

**EFEKTIVITAS *PERSONAL SELLING* SEBAGAI STRATEGI
MARKETING FUNDING DALAM PENGHIMPUNAN DANA
PIHAK KETIGA PADA USPP - SYARIAH BMT NU
SIDAYU GRESIK**

SKRIPSI

Oleh
SILVIA ROSYDATUL A'IMA
NIM : G94219188



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA**

2023

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya, Silvia Rosydatul A'ima, G94219188, menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (*plagiarism*) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan referensi dengan disebutkan nama penulis dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik yang berlaku berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 1 Juni 2023



Silvia Rosydatul A'ima
NIM. G94219188

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

**Skripsi yang ditulis oleh Silvia Rosydatul A'ima dengan NIM G94219188
ini telah diperiksa dan disetujui untuk
dimunafqosahkan**

Surabaya, 15 Juni 2023

Dosen Pembimbing



Dr. Imroatul Azizah, M.Ag

NIP.197308112005012003

LEMBAR PENGESAHAN

EFEKTIVITAS *PERSONAL SELLING* SEBAGAI STRATEGI *MARKETING FUNDING* DALAM PENGHIMPUNAN DANA PIHAK KETIGA PADA USPP-SYARIAH BMT NU SIDAYU GRESIK

Oleh
Silvia Rosydatul A'ima
NIM: G94219188

Telah dipertahankan di depan dewan penguji pada
tanggal 3 Juli 2023 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Susunan Dewan Penguji:

1. Dr. Imroatul Azizah, M.Ag
NIP.197308112005012003
(Penguji 1)
2. Dr.Andriani Syamsuri, S.Sos, MM.
NIP.197608022009122002
(Penguji 2)
3. Dr. Bakhrul Huda, Lc., M.E.I
NIP.198509042019031005
(Penguji 3)
4. Muhammad Iqbal Surya Pratikto,
S.Pd., M.SEI
NIP.1991103162019031013
(Penguji 4)

Tanda Tangan:

.....
.....
.....
.....

3 Juli 2023



Dr. Surajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I
NIP. 197005142000031



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Silvia Rosydatul A'ima
NIM : G94219188
Fakultas/Jurusan : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah
E-mail address : silviarsy131@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :
 Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

EFEKTIVITAS PERSONAL SELLING SEBAGAI STRATEGI MARKETING FUNDING
DALAM PENGHIMPUNAN DANA PIHAK KETIGA PADA USPP - SYARIAH BMT
NU SIDAYU GRESIK

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 14 Agustus 2023
Penulis

(Silvia Rosydatul A'ima)

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Efektivitas *Personal Selling* sebagai Strategi *Marketing Funding* dalam Penghimpunan Dana Pihak Ketiga pada USPP - SYARIAH BMT NU Sidayu Gresik”, dilatar belakangi dari pentingnya pengukuran efektivitas pada suatu kegiatan pemasaran sebagai bentuk evaluasi apakah strategi pemasaran yang diterapkan berjalan dengan baik dan berhasil mencapai tujuan perusahaan. Strategi pemasaran pada penelitian ini adalah promosi *personal selling* oleh *marketing funding* BMT NU Sidayu Gresik yang diukur tingkat efektivitasnya dengan mengevaluasi dan menganalisis hasil nyata yang telah diwujudkan melalui *personal selling* dalam memasarkan dan menghimpun DPK.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi *marketing funding personal selling* dalam penghimpunan DPK pada BMT NU Sidayu Gresik serta untuk mengetahui bagaimana efektivitas strategi *personal selling* sebagai strategi *marketing funding* dalam penghimpunan DPK pada BMT NU Sidayu Gresik. Penelitian ini menggunakan penelitian *field research* dengan teknik pengumpulan data berupa observasi partisipan, wawancara serta dokumentasi. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif yang dianalisis dan dibahas untuk menjawab rumusan masalah sehingga menghasilkan suatu kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *personal selling* sebagai strategi *marketing funding* BMT NU Sidayu Gresik dalam penghimpunan DPK dilakukan dengan memprospek calon nasabahnya terlebih dahulu, kegiatan promosinya dilakukan langsung terjun ke lapangan menemui calon nasabah secara rutin dengan sistem *door to door* dan layanan jemput bola. Strategi *marketing funding* dengan *Personal selling* pada BMT NU Sidayu Gresik dikatakan efektif dalam penghimpunan DPK serta berjalan cukup baik dan memenuhi kriteria standar efektif. Pengukuran efektivitasnya dilakukan melalui *bussines outcome* yang menunjukkan pencapaian tujuan dan target perusahaan dengan dibuktikan adanya peningkatan jumlah nasabah DPK.

Penelitian ini memberikan saran dan rekomendasi kepada USPP - SYARIAH BMT NU Sidayu Gresik untuk tetap mempertahankan promosi dengan *personal selling* sebagai *marketing funding* dalam penghimpunan DPK pada BMT NU Sidayu Gresik, serta memaksimalkan kinerja *marketing funding* dan mengoptimalkan seluruh karyawan untuk melakukan kegiatan promosinya dengan mempertimbangkan kritik dan masukan dari anggotanya.

Kata Kunci : *Personal Selling, Marketing funding, DPK*

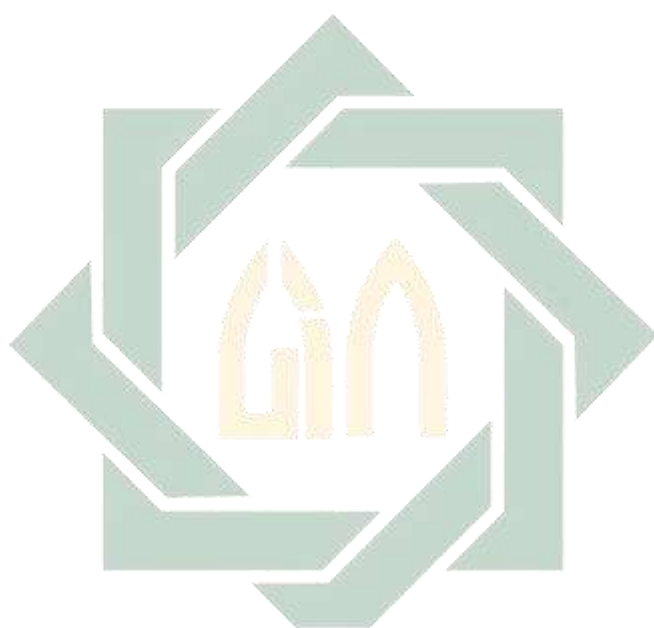
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi dan Batasan Masalah.....	9
1.3 Rumusan Masalah	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	11
1.6 Kontribusi Riset.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Teori Efektivitas	13
2.2 Strategi Personal Selling	18
2.3 Penghimpunan Dana (<i>Funding</i>)	26
2.4 Penelitian Terdahulu	31
2.5 Kerangka Konseptual	35
BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1 Jenis Penelitian	37
3.2 Pendekatan Penelitian	37
3.3 Tempat atau Lokasi Penelitian	38

3.4 Jenis dan Sumber Data	39
3.5 Teknik Pengumpulan Data	40
3.6 Teknik Analisis Data	43
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1 Gambaran Umum USPP - SYARIAH BMT NU Sidayu Gresik	46
4.1.1 Sejarah Pendirian USPP - SYARIAH BMT NU Sidayu Gresik	46
4.1.2 Visi dan Misi USPP - SYARIAH BMT NU Sidayu Gresik.....	48
4.1.3 Struktur Organisasi USPP - SYARIAH BMT NU Sidayu Gresik ..	48
4.1.4 Produk Funding USPP - SYARIAH BMT NU Sidayu Gresik.....	49
4.2 Hasil Penelitian	50
4.2.1 Strategi <i>Personal Selling</i> dalam Menghimpun DPK pada USPP- Syariah BMT NU Sidayu Gresik	50
4.2.2 Efektivitas <i>Personal Selling</i> sebagai Strategi Marketing Funding dalam Penghimpunan DPK pada BMT NU Sidayu Gresik	55
4.3 Pembahasan	64
4.3.1 Strategi <i>Personal Selling</i> dalam Menghimpun DPK pada USPP- Syariah BMT NU Sidayu Gresik	64
4.3.2 Efektivitas <i>Personal Selling</i> sebagai Strategi Marketing Funding dalam Penghimpunan DPK pada BMT NU Sidayu Gresik	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	88
5.1 Kesimpulan.....	88
5.2 Saran	89
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN.....	94

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	31
Tabel 4.3 Data Jumlah Nasabah DPK USPP - SYARIAH BMT NU Sidayu Gresik Tahun 2020 - 2023	56



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

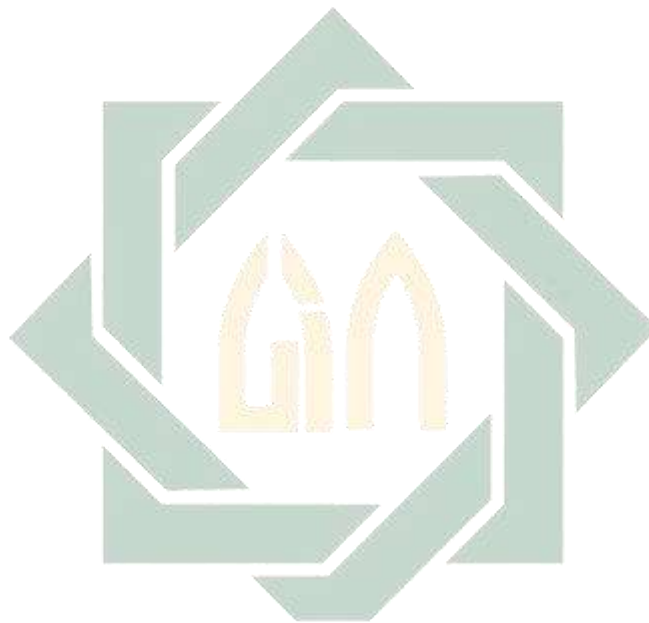
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	36
Gambar 4.1 Struktur Organisasi USPP - SYARIAH BMT NU Sidayu Gresik....	48
Gambar 4.2 Mekanisme Promosi Personal Selling FO BMT NU Sidayu Gresik.	64
Gambar 4.3 Mekanisme Sistem Door to Door FO BMT NU Sidayu Gresik	69
Gambar 4.4 Skema Layanan Jemput Bola FO BMT NU Sidayu Gresik.....	71



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1- Surat Izin Penelitian	94
Lampiran 2- Dokumentasi Penelitian (Survey dan Observasi).....	95
Lampiran 3- Dokumentasi Penelitian (Wawancara bersama Karyawan)	96
Lampiran 4- Dokumentasi Penelitian (Wawancara bersama Nasabah).....	97
Lampiran 5- Dokumentasi Penelitian (Bossur dan Dokumen FO)	97
Lampiran 6- Alat Pengumpul Data (Transkrip Wawancara dan Informan)	98
Lampiran 7- Alat Pengumpul Data (Observasi).....	101
Lampiran 8- Alat Pengumpul Data (Dokumentasi)	101



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Abdi, M.K., & Febriyanti, N. (2020). Penyusunan Strategi Pemasaran Islam dalam Berwirausaha di Sektor Ekonomi Kreatif pada Masa Pandemi COVID-19. *El-Qist : Journal of Islamic Economics and Business*, 10(2), 60-78.
- Alfiyandi & Syarfan, L. O. (2016). Analisis Bauran Promosi (Promotion Mix) Produk Multilinked Syariah Pada Asuransi Panin Dai-Ichi Life Cabang Pekanbaru. *Jurnal Valuta*, 2(1), 54–65.
- Arafat, F. (2020). Eksistensi BMT Sebagai Baitul Maal Wat Tamwil dan Problematika Hukumnya. *El-Qist : Journal of Islamic Economics and Business*, 10(1), 89-104.
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran* (1st ed.). Penerbit Qiara Media.
- Fitriana, O., & Utami, N. (2017). Buku Ajar Strategi Promosi Penjualan. In *FKIP UHAMKA*. FKIP UHAMKA.
- Gunawan, I. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik* (Suryani (ed.); 1st ed.). PT Bumi Aksara.
- Hendrawan, M. A. (2016). Efektivitas Media Center Dalam Memberikan Penanganan Keluhan Di Dinas Komunikasi Dan Informatika Kota Surabaya. *Kebijakan Dan Manajemen Publik*, 4(2), 283–292.
- Huda, N., Putra, P., Novarini, & Mardoni, Y. (2016). Baitul Mal Wa Tamwil: Sebuah Tinjauan Teoretis. In N. L. Nusroh (Ed.), *Amzah* (1st ed., Vol. 8, Issue 5). Amzah.
- Iffatun Ni'mah. (2022). Strategi Personal Selling di BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Mumbulsari Jember. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(03), 3009–3021.
- Jaiz, M. (2014). Dasar - Dasar Periklanan. In *Graha Ilmu* (1st ed.). Graha Ilmu.
- Kartim. (2014). Jumlah Penghimpunan Dana Pihak Ketiga pada Bank - Bank Pemerintah. *Future : Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 1(2), 23–40.
- Kasmir. (2018). *Pemasaran Bank* (Kencana (ed.); V). Kencana.
- Kotler, Philip & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip & Armstrong, Garry. (2014). *Principle of Marketing* (15th ed.). Pearson Education.

- Otoritas Jasa Keuangan. (2021). Statistik Pembiayaan Mikro 2021. In *OJK*. www.ojk.go.id
- Mardani. (2015). *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah Di Indonesia*. Prenadamedia Group.
- Marketing, K., & Syariah, M. I. X. (2017). *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah 72 / Syukur & Syahbudin : Konsep Marketing Mix Syariah*. 5(1), 71–94.
- Muri, Y. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan* (4th ed.). Kencana.
- Muzakir, & Abadi, S. (2022). Efektivitas Publisitas Produk Bank Syariah (Studi Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Ponorogo). *Falahiya : Research Journal of Islamic Banking and Finance*, 1(1), 44–61.
- Novitasari, T. (2019). Peran OJK Dalam Perlindungan Nasabah BMT Ilegal : Studi Kasus Bmt Global Insani. *Humani (Hukum Dan Masyarakat Madani)*, 9(2), 117–131. <https://core.ac.uk/download/pdf/270188813.pdf>
- Nursapia. (2020). *Penelitian Kualitatif* (H. Sazali (ed.); 1st ed.). Wal ashri Publishing. <https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results>
- Permana, S. H., & Adhiem, M. A. (2019). Strategi Pengembangan Baitul Mal Wattamwil Sebagai Sumber Pembiayaan Alternatif Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. *Kajian*, 24(2), 103–112.
- Pratiwi, N. I. (2017). Penggunaan Media Video Call dalam Teknologi Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 1(2), 212.
- Putra, N. dan P. A. (2018). *Kegiatan Usaha Bank Syariah* (Cetakan ke). Kalimedia.
- Rahmaniyah, F. N. dan I. S. (2008). *USPP - SYARIAH Syariah*. PT. Era Intermedia.
- Rahmawati, L., dkk. (2021). Strategi Pemasraan dalam Meningkatkan Nasabah Pada Asuransi Syariah PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumi Puetra Cabang Surabaya. *Jurnal Profit*, 5(2).
- Rahmawati, L & Hidayatin, N. (2014). Kualitas Pelayanan dan Pengaruhnya terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah di BMT UGT Sidogiri Capem Waru. *El-Qist : Journal of Islamic Economics and Business*, 4(1), 763-788.
- Rijali, A. (2018). Analisis Data Kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81.
- Risky, A. (2007). *BMT Fakta dan Prospek Baitul Maal wa Tamwil*. Kreasi

Wacana.

- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kuantitatif Quantitative Research Approach* (Cet. Ke-1). CV. Budi Utama.
- Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran* (Sobirin (ed.); 1st ed., Vol. 3). Sah Media.
- Sanusi, N. H. A. dan A. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. CV. Pustaka Setia.
- Subagio, J. (2004). *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek* (Cet. 4). PT. Asdi Mahasatya.
- Sudarsono, H. (2003). *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*. Ekonosia.
- Sudirman, I. W. (2013). *Manajemen Perbankan*. Kencana.
- Sugiyono. (2009). *Memahami Penelitian Kualitatif*. CV. Alfabeta.
- Suhendi, H. (2013). *Fiqh Muamalah*. Rajawali Press.
- Sulistiowati, M. (2020). *Efektivitas Sistem Jemput Bola (Personal Selling) Pada BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung*. Institut Agama Islam Negeri Metro.
- Tahir, H., Said, Z., & Marhani. (2021). Strategi Marketing Funding Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Di Bank BNI Syariah Parepare. *BANCO: Jurnal Manajemen Dan Perbankan Syariah*, 3(2), 85–100.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta : ANDI.
- Sumar'in. (2012). *Konsep Kelembagaan Bank Syariah* (Cetakan Pe). Graha Ilmu.
- Susanto, P. K. dan A. . (2001). *Manajemen Pemasaran Indonesia* (Edisi I). Salemba Empat.
- Suwiknyo, D. (2010). *Kompilasi Tafsir Ayat- Ayat Ekonomi Islam*. Pustaka Pelajar.
- Suyanto, M. (2007). *Marketing Strategy*. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2000). *Strategi Pemasaran* (Cetakan Ke). Andi.
- Tully, N. P., Tiwa, T. M., & Hartati, M. E. (2021). Pengaruh Manajemen Diri Terhadap Burnout Pada Karyawan Marketing Funding Bank Sinarmas Di Kota Ternate. *Psikopedia*, 2(1), 55–64.
- Tunggal, A. W. (2002). *Manajemen Suatu Pengantar* (Cetakan I). Rineka Cipta.
- Ulumiddin, I. (2015). *Al-Qur'an dan Terjemah Dilengkapi Wakaf dan Ibtida'*

(Cetakan-2). PT. Suara Agung.

Umar, H. (2010). *Desain Penelitian Manajemen Strategi*. Rajawali Press.

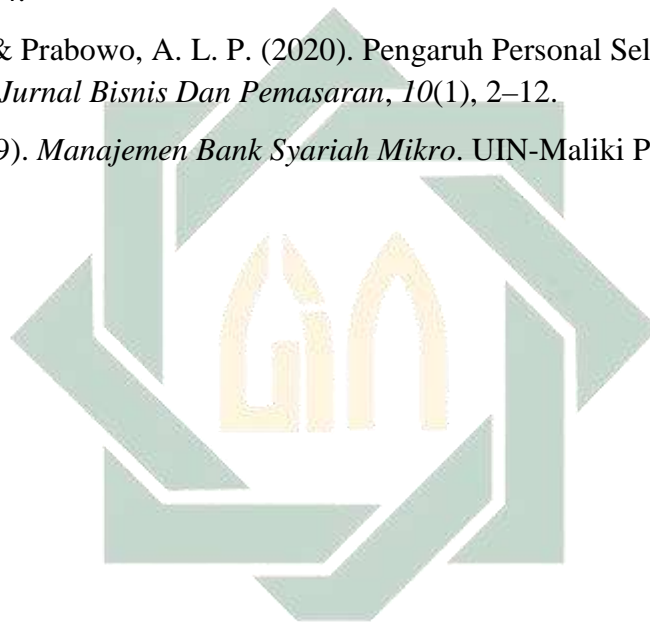
Umar, N. (2014). *Perbankan Syariah*. Prenadamedia Group.

Verawati, G., & Nugrahini, D. S. (2022). Dampak Strategi Personal Branding Funding Officer terhadap Loyalitas Nasabah di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Lantabur Tebuireng Cabang Mojokerto. *Falahiya : Research Journal of Islamic Banking and Finance*, *I*(1), 35–43.

Wundi, E., & Kustiningsih, L. (2014). *Variabel-Variabel Yang Mempengaruhi*. *2*(2), 201–214.

Yanto, R. T. Y., & Prabowo, A. L. P. (2020). Pengaruh Personal Selling Terhadap Pencapaian. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, *10*(1), 2–12.

Yunus, J. L. (2009). *Manajemen Bank Syariah Mikro*. UIN-Maliki Press.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A