

**PENGARUH STRATEGI KEUNGGULAN BERSAING, *POSITIONING* DAN
MARKET ORIENTATION TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN
(Studi Kasus Pada PT. BPR Syariah Bangun Drajat Warga Yogyakarta)**



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT-SYARAT MEMPEROLEH GELAR
STRATA SATU DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

OLEH :

JEFFRI GUSNANDAR
NIM : 12391026

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2018**

**PENGARUH STRATEGI KEUNGGULAN BERSAING, *POSITIONING* DAN
MARKET ORIENTATION TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN
(Studi Kasus Pada PT. BPR Syariah Bangun Drajat Warga Yogyakarta)**



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT-SYARAT MEMPEROLEH GELAR
STRATA SATU DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

OLEH :

JEFFRI GUSNANDAR
NIM : 12391026

PEMBIMBING :

JOKO SETYONO, S.E., M.Si
NIP. 19730702 2002 10 1 003

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2018**



PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-2089/Un.02/DEB/PP.00.9/08/2018

Tugas Akhir dengan judul : **PENGARUH STRATEGI KEUNGGULAN BERSAING, POSITIONING, DAN MARKET ORIENTATION TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN (Studi Kasus pada PT. BPR Syariah Bangun Drajat Warga Yogyakarta)**

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Jeffri Gusnandar
Nomor Induk Mahasiswa : 12391026
Telah diujikan pada : Kamis, 5 Juli 2018
Nilai ujian Tugas Akhir : B+

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

Joko Setyono, S.E., M.Si.
NIP: 19730702 2002 10 1 003

Penguji I

Drs. Slamet Khilmi, M.Si.
NIP. 19631014 199203 1 002

Penguji II

Muh. Rudi Nugroho SE., M.Sc.
NIP. 19820219 201503 1 002

Yogyakarta, 7 Agustus 2018
UIN Sunan Kalijaga
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
DEKAN

Dr. H. Syaifiq Mahmadah Hanafi, M.Ag.
NIP. 19670518 199703 1 003



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Hal : Skripsi Saudara Jeffri Gusnandar
Lamp : 1

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr. wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Jeffri Gusnandar

NIM : 12391026

Judul Skripsi :

**“Pengaruh Strategi Keunggulan Bersaing, Positioning Dan Market
Orientation Terhadap Kinerja Perusahaan
(Studi Kasus Pada PT. BPR Syariah Bangun Drajat Warga
Yogyakarta)”**

sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan/ Program Studi Manajemen Keuangan Syari'ah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini kami berharap agar skripsi/tugas akhir Saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 11 Mei 2018

Pembimbing I



Joko Setyono, SE., M.Si.
NIP. 19730702 200212 1 003

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuhu

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Jeffri Gusnandar
NIM : 12391026
Jurusan Prodi : Manajemen Keuangan Syariah

Menyatakan Bahwa Skripsi Yang Berjudul “**PENGARUH STRATEGI KEUNGGULAN BERSAING, POSITIONING DAN MARKET ORIENTATION TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN (Studi Kasus Pada PT. BPR Syariah Bangun Drajat Warga Yogyakarta)**” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *bodynote* atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuhu

Yogyakarta, 11 Mei 2018

Penyusun



Jeffri Gusnandar
NIM. 12391026

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta,
saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : JeffriGusnandar
NIM : 12391026
Program Studi : Manajemen Keuangan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-
exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“PENGARUH STRATEGI KEUNGGULAN BERSAING, *POSITIONING*
DAN *MARKET ORIENTATION* TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN
(Studi Kasus Pada PT. BPR Syariah Bangun Drajat Warga Yogyakarta)”**

Beserta perangkat yang ada Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan,
mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*),
merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan
nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta
Pada tanggal : 11 Mei 2018
Yang Menyatakan

JeffriGusnandar
NIM. 12391026

MOTTO

"Allah, Allah lagi, Allah Terus"

Warisan, cita-cita, takdir, waktu dan impian manusia, merupakan hal yang tidakbisa dihentikan. Selama manusia masih terus mencari makna kebebasan, mereka tidakakan pernah berhenti.

Monkey D. Dragon – One Piece

"Perfect people are so boring. People love others people's flaws"

Eiichiro Oda

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi Ini Saya Persembahkan Kepada:

“Kedua Orang Tua Saya”

Yarsono

Lilik Nurmala

(Teruntuk malaikatku, orang tuaku)



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas rahmat, hidayah serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi atau tugas akhir ini dengan sebaik-baiknya. Shalawat serta salam selalu penulis haturkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang senantiasa penulis tunggu syafaatnya di *yaumul qiyamah* nanti. Setelah melalui proses yang cukup panjang, *Alhamdulillah* skripsi atau tugas akhir ini dapat diselesaikan meskipun jauh dari kesempurnaan.

Penelitian ini merupakan tugas akhir pada Program Studi Manajemen Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai syarat untuk memperoleh gelarsarjana strata satu. Untuk itu, penyusun dengan segala kerendahan hati mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Drs. KH. Yudian Wahyudi, M.A., Ph.D. selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak H.M. Yazid Afandi, M.Ag., selaku Ketua Program Studi Manajemen Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Bapak Joko Setyono, S.E., M.Si., selaku pembimbing yang telah membimbing, mengarahkan, memberi masukan, kritik, saran, dan motivasi dalam menyempurnakan penelitian ini.
5. Seluruh dosen Program Studi Manajemen Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan dengan tulus ikhlas selama kuliah, semoga diberikan keberkahan selalu oleh Allah SWT.
6. Seluruh Staf Tata Usaha Program Studi dan Fakultas di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

7. Kedua orang tua tercinta, Ayahanda Yarsono dan Ibunda Lilik Nurmala atas doa yang selalu dipanjatkan, perhatian, kasih sayang, dan dukungan yang tiada henti kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Adik-adikku tersayang, Dian Dwi Tantomi dan Aulia Anggun Kurnia Fitri yang selalu mendoakan dan memberi motivasi.
9. Tino Atma, Indratno, Ibnu Andika, Andi Okto Riyadi, Banu Murtadho, Okta Jati P., Juwita Anggrasari, Tina, Kuyay, yang tidak lelah memberikan doa, nasihat, dukungan, perhatian dan semangat dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Seluruh teman-teman Manajemen Keuangan Syariah angkatan 2012 terutama untuk KUI-F yang telah berjuang bersama-sama menempuh pendidikan Keuangan Syariah di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
11. Teman-teman KKN-93 Candi Squad, Dusun Candi, Desa Rejoso, Kecamatan Jogonalan, Klaten. Alwi, Fadli, Irfan, Anggi, Inasita, Zunita, Ratih, Syada dan Dian.
12. Serta seluruh pihak yang tidak bisa saya sebutkan namanya, yang telah bersedia menemani dan membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang terbaik atas jasa-jasa yang telah diberikan untuk penulis. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi yang membaca dan mempelajarinya.

Yogyakarta, 11 Mei 2018

JeffriGusnandar
NIM. 12391026

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi kata-kata arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bā'	B	Be
ت	Tā	T	Te
ث	Sā'	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Hā'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Khā'	Kh	Ka dan ha
د	Dāl	D	De
ذ	Zāl	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Rā'	R	Er

ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	esdan ye
ص	Sād	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dād	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Tā	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Zā	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘Ain	‘	Komater balik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fā	F	Ef
ق	Qāf	Q	Qi
ك	Kāf	K	Ka
ل	Lām	L	El
م	Mīm	M	Em
ن	Nūn	N	En
و	Wāwu	W	W
ه	Hā	H	Ha

ء	Hamzah	,	Apostrof
ي	Yā'	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* Ditulis Rangkap

متعددة	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

C. *Ta' marbutah*

Semua *Ta' marbutah* ditulis dengan h, baik berada pada akhir kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang di ikuti poeh kata sandang “al”). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam Bahasa Indonesia, seperti ishalat, zakat dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حكمة	Ditulis	<i>Hikmah</i>
علة	Ditulis	<i>'illah</i>
كرامة الأولياء	Ditulis	<i>Karāmah al-auliya'</i>

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

-----◌-----	Fathah	Ditulis	<i>a</i>
-----◌-----	Kasrah	Ditulis	<i>i</i>
-----◌-----	Dhammah	Ditulis	<i>u</i>

فعل	Fathah	Ditulis	<i>fa'ala</i>
ذكر	Kasrah	Ditulis	<i>ẓukira</i>
يذهب	Dhammah	Ditulis	<i>yazhabu</i>

E. Vokal Panjang

1. Fathah + alif	Ditulis	<i>Ā</i>
جاهلية	Ditulis	<i>jāhiliyyah</i>
2. Fathah + yā' mati	Ditulis	<i>ā</i>
تنسى	Ditulis	<i>tansā</i>
3. Kasrah + yā' mati	Ditulis	<i>ī</i>
كريم	Ditulis	<i>karīm</i>
4. Dhammah + wāwumati	Ditulis	<i>ū</i>
فروض	Ditulis	<i>furūd</i>

F. Vokal Rangkap

1. Fathah + yā' mati	Ditulis	<i>Ai</i>
بينكم	Ditulis	<i>bainakum</i>
2. Dhammah + wāwumati	Ditulis	<i>au</i>
قول	Ditulis	<i>qaul</i>

G. Vokal Pendek Berurutan dalam Satu Kata yang Dipisahkan dengan

Apostrof

أَنْتُمْ	Ditulis	<i>a'antum</i>
أَعَدَّتْ	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لَنْنَ شَكَرْتُمْ	Ditulis	<i>la'insyakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti oleh huruf Qomariyyah maka ditulis dengan menggunakan huruf awal “al”.

الْقُرْآنُ	Ditulis	<i>Al-Qur'an</i>
الْقِيَاسُ	Ditulis	<i>Al-Qiyas</i>

2. Bila diikuti oleh huruf Syamsiyyah ditulis sesuai dengan huruf pertama Syamsiyyah tersebut.

السَّمَاءُ	Ditulis	<i>As-Sama'</i>
الشَّمْسُ	Ditulis	<i>Asy-Syams</i>

I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkap Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

ذَوِي الْفُرُوضِ	Dibaca	<i>Zawi al-Furud</i>
أَهْلُ السُّنَّةِ	Dibaca	<i>Ahl as-Sunnah</i>

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	x
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
ABSTRAK.....	xx
ABSTRACT.....	xxi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Sistematika Pembahasan.....	10
BAB II LANDASAN TEORI.....	12
A. Telaah Pustaka.....	12
B. Kerangka Teoritik.....	15
1. Kinerja Perusahaan.....	15
2. Pemasaran.....	22
a. Pengertian Pemasaran.....	22
b. Pemasaran Menurut Sudut Pandang Islam.....	26
3. Strategi Pemasaran.....	32
a. Strategi Keunggulan Bersaing.....	34
b. Strategi <i>Positioning</i>	36
c. <i>Market Orientation</i>	39
C. Kerangka Berpikir.....	44
D. Hipotesis.....	44
BAB III METODE PENELITIAN.....	47
A. Jenis dan Sifat Penelitian.....	47
B. Sumber Data.....	47
1. Data Primer.....	47
2. Data Sekunder.....	47

C.	Populasi dan Sampel	48
1.	Populasi	48
2.	Sampel	48
D.	Data dan Teknik Pengumpulan Data	50
1.	Kuisisioner	50
E.	Definisi Operasional Variabel	50
F.	Instrumen Pengumpulan Data	52
1.	Pengembangan Instrumen	52
2.	Teknik Pengukuran Instrumen	53
G.	Pengujian Instrumen Penelitian	53
1.	Uji Validitas	53
2.	Uji Reabilitas	54
H.	Teknik Analisis Data	55
1.	Analisis Deskriptif	55
2.	Uji Asumsi Klasik	55
a.	Uji Normalitas	55
b.	Uji Multikolonieritas	56
c.	Uji Heteroskedastisitas	56
3.	Model Analisis Regresi Linear Berganda	57
a.	Koefisien Determinasi (R^2)	58
4.	Pengujian Hipotesis	58
a.	Uji F (Uji Simultan)	58
b.	Uji t (Uji Parsial)	59
BAB IV	ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	60
A.	Deskripsi Data Responden	60
B.	Gambaran Umum Responden	60
1.	Deskripsi Jenis Kelamin Responden	60
2.	Deskripsi Usia Responden	61
3.	Deskripsi Pekerjaan Responden	61
4.	Hasil Pengumpulan Data	62
C.	Analisis Data	62
1.	Uji Validitas	62
2.	Uji Reabilitas	64
D.	Uji Asumsi Klasik	65
1.	Uji Normalitas	65
a.	Analisis Grafik	65
b.	Analisis Statistik	66
2.	Uji Multikolonieritas	67
3.	Uji Heteroskedastisitas	68
E.	Uji Analisis Regresi Linear Berganda	69
1.	Koefisien Determinasi	70
F.	Uji Hipotesis	71
1.	Uji F	71
2.	Uji t	73
G.	Pembahasan	75

BAB V PENUTUP	83
A. Kesimpulan	83
B. Saran	84
DAFTAR PUSTAKA.....	85
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1	Perkembangan Perbankan Syariah..... 2
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu 14
Tabel 3.1	Kisi-kisi Instrumen Penelitian 54
Tabel 3.2	Teknik Pengukuran Instrumen..... 53
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 60
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 61
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 61
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas 63
Tabel 4.5	Hasil Uji Reabilitas 64
Tabel 4.6	Hasil Uji Statistik <i>Kolmogrov-Smirnov</i> (K-S) 66
Tabel 4.7	Hasil Uji Multikolonieritas 67
Tabel 4.8	Hasil Uji Heteroskedastisitas 68
Tabel 4.9	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda..... 69
Tabel 4.10	Koefisien Determinasi 71
Tabel 4.11	Uji F 72
Tabel 4.12	Uji t 73

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Perkembangan Nasabah PT. BPR Syariah BDW Yogyakarta ..	4
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir.....	44
Gambar 4.1 Grafik Uji Normalitas	65



Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh strategi keunggulan bersaing, *positioning* dan *market orientation* terhadap kinerja perusahaan. Kinerja perusahaan di definisikan sebagai sesuatu yang dihasilkan oleh suatu perusahaan dalam periode tertentu, dimana indeks kinerja tersebut menjadi acuan investor dan calon nasabah dalam menentukan keputusan untuk melakukan kerjasama dengan perusahaan.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan *software* SPSS 19 untuk menguji data penelitian. Penelitian ini dilakukan pada PT. BPR Syariah Bangun Drajat Warga Yogyakarta dengan menggunakan metode survey dan memilih nasabah aktif sebanyak seratus orang sebagai responden dalam penelitian ini.

Hasil analisis data untuk model ini menunjukkan bahwa strategi keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan berdasarkan nilai signifikan sebesar 0.000 ($0.000 < 0.05$). Kemudian strategi *positioning* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan yang ditegaskan dengan nilai signifikansi sebesar 0.001 ($0.001 < 0.05$). Pada variabel *market orientation* juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan yang diketahui dari hasil uji statistik dengan nilai signifikansi sebesar 0.005 ($0.005 < 0.05$).

Kata kunci : Strategi keunggulan bersaing, *Positioning*, *Market Orientation*, Kinerja Perusahaan.

Abstract

This research aims to analyze the influence of competitive advantage strategy, positioning and market orientation on company performance. Company performance is defined as something produced by a company in a certain period, where the performance index is a reference of investors and prospective customers in determining the decision to cooperate with the company.

Data analysis in this study used multiple linear regression analysis using SPSS 19 software to test the research data. This research was conducted at PT. BPR SyariahBangunDrajat Yogyakarta residents by using survey method and selecting active customers as much as one hundred people as respondents in this study.

The result of data analysis for this model shows that the strategy of competitive advantage has a positive and significant effect on company performance based on the significance value of 0.000 ($0.000 < 0.05$). Then positioning strategy also have positive and significant influence to firm performance which affirmed with significance value equal to 0.001 ($0.001 < 0.05$). In market orientation variables also showed a positive and significant influence that is known from the results of statistical tests with a significance value of 0.005 ($0.005 < 0.05$).

Keywords: *Strategy of competitive advantage, Positioning, Market Orientation, Corporate Performance.*

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perbankan mempunyai peranan penting dalam kehidupan suatu negara, apalagi negara yang sedang berkembang seperti Indonesia. Peran strategis bank tersebut terutama disebabkan oleh fungsi utama bank sebagai lembaga yang dapat menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat secara efektif dan efisien. Dengan berperan sebagai perantara antara pihak yang kelebihan dana dengan pihak yang kekurangan dana, sehingga dana tersebut diharapkan dapat memberikan kemanfaatan yang besar bagi masyarakat.

Perbankan syariah dalam peristilahan internasional dikenal sebagai *Islamic Banking* atau juga disebut *Interest Free Banking* (Muhammad, 2011: 15). Seperti halnya bank konvensional, bank syariah memiliki fungsi utama yaitu menghimpun dana masyarakat dan menyalurkannya kembali ke masyarakat serta memberi jasa bank lainnya (Kasmir, 2011: 11). Dengan berperan sebagai perantara pihak yang kelebihan dana dengan pihak yang kekurangan dana, sehingga dana tersebut diharapkan dapat memberikan kemanfaatan yang besar bagi masyarakat.

Perbankan syariah di Indonesia telah menunjukkan perkembangan yang cenderung melambat. Hal tersebut dikarenakan kurangnya dukungan dari pemerintah dan sambutan positif masyarakat. Meski demikian, perbankan syariah juga terbukti secara empiris dapat bertahan dalam krisis ekonomi yang telah merusak sendi-sendi ekonomi dan sosial masyarakat.

Kiprah bank syariah di Indonesia sudah memasuki dekade ke 3, keuangan syariah sendiri saat ini dianggap sebagai prospek cerah pada sektor jasa. Terlebih lagi tahun 2008 lahir undang-undang nomor 21 tentang Perbankan Syariah. Undang-undang tersebut menjadi payung hukum serta bukti pengakuan kehadiran perbankan syariah di Indonesia. Hingga Desember 2016 jumlah bank syariah di Indonesia berjumlah 200 bank syariah yang terdiri dari 13 Bank Umum Syariah (BUS), 21 Unit Usaha Syariah dan 166 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) (SPS OJK Desember 2016).

Tabel 1.1
Perkembangan Perbankan Syariah

Kategori	2014	2015	2016
Bank Umum Syariah (BUS)	12	12	13
Unit Usaha Syariah (UUS)	22	22	21
Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)	163	163	166
TOTAL	197	197	200

Sumber : Data SPI dan SPS OJK (periode 2014 - 2016)

Perkembangan perbankan syariah menurut data table diatas menunjukkan pergerakan yang stagnan. Untuk itu pihak *marketing* perusahaan harus lebih jeli melihat situasi dan kondisi, untuk mensiasati persaingan yang terjadi, dan setiap perusahaan perbankan dituntut untuk bisa mengembangkan pasarnya, meningkatkan inovasi dan kreatifitas dalam produk dan juga pelayanan terhadap nasabah. Dalam kondisi semacam ini, para bankir harus berusaha keras memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan menawarkan berbagai jenis produknya.

Dalam upaya meningkatkan daya saing, pihak perusahaan harus mampu mengembangkan dan meningkatkan kualitas pelayanannya. Pada saat ini, perbankan syariah berpacu dalam melakukan kegiatan promosi demi merangsang minat masyarakat, serta memberikan informasi tentang segala sesuatu yang dibutuhkan calon nasabah mengenai produk dan jasa perbankan.

Dari data Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) pada Laporan Tahunan bulan Desember tahun 2015, tercatat 45,2 juta orang sebagai nasabah keuangan syariah di Indonesia. Dengan jumlah nasabah yang begitu besar, tentunya persaingan antar bank syariah di Indonesia juga semakin kompetitif. Pada umumnya, konsumen memutuskan dengan menilai tampilan suatu produk (Beharrell dan Macfie, 1991), akan tetapi pada dunia perbankan yang menawarkan jasa, konsumen melihat indikator yang lebih kompleks yakni atribut produk serta pelayanannya.

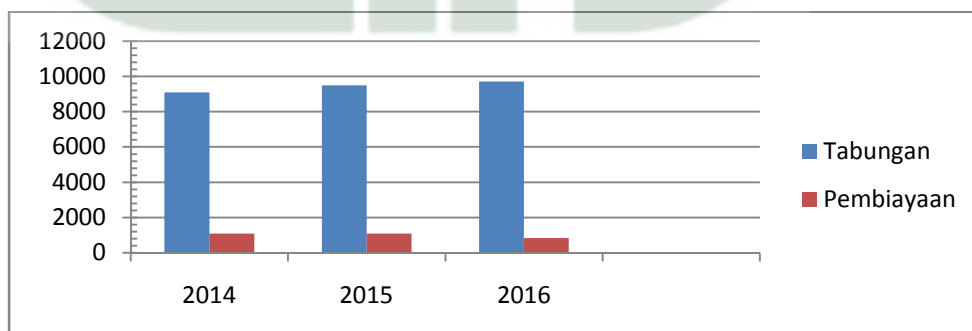
Berdasarkan data pertumbuhan perbankan yang akhir-akhir ini tidak menunjukkan pertumbuhan, pihak bank perlu mempertajam strategi pemasarannya dan menetapkan target nasabah yang menggunakan jasa bank. Pada lembaga keuangan syariah lahir BPRS (Bank Pembiayaan Rakyat Syariah). Bank-bank tersebut beroperasi dengan cara memberikan jasa berupa penyimpanan uang dan memberikan pinjaman atau kredit dengan tingkat bunga tertentu sehingga adanya BPR Syariah dapat mempermudah masyarakat untuk memenuhi kebutuhan. Nasabah BPR Syariah terdiri dari kalangan ekonomi bawah dan menengah meskipun ada juga nasabah yang berasal dari kalangan atas.

Pertumbuhan BPRS di Yogyakarta saat ini semakin meningkat dan lebih diminati dari pada BPR konvensional, bisa dilihat dari data pertumbuhan kredit BPR konvensional tahun 2016 hanya tumbuh 8,81% dibanding 2015. Sementara

pembiayaan yang dikururkan BPRS selama periode Januari-Desember 2016 meningkat 14,3% dibanding periode yang sama tahun sebelumnya. PT. BPRS Bangun Drajat Warga (BDW) merupakan salah satu BPRS tertua di DIY yang berdiri pada tahun 1994. PT. BPRSyariah Bangun Drajat Warga Yogyakarta ini memiliki beberapa budaya kerja yang salah satunya adalah mengutamakan pelayanan kepada nasabah dengan sopan, ramah, simpatik dan memuaskan baik kepada nasabah penabung maupun nasabah pembiayaan (BPRS BDW). PT. BPRSyariah Bangun Drajat Warga harus melalui perjuangan yang tidak mudah untuk mengenalkan keuangan berbasis syariah. Perjuangan itu terbayarkan dengan pertumbuhan mencapai 30% pada 2015. Saat ini, posisi aset PT. BPRSyariah Bangun Drajat Warga sekitar Rp90 miliar dan Dana Pihak Ketiga (DPK) Rp80 miliar. Jumlah nasabah juga terus bertumbuh. Saat ini ada lebih dari 10.000 nasabah PT. BPRSyariah Bangun Drajat Warga. Hasil ini menunjukkan bahwa jumlah nasabah beberapa tahun ini mengalami peningkatan, yang artinya PT. BPRSyariah Bangun Drajat Warga mampu memberikan apa yang dibutuhkan dan apa yang diinginkan dari pihak nasabah.

Gambar 1.1

Perkembangan Nasabah PT. BPRSyariah Bangun Drajat Warga Yogyakarta



Sumber :BPR Syariah BDW (periode 2014 - 2016)

Melihat perkembangan BPR Syariah saat ini, menyebabkan perubahan persaingan yang dinamis sehingga adanya tekanan yang semakin berat bagi pengembangan bisnis BPR Syariah dengan kondisi permodalan, SDM dan teknologi BPR Syariah yang masih terbatas. Persaingan yang dimaksud adalah persaingan yang terjadi di pasar, yang dimana dalam persaingan tersebut melibatkan keinginan dan kebutuhan pelanggan. Philip Kotler (1988: 4) mengungkapkan, pemasaran adalah proses sosial dan manajerial yang dimana seseorang atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk ataupun nilai. Artinya, perusahaan harus mampu mendefinisikan keinginan dan kebutuhan pelanggan yang dimana hal tersebut ada pada produk yang ditawarkan. Hal ini tentu harus mengacu pada kondisi pasar saat ini. Didalam bukunya, Kotler juga menjelaskan tentang konsep pasar itu sendiri, yakni pasar tersebut terdiri dari semua pelanggan potensial yang mempunyai kebutuhan atau keinginan tertentu yang mungkin bersedia dan mampu melibatkan diri dalam suatu pertukaran guna memuaskan kebutuhan atau keinginan tersebut.

Untuk mendukung keberhasilan manajer pemasaran dalam mempromosikan produknya, perlu didukung oleh beberapa strategi pemasaran, tentunya untuk mengefektifkan kinerja dan penggunaan biaya serta sumber daya yang efisien. Melihat kondisi persaingan saat ini yang semakin dinamis, perusahaan perlu meningkatkan daya saingnya diantara para perusahaan yang berjalan pada jenis usaha yang sama. Perusahaan yang memiliki potensi dibidang pemasaran, *manufacturing*, maupun inovasi dapat menjadikannya sebagai sumber-sumber untuk mencapai keunggulan bersaing. Implementasi ketiga bidang tersebut perusahaan

dapat mengembangkan strategi, sehingga dapat menghasilkan produk dengan daya saing yang tinggi di pasar. Sehingga bisa dikatakan bahwa, keunggulan bersaing berasal dari kemampuan perusahaan untuk menciptakan suatu nilai bagi para pembelinya yang melebihi biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk menciptakannya.

Menciptakan nilai bagi para pelanggan, perusahaan harus mampu mengerti apa yang diinginkan dan dibutuhkan pelanggan. Strategi penempatan posisi atau *positioning* adalah upaya yang harus diterapkan perusahaan untuk mengetahui apa yang diinginkan dan dibutuhkan pelanggan. Philip Kotler (1988: 408) dalam bukunya mengatakan, pada hakikatnya yang dimaksud dengan penempatan posisi atau *positioning* adalah tindakan merancang produk dan bauran pemasaran agar dapat tercipta kesan tertentu di ingatan pelanggan, sehingga dengan demikian pelanggan dapat memahami dan menghargai apa yang dilakukan perusahaan dalam kaitannya dengan para pesaingnya.

Menurut Craven bahwa keputusan pemilihan target pasar merupakan titik vokal dari strategi pemasaran itu sendiri dan menjadi dasar dalam menentukan tujuan dan pengembangan strategi *positioning*. Oleh karena itu, strategi *positioning* merupakan faktor utama dalam meningkatkan kekuatan posisi pasar sehingga *positioning* berorientasi pada persepsi calon pelanggan.

Pemilihan pasar menentukan pesaing perusahaan. Perusahaan harus meneliti posisi pesaing dan memutuskan posisi yang terbaik. Penentuan posisi (*positioning*) adalah tindakan untuk merancang citra perusahaan serta nilai yang ditawarkan sehingga konsumen dapat memahami perusahaan dalam kaitannya dengan pesaing. Artinya, perusahaan harus mendefinisikan segmentasi pasar dan juga

pelanggan sebelum menentukan posisinya. Fandy Tjiptono & Gregorius Chandra (2011: 105) dalam buku edisi ketiaganya mengatakan, segmentasi pasar merupakan proses mengelompokkan pasar keseluruhan yang heterogen kedalam kelompok-kelompok atau segmen-segmen yang memiliki kesamaan dalam hal kebutuhan, keinginan, preferensi, perilaku dan/atau respon terhadap program pemasaran yang spesifik.

Penempatan posisi harus berorientasi pada pasar, yang artinya perusahaan dalam mengambil keputusan berdasarkan apa yang terjadi di pasar. Orientasi Pasar atau *market orientation* adalah sebuah filosofi bisnis dan sesuatu yang menjadi tujuan atau pernyataan mengenai kebijakan perusahaan. Orientasi pasar sebagai filosofi bisnis dapat diartikan dengan bagaimana sebuah perusahaan mengimplementasikan konsep orientasi pasar yang dapat dilihat dari aktifitas dan perilaku perusahaan.

BPR Syariah merupakan lembaga keuangan pembiayaan rakyat yang operasionalnya mengikuti prinsip-prinsip syariah. Dalam hal ini kepercayaan masyarakat terhadap *image* syariah yang terkadang membandingkan dengan konvensional merupakan faktor utama dalam dunia bisnis perbankan. Strategi *positioning* dihadapkan pada berbagai upaya untuk mendapat kepercayaan tersebut, sehingga dapat memperoleh simpati dari para calon nasabah.

Untuk itu, bagi perusahaan jasa pembiayaan hendaknya menyusun konsep pemasaran yang strategis, semua itu dapat dilakukan oleh perusahaan dengan strategi *targeting*, *segmenting* dan *positioning* yang bertujuan agar memposisikan produk pada calon nasabah yang kemudian produk tersebut memiliki keunggulan

kompetitif jika produk tersebut menawarkan apa yang dibutuhkan oleh calon nasabah.

Sehingga langkah pertama adalah melakukan segmentasi pasar dengan cermat. Adanya mengetahui segmentasi pasar dapat menarik minat calon nasabah dan juga mempertahankan nasabah. Dengan begitu kinerja dari BPR Syariah akan terus meningkat dan stabil.

Peneliti menyadari adanya hubungan yang signifikan dari pencapaian target berdasarkan kinerja perusahaan dengan strategi yang mumpuni dan matang, maka perlu diadakan penelitian tentang keterkaitan tersebut, baik secara parsial maupun simultan. Untuk itu peneliti mengambil judul "***PENGARUH STRATEGI KEUNGGULAN BERSAING, POSITIONING, DAN MARKET ORIENTATION TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN (Studi Kasus Pada PT. BPR Syariah Bangun Drajat Warga Yogyakarta)***".

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas dapat dirumuskan beberapa pernyataan yang menjadi fokus peneliti yaitu :

1. Apakah terdapat pengaruh antara strategi keunggulan bersaing terhadap kinerja PT. BPR Syariah Bangun Drajat Warga Yogyakarta?
2. Apakah terdapat pengaruh antara strategi *positioning* terhadap kinerja PT. BPR Syariah Bangun Drajat Warga Yogyakarta?
3. Apakah terdapat pengaruh antara *market orientation* terhadap kinerja PT. BPR Syariah Bangun Drajat Warga Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menjelaskan pengaruh strategi keunggulan bersaing terhadap kinerja PT. BPR Syariah Bangun Drajat Warga Yogyakarta.
2. Untuk menjelaskan pengaruh strategi *positioning* terhadap kinerja PT. BPR Syariah Bangun Drajat Warga Yogyakarta.
3. Untuk menjelaskan pengaruh strategi *market orientation* terhadap kinerja PT. BPR Syariah Bangun Drajat Warga Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan dhasil penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi mengenai pengaruh strategi keunggulan bersaing, *positioning*, dan *market orientation* bagi industri perbankan syariah dan menjadi referensi penelitian berikutnya yang berkaitan dengan strategi pemasaran dibidang industri jasa perbankan syariah.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan pemahaman tentang strategi keunggulan bersaing, *positioning*, *market orientation* dan pengaruhnya terhadap kinerja perusahaan.

b. Bagi PT, BPR Syariah Bangun Drajat Warga Yogyakarta

Memberikan informasi mengenai strategi keunggulan bersaing, *positioning*, dan *market orientation* dan pengaruhnya sehingga dapat digunakan sebagai acuan evaluasi bidang *marketing* perusahaan, guna meningkatkan kinerja

PT. BPR Syariah Bangun Drajat Warga Yogyakarta dalam melayani masyarakat.

c. Bagi Masyarakat

Sebagai sarana informasi terkait produk jasa perbankan syariah, dalam hal ini PT. BPR Syariah Bangun Drajat Warga membantu mengatasi permasalahan pendanaan usaha masyarakat.

E. Sistematika Pembahasan

Penyusunan skripsi ini akan disajikan dalam sistematika pembahasan yang terdiri dari 5 (lima) bab.

BAB I adalah pendahuluan, menguraikan tentang argumentasi pentingnya penelitian ini untuk dilakukan. Pada bab ini mencakup latar belakang masalah yang menjadi landasan pembahasan lebih lanjut, rumusan masalah yang menjadi kunci fokus pembahasan, tujuan dan manfaat penelitian yang menjadi alasan pentingnya penelitian, serta sistematika pembahasan untuk memudahkan pengecekan bagian-bagian penelitian.

BAB II adalah landasan teori penelitian, mencakup telaah pustaka yang menjabarkan penelitian-penelitian terdahulu sebagai acuan penulis untuk penelitian ini, kerangka teoritik yang membahas mengenai tinjauan teoritis, hubungan antara teori-teori yang digunakan dalam penelitian dengan pengembangan hipotesis, kerangka pemikiran berisi kesimpulan dari telaah literatur yang digunakan untuk menyusun asumsi atau hipotesis yang selanjutnya disambung hipotesis yang dirumuskan, informasi mengenai variabel-variabel penelitian dan kerangka berpikir untuk mengatur alur penelitian.

BAB III memuat metode penelitian, yang menjelaskan jenis dan sifat penelitian, populasi dan sampel penelitian, metode pengumpulan data, definisi operasional variabel dan teknik analisis data sebagai alat pengukuran dalam pengolahan data penelitian.

BAB IV adalah deskripsi gambaran umum PT. BPR Syariah Bangun Drajat Warga Yogyakarta yang menjelaskan biografi lembaga, analisis data dan pembahasan yang memuat hasil analisis pengolahan data, baik analisis secara deskriptif maupun analisis dari hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan. Selanjutnya, dilakukan pembahasan mengenai pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yang diteliti selama penelitian.

BAB V yaitu penutup, didalam bab ini menjabarkan kesimpulan dan saran dari analisis data yang berkaitan dengan penelitian.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Strategi Keunggulan Bersaing, Strategi *Positioning*, dan *Market Orientation* terhadap Kinerja Perusahaan PT. BPR Syariah Bangun Drajat Warga Yogyakarta. Berdasarkan hasil perhitungan statistik dan pembahasan yang telah di jabarkan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan yang dapat ditarik adalah :

1. Strategi Keunggulan Bersaing berpengaruh positif signifikan terhadap Kinerja Perusahaan PT. BPR Syariah Bangun Drajat Warga Yogyakarta. Oleh karena itu semakin tinggi daya saing perusahaan maka semakin tinggi pula kinerja perusahaan.
2. Strategi *Positioning* berpengaruh positif signifikan terhadap Kinerja Perusahaan PT. BPR Syariah Bangun Drajat Warga Yogyakarta. Dalam hal ini dapat dipastikan bahwa apabila semakin baik penempatan perusahaan di benak nasabah, maka kinerja perusahaan akan semakin baik pula.
3. *Market Orientation* berpengaruh positif signifikan terhadap Kinerja Perusahaan PT. BPR Syariah Bangun Drajat Warga Yogyakarta. Hal ini berarti semakin baik orientasi pasar perusahaan, yang dalam hal ini tentunya orientasi pelanggan dan pesaing, maka tidak menutup kemungkinan akan meningkatnya kinerja perusahaan kearah yang lebih baik dan unggul di pasar sasaran dan di benak konsumen.

B. Saran

Berdasarkan pada penelitian yang sudah dilakukan, peneliti berpendapat untuk memberi saran kepada perusahaan. Strategi pemasaran adalah unsur penentu keberhasilan perusahaan, baik dalam hal meningkatkan profitabilitas, atau meningkatkan kinerja perusahaan dalam aspek menyeluruh. Untuk itu perlu diperhatikan dengan cermat dan diperhitungkan dengan matang dalam hal menentukan strategi pemasaran yang tepat. Terlebih perusahaan yang berkategori jasa, kepuasan konsumen harus di garis bawahi, karena itu adalah unsur penting keberhasilan setiap produk yang ditawarkan. Penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam menyusun strategi pemasaran yang baik untuk diterapkan pada setiap produk yang ditawarkan.

Bagi peneliti yang akan melakukan penelitian dengan tema yang sama, diharapkan melakukan inovasi dan penyempurnaan dengan memperluas ruang lingkup pembahasan dan variabel penelitian, dan juga jenis teknik analisis data yang digunakan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku-buku

- Abdullah Thamrin dan Tantri Francis, 2013. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT Raja Grafindo
- Algifari, 2003. *Statistik Induktif untuk Ekonomi dan Bisnis*, cet. Ke-2, Yogyakarta: UPP AMP YKPN
- Arikunto, Suharsimi, 1997. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta
- Baird, Lloyd, 1986. *Managing Performance*
- Tjiptono, Fandy, 2002. *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi Offset
- Tjiptono, Fandy, 2014. *Pemasaran Jasa*, Yogyakarta: Andi Offset
- Tjiptono Fandy & Gregorius Chandra (2005, 2007, 2011). *Service, Quality & Satisfaction*, Edisi Ke-3, Yogyakarta: Andi Offset
- E. Porter, 1992. *Keunggulan Bersaing*, Jakarta: Erlangga
- Ghozali, Imam, 2005. *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program SPSS*, Edisi Ke-2, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Harper, Boyd, dkk, 1997. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga
- J. David Hunger & Thomas L Wheelen, 2003, *Msnsjemen Strategis*, Yogyakarta: Andi Offset
- Kasmir, 2011. *Manajemen Perbankan*, Edisi Ke-10, Jakarta: Rajawali Pers
- Kertajaya, Hermawan, 2004. *Elemen Marketing on Positioning*, Seri Ke-9, Yogyakarta: Mizan Pustaka
- Khasali, Rhenald, 2007. *Membidik Pasar Indonesia Segmenteasi, Targeting, Positioning*, Jakarta: Gramedia
- Kotler, Philip, 1987. *Dasar-dasar Pemasaran*, Jakarta: Intermedia
- Kotler, Philip, 1993. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Vol. Ke-1, Jakarta: Fakultas Ekonomi UI
- Kotler, Philip, 1999. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga
- Lupiyoadi, Rambat, 2005. *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktek*, Jakarta: Salemba Empat
- Muhammad, 2011. *Manajemen Bank Syariah*, Edisi Revisi Ke-2, Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- Muhammad Syakir Sula & Hermawan Kartajaya, 2006. *Syariah Marketing*, Jakarta: Mizan Pustaka
- Murshid, 2006. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Bumi Aksara
- Sampurno, 2013. *Manajemen Stratejik : Pendekatan Keunggulan Bersaing yang Berkelanjutan*, Yogyakarta: UGM Press
- Satono, Agus, 2010. *Manajemen Keuangan: Teori dan Aplikasi*, Edisi Ke-4, Yogyakarta: BPFE UGM
- Simamora, Henry, 2001. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Cetakan Ke-3, Yogyakarta: STIE YKPN
- Simamora, Bilson, 2004. *Riset Pemasaran*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Situmorang, Syafrizal Helmi, Doli M. Ja'far Dalimunthe, Iskandar Muda, Muchlish Lutfi, dan Syahyunan, 2008. *Analisis Data Penelitian (menggunakan program SPSS)*, Medan: USU Press

- Siswanto Sutojo & Dr. F Kleinsteuber, 2002. *Strategi Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Damar Mulia Pustaka
- Subagyo dan Djarwanto, 2005. *Statistika Induktif*, Yogyakarta: BPFE UGM
- Sugiyono, 2004. *Metode Penelitian Administrasi*, Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, 2013. *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, 2013. *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung: Penerbit Alfabet
- Sugiyono, 2014. *Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis, dan Disertasi (STD)*, Bandung: Alfabeta
- Supranto, 2001. *Statistik Teori dan Aplikasi*, Jakarta: Erlangga
- Syakir Sula, Muhammad. 2004. *Asuransi Syariah (Life and General) Konsep dan Operasional*. Bandung: Gema Insani
- Tangkilisan, Hiessel Nogi S., 2005. *Manajemen Publik*, Jakarta: Grasindo
- Udaya, Jusuf; Wennadi, Luky Yunia; Lembana, Devi Angrahini Anni, 2013. *Manajemen Strategik*, Yogyakarta: Graha Ilmu
- Umar, Husein, 1997. *Metodologi Penelitian (Aplikasi dalam Pemasaran)*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Umar, Husein, 2011. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta: Raja Grafindo Persada
- William J. Stanton, 1984. *Fundamentals of Management*, Diterjemahkan oleh Drs. Yohanes Lamarto, MBA., MSM., 1984, *Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga

Jurnal

- Anggita Novita Gampu, Lotje Kawet dan Tantje Uhing, "Analisis Motivasi, Persepsi dan Pengetahuan terhadap Keputusan Nasabah Memilih PT. Bank Sulutgo Cabang Utama Manado", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol.3 No.3 Sept. 2015 Hal 1330-1340.
- Cahyani, Nuswandari, "Pengaruh Corporate Governance Perception Index Terhadap Kinerja Perusahaan pada Perusahaan Yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta", *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, ISSN: 1412-3126, 2009, Vol. 16, No. 2, Hal. 70-84
- Iswati, "Memprediksi Kinerja Keuangan dengan Modal Intelektual pada Perusahaan Perbankan Terbuka di Bursa Efek Jakarta", *Jurnal Ekuitas*, Vol. 11
- Ferdinand A, "Manajemen Pemasaran: Sebuah Pendekatan Strategik" *Journal Of Researc Paper Series*, 2000, Vol. 1, No. 1
- Jaworski B. J. & Kohli A. K., "Market Orientation : Antecedents and Consequences", *Journal of Marketing*, 1993, Hal. 53-70
- Karamoy, Sandy Wulan, "Strategi Segmenting, Targeting, dan Positioning Pengaruhnya Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Produk KPR BNI Griya", *Jurnal EMBA - Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, ISSN: 2303-1174, 2013, Vol. 1, No. 3, Hal. 476-601
- Kuntjoroadi Wibowo, Safitri Nurul, "Analisis Strategi Bersaing dalam Persaingan Usaha Penerbangan Komersial", *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi FISIP UI*, 2009, Hal. 0854-3844
- Nasri, Mohammad, "Pengaruh Penerapan Strategi Keunggulan Bersaing, Total Quality Management, Cost of Quality, Dan Sistem Akuntansi Manajemen Terhadap Kinerja Perusahaan", *Jurnal Manajemen, Akuntansi dan Bisnis Universitas Widyagama Malang*, ISSN: 1693-252X, 2008, Vol. 6, No. 1, Hal. 392-403
- Muji Sukur, Hery Februariyanti, "Budaya dan Kinerja Perusahaan", *Jurnal Teknologi Informasi*, FTI Unisbank, ISSN: 0854-9524, 2002, Vol. 7, No. 1, Hal. 61-78

- Never, J.C., Slater, S. F., "The Effect of a Market Orientation on Bussines Profitability", Journal of Marketing, 1990, Vol. 54, No. 10
- Never, J.C., Slater, S. F., "Creating a Market Orientation", Journal of Market – Focused Management, 1994, Vol. 2, No. 3
- Never, J.C., Slater, S. F., "Market Orientation and Organization Learning : An Integration and Empirical Examination", Journal of Marketing, Juli 1998, Vol. 62, Hal. 42-54
- Setyawati, Harini Abrilia, "Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Perusahaan Melalui Keunggulan Bersaing dan Persepsi Ketidakpastian Lingkungan Sebagai Prediksi Variabel Moderasi (Survey pada UMKM Perdagangan di Kabupaten Kebumen)", Jurnal Fokus Bisnis, 2013, Vol. 2, Hal. 20 - 31
- Sumiati, "Pengaruh Strategi Orientasi Wirausaha dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Perusahaan UMKM di Kota Surabaya", Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen, April 2015, Vol. 1, No. 1, Hal. 31-44
- Suseno, Y. Djoko, "Pengaruh Strategi Keunggulan Bersaing, Sumberdaya Perusahaan Dan Implementasi Strategi Generik Terhadap Kinerja Usaha Dengan Lingkungan Operasi Sebagai Variabel Moderating", Jurnal Aplikasi Manajemen (JAM), 2010, Vol. 8, No. 2.
- Syafruddin, Muchamad dan Kuryanto, Benny, "Pengaruh Modal Intelektual Terhadap Kinerja Perusahaan (Pada Perusahaan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indoensia (BEI)", Jurnal Akuntansi dan Auditing, Universitas Diponegoro, 2009, Vol. 5, No. 2, Hal.128-147.

Skripsi

- Ahmad Taufiq Alhidayah, "Strategi Keunggulan Bersaing Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah di KJKS BMT KUBE Sejahtera 017 Gamping Sleman", Program Studi Manajemen Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2015.
- Alqomar, "Segmenting, Targeting, dan Positioning Produk Asuransi Keluarga Syariah di PT. Asuransi Takaful Indonesia Cabang Yogyakarta", Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2012.
- Anisatul Farida, "Pengaruh Struktur *Corporate Governance* dan *Intellectual Capital* Terhadap Kinerja Perusahaan Yang Terdaftar di *Jakarta Islamic Index* (JII) Periode 2011-2014", Program Studi Keuangan Islam Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2016.
- Budi Cahyono, "Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Perusahaan dengan Kepemilikan Asing sebagai Variabel Moderating (studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia)", Universitas Diponegoro, 2011.
- Denny Prasetyaningrum, " Analisis Kinerja Keuangan Dengan Metode Data Envelopment Analysis (DEA) Pada Bank Konvensional dan Bank Syariah", Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2010
- Kiswoyo, "Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Pada Pegawai Universitas Islam Negeri Yogyakarta", Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Yogyakarta, 2014.
- M. Mukhyi, "Pengaruh *Positioning*, Sikap dan Norma Subyektif Terhadap Minat Konsumen Dalam Menggunakan Kartu Shar-E (Study Analisis Pada BMI

Yogyakarta)”, Program Studi Keuangan Islam Jurusan Mu’amalat Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2009.

Nima Tika Wati, ”Evaluasi Kinerja Perbankan Syariah Berbasis *Balanced Scorecard*”, Program Studi Keuangan Islam Fakultas Syariah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2014.

Yulia Sandra, ”Pengaruh Struktur Kepemilikan Modal Terhadap Kinerja Perusahaan Di Jakarta Islamic Index (JII) Pada Tahun 2004-2008”, Program Studi Keuangan Islam Fakultas Syariah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2010.

Lain-lain

<https://ekbis.sindonews.com/read/1176771/178/masyarakat-yogyakarta-cenderung-pilih-bprs-ketimbang-konvensional-1486118796>

<http://www.harianjogja.com/baca/2016/08/02/perbankan-jogja-bprs-bdw-mampu-tumbuh-hingga-30-741643>



LAMPIRAN I

TERJEMAHAN

Hlm.	Surah/Hadist	Terjemahan
28	Al-Zalzalah Ayat 7-8	7. Barang siapa yang mengerjakan kebaikan seberat <i>dzarrah</i> -pun, niscaya dia akan melihat (balasan)nya. 8. Dan barang siapa yang mengerjakan kejahatan sebesar <i>dzarrah</i> -pun, niscaya dia akan melihat (balasan)nya pula.
29	Al-Baqarah Ayat 222	Mereka bertanya kepadamu tentang <i>haidh</i> . Katakanlah: " <i>Haidh</i> itu adalah suatu kotoran". Oleh sebab itu hendaklah kamu menjauhkan diri dari wanita di waktu <i>haidh</i> ; dan janganlah kamu mendekati mereka, sebelum mereka suci. Apabila mereka telah suci, maka campurilah mereka itu di tempat yang diperintahkan Allah kepadamu. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertaubat dan menyukai orang-orang yang mensucikan diri.
30	Al-Ma'idah Ayat 101	Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu menanyakan (kepada Nabimu) hal-hal yang jika diterangkan kepadamu akan menyusahkan kamu dan jika kamu menanyakan di waktu Al Quran itu diturunkan, niscaya akan diterangkan kepadamu, Allah memaafkan (kamu) tentang hal-hal itu. Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyantun.
31	An-Nisa' Ayat 1	Hai sekalian manusia, bertakwalah kepada Tuhan-mu yang telah menciptakan kamu dari seorang diri, dan dari padanya Allah menciptakan isterinya; dan dari pada keduanya Allah memperkembang biakkan laki-laki dan perempuan yang banyak. Dan bertakwalah kepada Allah yang dengan (mempergunakan) nama-Nya kamu saling meminta satu sama lain, dan (peliharalah) hubungan silaturrahim. Sesungguhnya Allah selalu menjaga dan mengawasi kamu.

29	HR. Al-Bukhari, Abu Dawud, Ahmad	Para rasul tak ubahnya bagaikan saudara seapak. Syariah mereka banyak, tetapi agama (akidah)-nya satu (yaitu mentauhidkan Allah).
----	----------------------------------	---



31	Al-Hujarat Ayat 13	Hai manusia, sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling takwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha Mengenal.
----	-----------------------	---



LAMPIRAN II

KUISIONER

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Responden yang terhormat

Sehubungan dengan penelitian yang saya lakukan, saya mohon kepada Bapak/Ibu/Saudara/I, untuk bersedia menjawab kuisisioner ini dalam rangka penyusunan tugas akhir sebagai salah satu syarat kelulusan program strata 1 (S1), dengan skripsi berjudul: **“Pengaruh Strategi Keunggulan Bersaing, *Positioning* dan *Market Orientation* Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Kasus Pada PT BPR Syariah Bangun Drajat Warga Yogyakarta)”**.

Oleh karena itu, saya mengharapkan bantuan Bapak/Ibu/Saudara/I, untuk memberikan jawaban yang sesungguhnya. Saya menjamin kerahasiaan yang Bapak/Ibu/Saudara/I berikan, karena jawaban tersebut hanya sebagai bahan atau data penelitian dan tidak untuk dipublikasikan.

DATA PENELITI

Nama : Jeffri Gusnandar
NIM : 12391026
Prodi : Manajemen Keuangan Syariah
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas : UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

LEMBAR KUISIONER

Petunjuk Pengisian :

1. Berilah tanda (√) pada pilihan yang sesuai dengan pendapat anda
2. Pilih satu jawaban untuk setiap pertanyaan

IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Jenis Kelamin :

- a. Laki-laki
- b. Perempuan

Usia :

Pekerjaan :

Alamat :

Pilihlah jawaban yang paling sesuai dengan kondisi anda mengenai beberapa pertanyaan dengan memberi tanda (√) sesuai dengan pilihan bobot jawaban yang tersedia pada kolom, dengan rincian sebagai berikut :

(STS) : Sangat Tidak Setuju

(TS) : Tidak Setuju

(S) : Setuju

(SS) : Sangat Setuju

STRATEGI KEUNGGULAN BERSAING

NO	PERTANYAAN	SS	S	TS	STS
		4	3	2	1
1	Saya lebih mudah mengetahui letak kantor BPR Bangun Drajat Warga Yogyakarta				
2	Saya lebih mudah mendapatkan informasi dari produk BPRS Bangun Drajat Warga Yogyakarta				
3	Saya merasakan manfaat dan kemudahan dari produk yang ditawarkan BPRS Bangun Drajat Warga Yogyakarta				
4	Saya mendapatkan apa yang saya butuhkan di BPRS Bangun Drajat Warga Yogyakarta				
5	Produk yang ditawarkan BPRS Bangun Drajat Warga sangat membantu saya				
6	Pelayanan yang diberikan kepada saya lebih baik dari pada instansi lainnya				

STRATEGI POSITIONING

NO	PERTANYAAN	SS	S	TS	STS
		4	3	2	1
1	Produk yang ditawarkan BPRS Bangun Drajat Warga sesuai yang saya butuhkan				
2	Saya diberi kemudahan oleh BPRS Bangun Drajat Warga sesuai apa yang saya inginkan				
3	Saya mendapatkan apa yang saya cari di BPRS Bangun Drajat Warga				
4	Saya memperoleh apa yang saya butuhkan sesuai dengan kondisi ekonomi saya				
5	BPRS Bangun Drajat Warga sangat membantu dalam mengatasi kesulitan ekonomi saya				

MARKET ORIENTATION

NO	PERTANYAAN	SS	S	TS	STS
		4	3	2	1
1	BPRS Bangun Drajat Warga hadir sesuai kebutuhan masyarakat saat ini				
2	BPRS Bangun Drajat Warga hadir sesuai kondisi ekonomi masyarakat saat ini				
3	BPRS Bangun Drajat Warga selalu menerima kritik dan saran untuk perkembangan produk dan layanannya				
4	Saya merasa puas dengan produk yang ditawarkan BPRS Bangun Drajat Warga				
5	BPRS Bangun Drajat Warga merespon dengan cepat perkembangan para pesaing				

KINERJA PERUSAHAAN

NO	PERTANYAAN	SS	S	TS	STS
		4	3	2	1
1	Pelayanan yang diberikan BPRS Bangun Drajat Warga sangat baik				
2	Peningkatan kualitas pelayanan BPRS Bangun Drajat Warga selalu saya rasakan dari waktu ke waktu				
3	BPRS Bangun Drajat Warga selalu menghadirkan inovasi dan solusi terbaru pada produknya				
4	BPRS Bangun Drajat Warga selalu merespon setiap keluhan saya				
5	BPRS Bangun Drajat Warga memegang teguh prinsip syariah dalam setiap produknya				

LAMPIRAN III

DATA KUISIONER

NO	Strategi Keunggulan Bersaing								Strategi Positioning							
	V1.1	V1.2	V1.3	V1.4	V1.5	V1.6	Total	Rata2	V2.1	V2.2	V2.3	V2.4	V2.5	Total	Rata2	
1	3	4	4	3	4	4	22	3.67	3	3	3	4	4	17	3.40	
2	3	4	3	3	4	3	20	3.33	3	4	3	4	3	17	3.40	
3	3	3	3	4	4	4	21	3.50	2	2	1	1	3	9	1.80	
4	3	3	4	4	4	3	21	3.50	3	3	4	4	4	18	3.60	
5	3	3	4	3	3	3	19	3.17	3	3	3	3	3	15	3.00	
6	3	3	3	3	3	3	18	3.00	3	3	2	3	3	14	2.80	
7	4	4	3	3	3	3	20	3.33	3	4	3	3	3	16	3.20	
8	4	3	3	3	3	3	19	3.17	3	3	3	3	3	15	3.00	
9	3	4	3	4	3	3	20	3.33	4	4	4	4	4	20	4.00	
10	3	3	3	3	3	3	18	3.00	3	3	3	4	3	16	3.20	
11	3	3	4	3	3	4	20	3.33	3	3	3	3	4	16	3.20	
12	4	3	3	3	3	4	20	3.33	3	3	3	3	3	15	3.00	
13	3	3	4	3	4	3	20	3.33	4	4	4	4	3	19	3.80	
14	4	3	3	3	3	4	20	3.33	4	4	3	3	3	17	3.40	
15	4	4	4	4	4	4	24	4.00	4	4	4	4	4	20	4.00	
16	4	3	3	3	4	3	20	3.33	3	4	4	4	4	19	3.80	
17	3	3	3	3	3	2	17	2.83	3	3	2	3	2	13	2.60	
18	4	3	4	3	3	4	21	3.50	3	3	3	3	3	15	3.00	
19	3	3	3	3	3	3	18	3.00	2	2	2	2	3	11	2.20	
20	3	4	3	4	3	3	20	3.33	3	4	4	4	4	19	3.80	
21	4	3	4	4	3	3	21	3.50	3	3	4	3	3	16	3.20	
22	4	4	3	4	4	4	23	3.83	4	3	4	3	4	18	3.60	
23	3	4	3	4	3	3	20	3.33	3	3	3	3	3	15	3.00	
24	3	4	3	4	3	3	20	3.33	3	3	4	4	3	17	3.40	
25	4	4	4	4	3	4	23	3.83	4	4	3	4	4	19	3.80	
26	4	4	3	4	4	4	23	3.83	4	4	4	3	4	19	3.80	
27	3	4	3	4	4	4	22	3.67	3	4	3	4	4	18	3.60	
28	4	4	4	4	4	4	24	4.00	4	3	3	4	4	18	3.60	
29	3	4	3	4	3	3	20	3.33	3	3	3	3	3	15	3.00	
30	3	4	3	4	3	4	21	3.50	3	4	4	3	3	17	3.40	
31	4	3	4	4	3	4	22	3.67	3	4	4	3	4	18	3.60	
32	4	3	3	4	3	3	20	3.33	3	3	3	4	4	17	3.40	
33	3	4	3	4	3	3	20	3.33	3	3	3	3	3	15	3.00	
34	3	3	3	4	3	3	19	3.17	3	3	3	3	3	15	3.00	
35	3	3	3	2	2	3	16	2.67	3	3	2	3	3	14	2.80	
36	3	3	4	3	3	3	19	3.17	3	3	3	3	3	15	3.00	
37	3	3	3	3	3	3	18	3.00	3	3	3	3	3	15	3.00	
38	3	3	3	3	3	3	18	3.00	3	2	3	3	3	14	2.80	
39	3	3	3	3	4	4	20	3.33	3	3	3	4	3	16	3.20	
40	3	4	3	3	4	3	20	3.33	3	3	4	3	3	16	3.20	
41	4	3	3	3	3	3	19	3.17	3	4	3	3	3	16	3.20	

42	3	3	3	3	2	3	17	2.83	3	3	3	3	2	14	2.80
43	3	3	3	3	2	3	17	2.83	3	3	3	3	4	16	3.20
44	3	4	3	3	4	3	20	3.33	3	3	4	3	3	16	3.20
45	4	3	3	4	3	3	20	3.33	3	3	3	4	3	16	3.20
46	4	3	4	4	3	4	22	3.67	3	4	3	4	4	18	3.60
47	3	3	3	3	3	3	18	3.00	3	3	3	3	3	15	3.00
48	3	3	3	3	4	3	19	3.17	3	3	3	3	3	15	3.00
49	3	4	3	4	3	4	21	3.50	3	3	3	3	4	16	3.20
50	4	3	3	3	3	3	19	3.17	3	3	3	3	3	15	3.00
51	4	3	3	4	3	3	20	3.33	3	4	3	3	3	16	3.20
52	3	4	3	4	3	4	21	3.50	3	3	4	3	3	16	3.20
53	3	4	4	4	4	3	22	3.67	3	4	3	4	4	18	3.60
54	4	3	3	4	3	4	21	3.50	3	3	4	3	4	17	3.40
55	4	4	3	4	4	4	23	3.83	3	4	3	4	4	18	3.60
56	4	3	4	4	4	4	23	3.83	3	4	4	4	4	19	3.80
57	4	4	4	3	4	3	22	3.67	4	4	4	4	4	20	4.00
58	4	4	3	3	4	4	22	3.67	4	4	4	4	4	20	4.00
59	4	4	4	4	4	3	23	3.83	4	4	4	4	4	20	4.00
60	4	4	3	3	3	3	20	3.33	3	4	4	3	4	18	3.60
61	3	4	3	3	4	4	21	3.50	4	4	4	4	4	20	4.00
62	4	4	3	3	3	3	20	3.33	3	3	4	3	3	16	3.20
63	3	4	3	4	4	3	21	3.50	3	4	3	4	4	18	3.60
64	3	3	4	3	4	3	20	3.33	3	3	4	3	3	16	3.20
65	3	4	3	4	3	3	20	3.33	4	4	3	4	4	19	3.80
66	3	4	4	3	4	3	21	3.50	4	3	4	4	4	19	3.80
67	3	3	3	3	3	3	18	3.00	4	3	4	3	4	18	3.60
68	3	3	3	3	3	3	18	3.00	4	3	4	3	3	17	3.40
69	3	4	3	3	3	3	19	3.17	4	4	3	3	3	17	3.40
70	4	4	3	3	3	3	20	3.33	3	3	4	4	3	17	3.40
71	3	4	3	3	4	3	20	3.33	4	3	3	3	3	16	3.20
72	3	3	3	3	4	4	20	3.33	4	4	3	4	4	19	3.80
73	3	3	3	3	3	3	18	3.00	3	4	4	4	3	18	3.60
74	3	3	3	3	4	3	19	3.17	3	3	4	4	4	18	3.60
75	4	4	4	4	3	4	23	3.83	3	3	3	3	4	16	3.20
76	4	4	4	4	4	4	24	4.00	4	4	3	4	4	19	3.80
77	3	4	3	3	3	3	19	3.17	3	4	4	4	4	19	3.80
78	4	3	3	3	4	3	20	3.33	3	3	3	3	4	16	3.20
79	3	3	3	3	3	3	18	3.00	4	3	3	4	4	18	3.60
80	3	3	3	3	3	3	18	3.00	4	4	4	4	4	20	4.00
81	3	3	3	3	3	3	18	3.00	3	4	4	3	4	18	3.60
82	3	3	3	3	3	4	19	3.17	3	4	3	3	3	16	3.20
83	3	3	3	3	3	3	18	3.00	3	3	4	4	3	17	3.40
84	3	4	3	3	3	4	20	3.33	4	3	3	3	3	16	3.20
85	3	4	3	3	3	3	19	3.17	4	3	3	3	3	16	3.20
86	3	3	3	3	3	3	18	3.00	3	3	4	4	3	17	3.40
87	3	3	3	3	3	3	18	3.00	4	3	3	3	3	16	3.20

88	3	3	3	3	4	3	19	3.17	3	3	4	3	3	16	3.20
89	3	3	3	3	3	3	18	3.00	3	3	4	2	3	15	3.00
90	3	3	3	3	4	4	20	3.33	3	3	3	4	3	16	3.20
91	3	3	3	3	3	4	19	3.17	3	3	3	3	3	15	3.00
92	4	3	3	3	3	3	19	3.17	3	3	3	3	3	15	3.00
93	3	4	3	3	3	3	19	3.17	3	3	4	4	3	17	3.40
94	3	3	3	3	3	3	18	3.00	3	3	3	3	3	15	3.00
95	3	3	3	3	3	3	18	3.00	4	3	4	4	3	18	3.60
96	3	3	3	3	3	3	18	3.00	3	4	4	3	4	18	3.60
97	3	3	3	3	3	3	18	3.00	3	3	4	3	3	16	3.20
98	4	3	4	3	3	4	21	3.50	4	3	4	3	4	18	3.60
99	3	3	3	4	4	3	20	3.33	4	4	3	4	3	18	3.60
100	4	4	3	4	3	3	21	3.50	3	4	3	4	4	18	3.60



NO	Market Orientation							Kinerja Perusahaan						
	V3.1	V3.2	V3.3	V3.4	V3.5	Total	Rata2	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Total	Rata2
1	3	3	3	2	2	13	2.60	2	2	2	3	3	12	2.40
2	3	3	4	3	4	17	3.40	4	3	4	3	4	18	3.60
3	3	4	3	3	4	17	3.40	4	4	4	3	4	19	3.80
4	4	3	3	4	3	17	3.40	4	3	3	3	4	17	3.40
5	4	3	3	3	4	17	3.40	4	4	4	3	4	19	3.80
6	3	3	3	2	2	13	2.60	3	3	2	3	3	14	2.80
7	3	3	4	3	3	16	3.20	3	3	3	3	3	15	3.00
8	3	3	3	3	3	15	3.00	3	3	3	3	3	15	3.00
9	4	4	4	4	4	20	4.00	4	4	4	4	4	20	4.00
10	3	4	3	4	3	17	3.40	4	3	3	3	3	16	3.20
11	3	4	4	3	3	17	3.40	3	3	3	3	4	16	3.20
12	4	4	4	3	3	18	3.60	4	4	3	3	3	17	3.40
13	3	3	4	3	3	16	3.20	3	3	2	3	4	15	3.00
14	3	4	3	4	3	17	3.40	3	3	4	3	4	17	3.40
15	4	4	4	4	4	20	4.00	4	4	4	4	4	20	4.00
16	3	3	3	3	3	15	3.00	3	3	3	3	3	15	3.00
17	3	3	2	3	2	13	2.60	4	2	3	3	3	15	3.00
18	3	4	4	3	4	18	3.60	4	3	3	4	4	18	3.60
19	3	3	3	3	3	15	3.00	4	3	2	3	3	15	3.00
20	4	3	4	3	3	17	3.40	4	3	4	4	4	19	3.80
21	3	4	4	4	4	19	3.80	4	3	4	3	3	17	3.40
22	3	4	3	4	4	18	3.60	4	4	4	4	4	20	4.00
23	3	3	4	3	3	16	3.20	3	3	3	4	4	17	3.40
24	4	4	4	4	4	20	4.00	4	3	4	4	4	19	3.80
25	4	4	4	4	4	20	4.00	4	4	4	4	4	20	4.00
26	4	4	4	4	4	20	4.00	4	4	4	4	4	20	4.00
27	4	4	4	4	4	20	4.00	4	4	4	4	4	20	4.00
28	4	4	4	3	4	19	3.80	4	4	4	4	4	20	4.00
29	4	3	3	3	3	16	3.20	4	3	3	3	3	16	3.20
30	3	3	4	4	3	17	3.40	3	4	4	4	3	18	3.60
31	3	4	4	4	4	19	3.80	4	4	4	4	3	19	3.80
32	4	3	3	3	4	17	3.40	3	4	4	3	4	18	3.60
33	3	3	3	3	4	16	3.20	3	3	3	3	4	16	3.20
34	4	3	3	3	3	16	3.20	4	3	3	3	3	16	3.20
35	3	3	3	3	3	15	3.00	3	3	3	3	2	14	2.80
36	3	3	3	3	3	15	3.00	3	3	3	3	4	16	3.20
37	3	3	3	3	3	15	3.00	3	3	3	3	3	15	3.00
38	3	3	3	3	3	15	3.00	3	3	4	3	3	16	3.20
39	3	3	3	3	2	14	2.80	4	4	3	3	3	17	3.40
40	4	3	3	3	3	16	3.20	3	3	4	3	4	17	3.40
41	4	3	3	3	3	16	3.20	4	4	3	3	3	17	3.40
42	3	3	3	3	3	15	3.00	3	3	3	3	2	14	2.80
43	3	3	3	3	3	15	3.00	3	3	3	3	4	16	3.20
44	3	3	3	3	3	15	3.00	3	3	4	3	4	17	3.40

45	2	3	3	3	3	14	2.80	4	3	3	3	4	17	3.40
46	3	3	3	3	3	15	3.00	3	4	4	3	4	18	3.60
47	3	3	3	3	3	15	3.00	3	4	4	3	2	16	3.20
48	3	3	3	3	3	15	3.00	3	3	3	3	4	16	3.20
49	2	3	3	3	3	14	2.80	3	3	4	4	4	18	3.60
50	3	3	3	3	3	15	3.00	3	4	4	4	2	17	3.40
51	3	3	4	3	3	16	3.20	3	3	4	3	4	17	3.40
52	4	3	3	3	3	16	3.20	3	4	4	3	3	17	3.40
53	3	3	3	3	3	15	3.00	4	4	4	4	4	20	4.00
54	4	4	3	4	4	19	3.80	4	4	4	4	4	20	4.00
55	4	4	4	4	4	20	4.00	4	4	4	4	4	20	4.00
56	4	4	4	4	4	20	4.00	4	4	4	4	3	19	3.80
57	4	4	4	4	4	20	4.00	4	4	4	4	4	20	4.00
58	4	4	4	4	4	20	4.00	3	4	4	4	4	19	3.80
59	4	4	4	4	4	20	4.00	4	4	4	4	4	20	4.00
60	4	3	3	3	3	16	3.20	4	4	4	4	3	19	3.80
61	4	4	4	4	4	20	4.00	3	4	4	4	4	19	3.80
62	4	4	4	4	4	20	4.00	4	3	3	3	3	16	3.20
63	4	3	3	3	3	16	3.20	4	4	4	4	4	20	4.00
64	4	4	4	4	3	19	3.80	3	3	3	3	3	15	3.00
65	3	3	4	3	3	16	3.20	4	4	4	4	4	20	4.00
66	4	4	3	4	4	19	3.80	4	4	4	4	3	19	3.80
67	3	4	3	4	3	17	3.40	3	3	4	4	3	17	3.40
68	4	4	3	4	4	19	3.80	3	3	3	3	3	15	3.00
69	3	4	4	3	3	17	3.40	3	4	4	3	3	17	3.40
70	4	3	3	4	4	18	3.60	3	3	4	3	4	17	3.40
71	3	4	3	3	3	16	3.20	4	3	3	4	3	17	3.40
72	4	4	4	3	3	18	3.60	4	4	4	4	4	20	4.00
73	3	3	4	4	4	18	3.60	3	3	4	4	4	18	3.60
74	4	3	3	4	4	18	3.60	4	4	3	3	3	17	3.40
75	4	3	3	3	3	16	3.20	4	3	3	3	4	17	3.40
76	4	3	3	3	4	17	3.40	4	4	4	4	4	20	4.00
77	4	3	4	4	4	19	3.80	4	4	3	3	4	18	3.60
78	4	3	3	3	3	16	3.20	4	3	3	3	3	16	3.20
79	4	4	3	3	3	17	3.40	3	4	4	4	4	19	3.80
80	3	4	4	4	3	18	3.60	4	4	4	3	4	19	3.80
81	3	3	4	4	3	17	3.40	3	3	4	4	3	17	3.40
82	4	4	4	3	3	18	3.60	3	3	3	3	3	15	3.00
83	3	3	3	2	2	13	2.60	4	3	3	3	2	15	3.00
84	4	4	3	3	3	17	3.40	3	3	3	3	4	16	3.20
85	3	4	3	3	3	16	3.20	3	3	3	4	4	17	3.40
86	3	3	3	4	4	17	3.40	3	3	3	3	3	15	3.00
87	3	4	3	3	3	16	3.20	3	3	3	3	3	15	3.00
88	3	3	3	4	3	16	3.20	4	4	3	3	3	17	3.40
89	3	3	3	4	2	15	3.00	3	3	4	4	3	17	3.40
90	4	3	3	3	4	17	3.40	4	4	4	3	3	18	3.60

91	4	3	3	3	4	17	3.40	3	3	3	3	3	15	3.00
92	3	3	3	4	3	16	3.20	3	3	3	3	3	15	3.00
93	3	3	3	4	4	17	3.40	3	3	4	4	3	17	3.40
94	3	3	3	3	3	15	3.00	4	3	3	3	3	16	3.20
95	2	2	3	3	3	13	2.60	3	4	4	4	3	18	3.60
96	3	3	3	4	3	16	3.20	3	4	4	4	3	18	3.60
97	3	3	3	4	3	16	3.20	3	3	3	4	3	16	3.20
98	3	4	3	4	4	18	3.60	4	3	4	4	4	19	3.80
99	4	3	4	3	4	18	3.60	3	4	4	4	3	18	3.60
100	4	3	3	4	3	17	3.40	3	4	4	4	3	18	3.60



LAMPIRAN IV

UJI VALIDITAS

X1 (STRATEGI KEUNGGULAN BERSAING)

Correlations

		x11	x12	x13	x14	x15	x16	Strategi Keunggulan Bersaing
x11	Pearson Correlation	1	.088	.281**	.275**	.073	.299**	.558**
	Sig. (2-tailed)		.382	.005	.006	.470	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
x12	Pearson Correlation	.088	1	.048	.373**	.262**	.157	.557**
	Sig. (2-tailed)	.382		.635	.000	.008	.119	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
x13	Pearson Correlation	.281**	.048	1	.221*	.251*	.272**	.552**
	Sig. (2-tailed)	.005	.635		.027	.012	.006	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
x14	Pearson Correlation	.275**	.373**	.221*	1	.187	.287**	.666**
	Sig. (2-tailed)	.006	.000	.027		.063	.004	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
x15	Pearson Correlation	.073	.262**	.251*	.187	1	.241*	.584**
	Sig. (2-tailed)	.470	.008	.012	.063		.016	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
x16	Pearson Correlation	.299**	.157	.272**	.287**	.241*	1	.633**
	Sig. (2-tailed)	.002	.119	.006	.004	.016		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Strategi Keunggulan Bersaing	Pearson Correlation	.558**	.557**	.552**	.666**	.584**	.633**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

X2 (STRATEGI POSITIONING)

Correlations

		x21	x22	x23	x24	x25	Strategi Positioning
x21	Pearson Correlation	1	.356**	.294**	.362**	.298**	.638**
	Sig. (2-tailed)		.000	.003	.000	.003	.000
	N	100	100	100	100	100	100
x22	Pearson Correlation	.356**	1	.301**	.488**	.439**	.734**
	Sig. (2-tailed)	.000		.002	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
x23	Pearson Correlation	.294**	.301**	1	.349**	.298**	.665**
	Sig. (2-tailed)	.003	.002		.000	.003	.000
	N	100	100	100	100	100	100
x24	Pearson Correlation	.362**	.488**	.349**	1	.418**	.758**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
x25	Pearson Correlation	.298**	.439**	.298**	.418**	1	.696**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.003	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Strategi Positioning	Pearson Correlation	.638**	.734**	.665**	.758**	.696**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

X3 (MARKET ORIENTATION)

Correlations

		x31	x32	x33	x34	x35	Market Orientation
x31	Pearson Correlation	1	.319**	.243*	.230*	.419**	.637**
	Sig. (2-tailed)		.001	.015	.022	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
x32	Pearson Correlation	.319**	1	.441**	.415**	.397**	.719**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
x33	Pearson Correlation	.243*	.441**	1	.299**	.388**	.659**
	Sig. (2-tailed)	.015	.000		.003	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
x34	Pearson Correlation	.230*	.415**	.299**	1	.528**	.708**
	Sig. (2-tailed)	.022	.000	.003		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
x35	Pearson Correlation	.419**	.397**	.388**	.528**	1	.791**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Market Orientation	Pearson Correlation	.637**	.719**	.659**	.708**	.791**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Y (KINERJA PERUSAHAAN)

Correlations

		y1	y2	y3	y4	y5	Kinerja Perusahaan
y1	Pearson Correlation	1	.363**	.162	.185	.203*	.566**
	Sig. (2-tailed)		.000	.107	.065	.043	.000
	N	100	100	100	100	100	100
y2	Pearson Correlation	.363**	1	.575**	.415**	.144	.737**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.152	.000
	N	100	100	100	100	100	100
y3	Pearson Correlation	.162	.575**	1	.565**	.283**	.773**
	Sig. (2-tailed)	.107	.000		.000	.004	.000
	N	100	100	100	100	100	100
y4	Pearson Correlation	.185	.415**	.565**	1	.243*	.702**
	Sig. (2-tailed)	.065	.000	.000		.015	.000
	N	100	100	100	100	100	100
y5	Pearson Correlation	.203*	.144	.283**	.243*	1	.578**
	Sig. (2-tailed)	.043	.152	.004	.015		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Kinerja Perusahaan	Pearson Correlation	.566**	.737**	.773**	.702**	.578**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

UJI REABILITAS

X1 (STRATEGI KEUNGGULAN BERSAING)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excludeda	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.628	6

X2 (STRATEGI POSITIONING)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excludeda	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.736	5

X3 (MARKET ORIENTATION)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excludeda	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.744	5

Y (KINERJA PERUSAHAAN)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excludeda	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.692	5



UJI NORMALITAS K-S

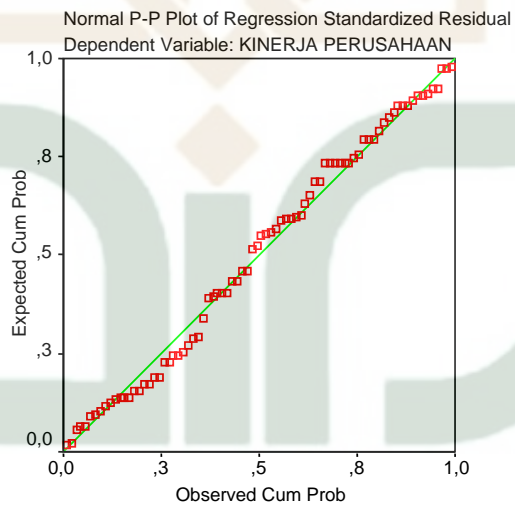
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Strategi Keunggulan Bersaing	Strategi Positioning	Market Orientation	Kinerja Perusahaan
N		100	100	100	100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	19.9100	16.7400	16.8100	17.2900
	Std. Deviation	1.71208	1.92075	1.88934	1.83840
Most Extreme Differences	Absolute	.179	.140	.140	.143
	Positive	.179	.140	.140	.143
	Negative	-.121	-.124	-.089	-.114
Kolmogorov-Smirnov Z		1.790	1.400	1.399	1.427
Asymp. Sig. (2-tailed)		.329	.397	.398	.341

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

GRAFIK UJI NORMALITAS



UJI MULTIKOLONIERITAS

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.058	1.612		.657	.513		
Strategi Keunggulan Bersaing	.382	.091	.355	4.212	.000	.693	1.442
Strategi Positioning	.270	.082	.282	3.292	.001	.675	1.483
Market Orientation	.245	.086	.252	2.852	.005	.633	1.579

a. Dependent Variable: Kinerja Perusahaan

UJI HETEROSKEDASTISITAS

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.533	1.100		1.394	.167
Strategi Keunggulan Bersaing	.044	.062	.086	.710	.479
Strategi Positioning	.004	.056	.009	.072	.943
Market Orientation	-.093	.059	-.201	-1.589	.115

a. Dependent Variable: RES2

UJI REGRESI LINEAR BERGANDA

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.058	1.612		.657	.513
Strategi Keunggulan Bersaing	.382	.091	.355	4.212	.000
Strategi Positioning	.270	.082	.282	3.292	.001
Market Orientation	.245	.086	.252	2.852	.005

a. Dependent Variable: Kinerja Perusahaan

KOEFSISIEN DETERMINASI

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.725 ^a	.526	.511	1.28538

a. Predictors: (Constant), Market Orientation, Strategi Keunggulan Bersaing, Strategi Positioning

UJI F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	175.978	3	58.659	35.504	.000 ^a
	Residual	158.612	96	1.652		
	Total	334.590	99			

a. Predictors: (Constant), Market Orientation, Strategi Keunggulan Bersaing, Strategi Positioning

b. Dependent Variable: Kinerja Perusahaan

UJI t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.058	1.612		.657	.513
Strategi Keunggulan Bersaing	.382	.091	.355	4.212	.000
Strategi Positioning	.270	.082	.282	3.292	.001
Market Orientation	.245	.086	.252	2.852	.005

a. Dependent Variable: Kinerja Perusahaan

CURRICULUM VITAE

- **Data Pribadi**

Nama : Jeffri Gusnandar
Tempat, Tanggal Lahir : Megang Sakti III, 14 Agustus 1994
Jenis Kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
Alamat : Dusun I, RT/RW 004/001, Desa Megang Sakti III, Kec. Megang Sakti, Kab. Musi Rawas, Sumatera Selatan
Telepon : 08983321123
Email : jeffrigusnandar@gmail.com
Nama Bapak : Yarsono
Nama Ibu : Lilik Nurmala

- **Latar Belakang Pendidikan**

2000 – 2006 : SD Negeri 1 Sungai Dangku
2006 – 2009 : SMP Negeri Megang Sakti
2009 – 2012 : MA Madrasatul Qur an Tebuireng
2012 – sekarang : Program Studi Manajemen Keuangan Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta