terhadap Keputusan Pelaku Umkm Dalam Memilih Produk Pembiayaan *Mudharabah Dan Musyarakah* Di Bank Bri Syariah Godean”**

Peneliti menyadari bahwa terselesaikannya penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari doa, dukungan, bimbingan, bantuan dan saran dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis hendak mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Gunawan Budiyanto, M.P Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Dr. Akif Khilmiyah, M.Ag Selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Dr. Maesyaroh, M.A Selaku Ketua Prodi Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Ibu Aqidah Asri Suwarsi Selaku Dosen Pembimbing Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan ilmu, saran dan dukungan serta bimbingan selama proses penyusunan skripsi ini berlangsung.
5. Seluruh Dosen dan Staf Prodi Ekonomi Syariah yang telah memberikan bantuan, ilmu, saran, motivasi dan keteladanan kepada peneliti.
6. Ibu Bunga Selaku *Marketing* dari pihak Bank BRI Syariah yang sudah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan informasi dalam pemenuhan penelitian skripsi ini.

7. Ibu Kiki Zakiah Selaku *Head Consumer Marketing* Bank Syariah Mandiri yang sudah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan informasi dalam pemenuhan penelitian skripsi ini.
8. Para Pelaku UMKM atau pelaku usaha yang sudah meluangkan waktunya untuk memberikan informasi yang dibutuhkan dalam pemenuhan penelitian skripsi ini.
9. Kepada kedua orang tua saya, Ibu dan Bapak. Kakak saya Mbak Alfi dan kepada adik saya Chiko yang saya cintai yang ada di Pacitan beserta keluarga besar yang ada di Klaten dan Samarinda terkhusus Pakde Wiyanto, Pakde Pur, dan Pakde Tri yang selalu memberikan doa beserta dukungan yang tiada henti kepada peneliti.
10. Kepada sahabat seperjuangan saya Hans Ranggi Gemilang, Kiki Astiani, Nur Aini Fadzillah, Ilham Yosi Ferdinan, Maulana Riski Nugroho, Muhammad Yudha Prakosa, Mas'ad Adi Candra, Dicky Imawan, Aldinola Bagas Prokoso, Muh. Latif Arifin, Rifqi Akmal Mutahar, Arga Bayu, Budi Sulistomo, Intan Meilinda, Zenza Chessara, Shellyta, Indah Yulia, Nunung Indra dan sahabat lain yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang selalu memberikan semangat dan wejangan kepada peneliti.
11. Kepada teman-teman KKN Tematik 173. Azis, Novi, Herlian, Arlia, Audia, Ayumi, Allen, Uzi, dan Intan yang selalu memberikan dukungan kepada peneliti.
12. Kepada teman-teman tim Futsal saya Gilang, Amrin, Yugi, Rizky, Kukuh, Haidar, Maul, Zainal, Hanan dan Firdaus yang selalu memberikan semangat lebih kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.
13. Tidak lupa juga kepada sahabat-sahabat saya yang ada di Pacitan Bahij Zufar Zain, Danesia Raka, Rangga Haryo, Fadhilah Pandu yang tiada henti selalu mendoakan, memberi bantuan dan dukungan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
14. Kepada segenap keluarga EPI 2015 terkhusus EPI D 2015 yang selalu mendukung dan saling mendoakan satu sama lain.
15. Teman-teman dan sahabat yang ada di Yogyakarta dan di Pacitan yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang selalu memberikan doa, semangat, pinjaman, dan bantuan lainnya selama ini.

Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kemampuan. Oleh karena itu, kritik yang membangun dan saran sangat peneliti butuhkan dan harapkan untuk perbaikan di masa yang akan datang dan peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Wassalamualaikum wr wb

Yogyakarta, 02 Mei 2018
Peneliti

Bimantara Raharja

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPUL	ii
HALAMAN NOTA DINAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
INTISARI	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Kegunaan Penelitian	
1. Bagi Teoritis	9
2. Bagi Praktis	9
BAB II LANDASAN TEORI DAN TINJAUAN PUSTAKA	
A. Penelitian Terdahulu	11
B. Landasan Teori	19
1. Pengertian <i>Marketing Syariah</i>	19
a. Konsep <i>Marketing Syariah</i>	20
b. Karakteristik <i>Marketing Syariah</i>	22
2. Pengertian <i>Personal Selling</i>	23
a. Fungsi <i>Personal Selling</i>	24
b. Tujuan <i>Personal Selling</i>	25
c. Sifat-sifat <i>Personal Selling</i>	26
d. Bentuk-bentuk <i>Personal Selling</i>	26

3. Pengertian <i>Competitive Advantage Product</i>	27
a. Tujuan <i>Competitive Advantage Product</i>	29
4. Pengertian <i>Publicity</i>	30
a. Tujuan <i>Publicity</i>	31
b. Fungsi <i>Publicity</i>	31
5. Pengertian Keputusan	33
6. Pengertian UMKM	34
a. Ciri-ciri UMKM	35
b. Klasifikasi UMKM	35
7. Pengertian Produk Pembiayaan	36
8. Pengertian Produk Pembiayaan Mudharabah	37
9. Pengertian Produk Pembiayaan Musyarakah	38

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis penelitian	40
B. Obyek dan Subyek Penelitian	40
C. Teknik Pengumpulan data	40
1. Wawancara	41
2. Observasi	41
3. Dokumentasi	42
D. Teknik Penentuan Sampel	42
E. Jenis Data	42
1. Data Primer.....	42
2. Data Sekunder.....	43
F. Teknik Keabsahan Data	43
1. Uji <i>Credibility</i>	43
2. Uji <i>Transferability</i>	44
3. Uji <i>Dependability</i>	44
4. Uji <i>Confirmability</i>	45
G. Analisis Data	45

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Tempat Penelitian	47
B. Deskripsi Data	49
C. Strategi Bank Bri Syariah dalam Menarik Minat Masyarakat	49

D. Peran <i>Personal Selling</i> Terhadap Keputusan Pelaku UMKM	51
E. Peran <i>Publicity</i> Terhadap Keputusan Pelaku UMKM	55
F. Peran <i>Competitive Advantage Product</i> Terhadap Keputusan Pelaku UMKM/Nasabah	60
G. <i>Personal Selling</i> Sebagai Acuan Bank dalam Mempromosikan Produk..	64
1. Strategi Pihak <i>Marketing</i> dalam Memperkenalkan Produk	65
H. <i>Publicity</i> Sebagai Acuan Pihak Bank dalam Mempromosikan Produk...	68
1. Teknik Pengenalan Pasar Bank Syariah	68
I. <i>Competitive Advantage Product</i> Sebagai Acuan Pihak Bank dalam Mempromosikan Produk	73
1. Strategi Bank Bri Syariah dalam Keunggulan Produk Bersaing	73
2. Strategi Bank Bri Syariah dalam Mengembangkan Produk	75
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	85
B. Saran	86
C. Rekomendasi	87
D. Keterbatasan Penelitian.....	87
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN-LAMPIRAN	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Teknik Pengumpulan Data	41
Gambar 3.2 Triangulasi Sumber Data (<i>Key Informan</i> Pelaku umkm)	43
Gambar 3.3 Triangulasi Sumber Data (<i>Key Informan Marketing Bank</i>)	44
Gambar 4.1 Faktor-faktor yang mempengaruhi dalam <i>Personal Selling</i>	54
Gambar 4.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi dalam <i>Publicity</i>	58
Gambar 4.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi dalam <i>Competitive Advantage</i> <i>Product</i>	63
Gambar 4.4 Prinsip dalam Strategi <i>Publicity</i>	71
Gambar 4.5 Daur Kehidupan Produk Perbankan Syariah	75

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 : Foto bersama Narasumber

- A. Foto bersama *Marketing* Bank BRI Syariah
- B. Foto bersama Ahli Pemasaran
- C. Foto bersama pelaku usaha/pelaku UMKM

LAMPIRAN 2 : Pedoman Wawancara

LAMPIRAN 3 : Hasil Wawancara

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peran *personal selling*, *publicity*, dan *competitive advantage* terhadap keputusan pelaku umkm dalam memilih produk pembiayaan. Penelitian ini bisa dijadikan sebagai acuan dan tolak ukur bagi setiap bank syariah karena mengandung banyak hal yang bisa membuat dan mengembangkan bank syariah dari segi kualitas dan kuantitasnya. Metode yang digunakan dalam penelitian kali ini yaitu penelitian kualitatif eksploratif yaitu dengan menceritakan suatu keadaan atau fenomena bagaimana penerapan dan peran *personal selling*, *publicity* dan *product advantage* terhadap keputusan pelaku umkm dalam memilih produk pembiayaan dengan dua *key informan* yaitu *marketing* bank Bri Syariah dan pelaku umkm. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi atau membuat pelaku umkm memilih produk pembiayaan modal di bank syariah, yaitu a) *service quality* dari *marketing*, b) pendekatan yang baik dari *marketing*, c) Mampu mengarahkan sesuai dengan kebutuhan, d) Menguasai materi dan prosedur secara detail, e) cara bicara dan tutur bahasa yang baik, f) Rekomendasi dari orang-orang sekitar, g) proses yang cepat dari produk pembiayaan, h) memiliki prosedur yang tidak rumit, i) pencairan dana yang cepat.

Kata kunci: *Personal selling, publicity, competitive advantage, pelaku umkm*

ABSTRACT

This research aims at finding out the roles of personal selling, publicity, and competitive advantage towards the decision of medium, small and micro scale business in selecting financing product. It could be a reference and bench mark for every sharia bank because it contains many things that could make and develop sharia bank from the quality and quantity aspects. The method used in in this research was qualitative explorative research i.e. by telling a situation or phenomenon of how the implementation and roles of personal selling, publicity, and product advantage are, towards the decision of medium, small, and micro scale business in selecting the financing product with two key informants, i.e. the marketing of BRI Sharia Bank and the medium, small, and micro scale business. The result of the research shows that there are some factors that influence or make the medium, small and micro scale business select the product of capital financing in sharia bank, i.e. a) service quality of the marketing, b) good approach of the marketing, c) to be able to direct as the needs, d) mastering the material and procedure in detail, e) good speaking ability and language, f). recommendation of the people in the surroundings, g) fast process of the financing product, h) having procedure which is not complicated, i) fast disbursement of the fund.

Keywords: Personal selling, publicity, competitive advantage, medium, small, and medium scale business