

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pembangunan nasional bertujuan meningkatkan kinerja perekonomian agar mampu menciptakan lapangan kerja, dan kehidupan yang layak bagi seluruh rakyat yang pada gilirannya akan mewujudkan kesejahteraan penduduk Indonesia. Sasaran pembangunan nasional diantaranya adalah terciptanya modal dan memperluas kegiatan ekonomi. Modal sangat dibutuhkan masyarakat yang berwirausaha karena dengan modal masyarakat memiliki peluang usaha, memperluas kegiatan ekonomi dan membuka lapangan kerja, dengan adanya lembaga keuangan yang dapat menjangkau masyarakat menengah ke bawah untuk meningkatkan taraf hidup.

Lembaga Keuangan Syariah merupakan instrumen penting dalam pembangunan ekonomi, sehingga negara dan masyarakat tidak dapat mengabaikan keberadaan lembaga keuangan syariah. Lembaga Keuangan Syariah terbagi menjadi dua yaitu lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan non bank. Perbankan syariah merupakan salah satu lembaga keuangan bank yang berfungsi untuk menghimpun dana yang berlebih dari masyarakat yang kemudian disalurkan ke masyarakat.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup>Muhammad, *Manajemen Pembiayaan Mudharabah di Bank Syariah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), hal. 17.

Perbankan syariah merupakan bank yang sistem operasionalnya tidak menggunakan sistem bunga dan produknya dikembangkan sesuai dengan Al-Qur'an dan Hadist. Sistem operasional dibentuk berdasarkan pada larangan agama Islam untuk melakukan transaksi yang mengandung bunga (*riba*). Kritik sistem perbankan syariah terhadap perbankan konvensional bukan dalam hal fungsinya sebagai lembaga keuangan, akan tetapi karena didalam operasionalnya terdapat unsur-unsur yang dilarang, berupa unsur perjudian (*maisyir*), unsur ketidakpastian (*gharar*), unsur bunga (*riba*), dan unsur kebathilan.

Undang-Undang Perbankan Nomor 21 tahun 2008 tentang Tabungan adalah simpanan berdasarkan akad *wadiah* atau investasi dana berdasarkan akad *mudharabah* atau akad lainnya yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet dan giro atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.<sup>2</sup>

Perbankan syariah memiliki peranan penting dalam aktivitas menabung, hal ini sesuai dengan fungsi perbankan sebagai lembaga yang mempunyai tiga fungsi yaitu, menerima simpanan uang, meminjamkan uang, dan memberikan jasa pengiriman uang. Jasa yang diberikan perbankan berupa menerima simpanan uang merupakan salah satu fasilitas yang membantu masyarakat untuk menabung. Allah SWT berfirman dalam Al-Qur'an dijelaskan dalam QS. Al-Hasyr ayat 18:

---

<sup>2</sup>Adiwarman A. Karim, *Bank Islam: Fiqih dan keuangan edisi ke-9*, (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2013), hal. 299.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَانظُرُوا نَفْسَ مَا قَدَّمْتُمْ لِغَدٍ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ  
بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya;

“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat); dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.”<sup>3</sup>

Penjelasan dari ayat Al-quran di atas secara kontekstual bahwa hari esok adalah akhirat, namun kalau diambil maknanya secara financial maka ayat ini menganjurkan untuk mempersiapkan segala sesuatu untuk hari esok termasuk dana. Tidak ada yang tahu, apakah akan kecukupan atau kekurangan dana suatu hari. Salah satu cara untuk menghadapi kehidupan di hari esok adalah dengan menabung, jadi tidak ada kata lain untuk tidak menabung.

Ayat lain yang menganjurkan menabung yaitu, dalam QS. Al Isra’ (17) ayat 29:

وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعُدَ مَلُومًا مَّحْسُورًا

Artinya:

“Dan janganlah kamu jadikan tanganmu terbelenggu pada lehermu (pelit) dan janganlah kamu terlalu mengulurkannya (boros) karena itu kamu menjadi tercela dan menyesal.”<sup>4</sup>

Penjelasan dari ayat di atas adalah menganjurkan untuk tidak bersikap pelit yang bisa menyebabkan tercela karena kelipatannya dan anjuran atau himbauan untuk tidak boros agar tidak menyesal, terlalu

<sup>3</sup>Yayasan Penyelenggara Penterjemah/Pentafsir Al Qur’an, *Al Qur’an dan Terjemahnya*, (Madinah Al Munawwarah: Kompleks Percetakan AlQur’an Raja Fahd, 1971), hal. 919.

<sup>4</sup> *Ibid*, hal. 428.

pemurah serta dilihat dari kata “tidak boros” mempunyai pengertian sederhana yaitu sebagai anjuran menyetor sebagian harta yang dipergunakan untuk masa depan (menabung).

*MasterCard* melakukan survei dalam *MasterCard Survey on Consumer Purchasing Priorities* mengenai pengelolaan keuangan menunjukkan bahwa 89% dari masyarakat Indonesia telah menyetor pendapatan atau menabung dalam jumlah yang lebih banyak. Prioritas utama masyarakat Indonesia dimulai dari adanya kesadaran menabung untuk berinvestasi di masa depan, dana pensiun dan kebutuhan properti (membeli atau merenovasi rumah).<sup>5</sup>

Tulungagung menjadi salah satu daerah yang mengalami peningkatan jumlah tabungan dari tahun ke tahun, dilihat dari tabel di atas tumbuh sebesar 0,039% dengan jumlah tabungan 95,910,775 dan Tulungagung bisa dikatakan daerah yang tepat dalam upaya pengembangan ekonomi dari sektor keuangan. Tabel di bawah ini adalah pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Tulungagung.

Tabel 1.3  
Perkembangan Jumlah Tabungan di Kabupaten Tulungagung

---

<sup>5</sup>Anastasia Joice, Sebanyak 89 Persen Masyarakat Indonesia Menabung dalam <https://ekonomi.kompas.com/read/2013/04/22/1925215/Sebanyak.89.Persen.Masyarakat.Indonesia.Menabung> diakses pada 16 Maret 2018, pukul 11:21.

Periode November 2012-2016<sup>6</sup>

(dalam rupiah)

No	Tahun	Tabungan
1	2012	63,651,931
2	2013	67,473,144
3	2014	73,341,448
4	2015	90,915,493
5	2016	95,910,775

Sumber: Statistik Daerah Kabupaten Tulungagung, 2017

Tabel 1.3 menjelaskan bahwa jumlah tabungan di Kabupaten Tulungagung dari periode November tahun 2012 sampai 2016 mengalami peningkatan secara terus menerus di setiap tahunnya. Periode November tahun 2012 total jumlah tabungan sebesar Rp.63.651.931,-, periode November tahun 2016 jumlah tabungan mencapai Rp.95.910.775,-. Periode November tahun 2012 sampai tahun 2016 memiliki persentase sebesar 0,663%, peningkatan jumlah tabungan ini merupakan salah satu indikator adanya perkembangan kegiatan ekonomi di suatu daerah, dapat terciptanya permodalan usaha menengah ke bawah, mengurangi pengangguran, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Nasabah yang ingin menginvestasikan dananya bisa di Lembaga Keuangan bank maupun Lembaga Keuangan non bank, Lembaga keuangan non bank berdiri untuk membantu masyarakat menengah ke bawah dalam sektor keuangan, terutama pada permodalan usaha. Lembaga Keuangan Syariah non bank diantaranya adalah Asuransi Syariah, Pegadaian Syariah, dan *Baitul Maal wa Tamwil* (BMT).

---

<sup>6</sup>Statistik Perbankan, *Dana Pihak Ketiga BPR Konvensional di Provinsi Jawa Timur Periode: November 2012-2016* dalam <https://www.bi.go.id/id/statistik/perbankan/bpr-konvensional/simpanan/Default.aspx> diakses pada 08 Maret 2018, pukul 16:17.

*Baitul Maal wa Tamwil* (BMT) merupakan suatu lembaga yang terdiri dari dua istilah, yaitu *Baitul Maal* dan *Baitul Tamwil*. *Baitul Maal* lebih mengarah pada usaha-usaha pengumpulan dana dan penyaluran dana yang *nonprofit*, seperti: zakat, infaq, dan sedekah. *Baitul Tamwil* sebagai usaha pengumpulan dan penyaluran dana komersial.<sup>7</sup> Mu'alim dan Abidin menyatakan bahwa *Baitul Maal wa Tamwil* (BMT) adalah kelompok swadaya masyarakat sebagai lembaga ekonomi rakyat yang berupaya mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dengan sistem bagi hasil (*profit sharing*) untuk meningkatkan kualitas ekonomi pengusaha kecil dalam upaya pengentasan kemiskinan.<sup>8</sup>

*Baitul Maal wa Tamwil* mempunyai bermacam-macam produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan masyarakat, salah satunya adalah *Baitul Maal wa Tamwil* (BMT) PETA Tulungagung. *Baitul Maal wa Tamwil* (BMT) PETA Tulungagung memiliki beberapa produk simpanan diantaranya adalah Tabungan Botol, di dalam menawarkan produknya terjadi persaingan antara *Baitul Maal wa Tamwil* (BMT) lainnya sehingga perlu adanya strategi didalam pemasaran produk tersebut.

Strategi pemasaran harus dapat memberikan gambaran yang jelas tentang apa yang dilakukan dalam menggunakan setiap kesempatan atau peluang pada beberapa sasaran pasar. Strategi merupakan serangkaian

---

<sup>7</sup> Nurul Huda dan Mohamad Heykal, *Lembaga Keuangan Islam Tinjauan Teoretis dan Praktis*, (Jakarta: Kencana, 2010), hal. 363.

<sup>8</sup>Heny Yuningrum, *Mengukur Kinerja Operasional BMT Pada Tahun 2010 Dari Segi Efisiensi Dengan Data Envelopment Analysis*, (Semarang: IAIN Walisongo Semarang, 2012), hal. 25-26.

rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah lembaga harus beroperasi untuk mencapai tujuannya.<sup>9</sup>

Lembaga perlu mengetahui faktor-faktor yang menjadi keunggulan sekaligus kelemahan dengan mengambil acuan kepada pesaingnya, maka diharuskan menerapkan konsep strategi pemasaran berdasarkan matrik *Boston Consulting Group* (BCG). Matrik *Boston Consulting Group* (BCG) adalah membagi sebuah daerah dengan dua garis yaitu vertikal dan horizontal menjadi empat daerah (kuadran). Empat daerah tersebut diberi nama yaitu tanda tanya (*question mark*), bintang (*star*), sapi perah (*cash cow*), dan anjing (*dog*). Garis horizontal menggambarkan posisi relatif dari pangsa pasar yang dikuasai perusahaan, sedangkan garis vertikal melukiskan tingkat pertumbuhan pangsa pasar.<sup>10</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Widyatmini dan M. Fadli Fajar dengan judul “Analisis Matriks *Boston Consulting Group* (BCG) pada Strategi Pemasaran Produk pada CV. Turangga Mas Motor”. Metode yang digunakan adalah analisis matrik *Boston Consulting Group* (BCG), hasil penelitian ini bahwa dapat diketahui bahwa tingkat pertumbuhan pasar CV. Turangga Mas Motor sebesar 21% yang berarti bahwa CV. Turangga Mas Motor memiliki tingkat pertumbuhan pasar yang tinggi. Nilai pangsa pasar relatif CV. Turangga Mas Motor pada tahun 2007 adalah sebesar 1,55x dan tahun 2008 sebesar 1,61x, dimana kedua nilai pangsa pasar

---

<sup>9</sup> William J, Stanton, *Prinsip Pemasaran*, Alih bahasa Wilhelmus W. Bokowatun, (Jakarta: Erlangga, 2006), hal. 7.

<sup>10</sup> Amirullah, *Manajemen Strategi Teori-Konsep-Kinerja*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015), hal. 142.

tersebut memiliki nilai lebih besar dari satu ( $>1$ ) sehingga CV. Turangga Mas Motor berada dalam posisi kuadran stars, yang menandakan bahwa pertumbuhan pasar tinggi dengan pangsa pasar tinggi. Strategi yang dapat digunakan oleh CV. Turangga Mas Motor adalah dengan melakukan investasi untuk memperkuat posisi dominannya didalam pasar yang sedang tumbuh, bekerja sama dengan pemasok dalam membuka cabang di daerah lain untuk meningkatkan penjualan.

Latar belakang di atas menjadi alasan peneliti untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Matrik Boston Consulting Group Tabungan Botol untuk Meningkatkan Minat Menabung di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Baitul Maal wa Tamwil Perekonomian Tasyrikah Agung Tulungagung”**

## **B. Fokus Penelitian**

1. Bagaimana pemetaan produk tabungan botol dengan matrik *Boston Consulting Group* di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Baitul Maal wa Tamwil Perekonomian Tasyrikah Agung (PETA) Tulungagung?
2. Bagaimana strategi pemasaran produk tabungan botol guna meningkatkan minat menabung dengan matrik *Boston Consulting Group* di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Baitul Maal wa Tamwil Perekonomian Tasyrikah Agung (PETA) Tulungagung?



### **C. Tujuan Penelitian**

1. Menganalisa pemetaan produk tabungan botol dengan matrik *Boston Consulting Group* di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Baitul Maal wa Tamwil Perekonomian Tasyrikah Agung (PETA) Tulungagung.
2. Menganalisa strategi pemasaran produk tabungan botol guna meningkatkan minat menabung dengan matrik *Boston Consulting Group* di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Baitul Maal wa Tamwil Perekonomian Tasyrikah Agung (PETA) Tulungagung.

### **D. Kegunaan Penelitian**

Kegunaan yang diharapkan penulis antara lain:

#### **1. Secara Teoritis**

Penelitian ini dapat bermanfaat untuk pengembangan keilmuan khususnya di bidang perbankan syariah yang berkaitan dengan analisis matrik *Boston Consulting Group* (BCG) terhadap strategi pemasaran produk tabungan guna meningkatkan minat menabung.

#### **2. Secara Praktis**

##### **a. Bagi Lembaga**

Penelitian ini, dapat menjadi bahan pertimbangan dalam merumuskan volume pertumbuhan dan volume pangsa pasar relatif serta strategi pemasaran guna meningkatkan minat menabung khususnya di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan

Syariah Baitul Maal wa Tamwil Perekonomian Tasyrikah Agung (PETA) Tulungagung.

b. Bagi Akademik

Penelitian ini bisa menambah perbendaharaan kepustakaan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, dan menyumbangkan hasil penelitian yang bisa bermanfaat bagi pembaca.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini bisa menjadi referensi tambahan bagi penelitian selanjutnya dengan tema yang sejenis, sehingga ilmu pengetahuan tentang analisis matrik *Boston Consulting Group* (BCG) bisa terus diikuti perkembangannya.

## **E. Penegasan Istilah**

### 1. Penegasan Konseptual

- a. *Matrik Boston Consulting Group* : *Matrik Boston Consulting Group* (BCG) adalah bagan yang diciptakan oleh Bruce Henderson untuk Boston Consulting Group pada tahun 1970 untuk membantu perusahaan dengan menganalisis unit bisnis atau lini produk. Matriks BCG membantu perusahaan mengalokasikan sumber daya

- dan digunakan sebagai alat analitis dalam merek pemasaran, manajemen produk, manajemen strategis, dan analisis portofolio.<sup>11</sup>
- b. Strategi : Strategi merupakan serangkaian rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuannya.<sup>12</sup>
  - c. Pemasaran : Pemasaran merupakan suatu proses sosial dan manajerial yang didalam individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.<sup>13</sup>
  - d. Strategi Pemasaran: Strategi Pemasaran merupakan alat fundamental yang dirancang atau direncanakan untuk mencapai tujuan suatu perusahaan dengan melakukan pengembangan keunggulan bersaing yang berkesinambungan lewat pasar yang dimasuki dan program yang digunakan untuk melayani pasar sasarannya.<sup>14</sup>
  - e. Produk : Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar guna mendapatkan perhatian untuk dibeli, digunakan, atau dikonsumsi sehingga dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.<sup>15</sup>

---

<sup>11</sup> Yanur Suya Putra, *Analisis Matrik Baston Consulting Group (BCG) pada Sepeda Motor Merek Honda (Studi Kasus pada PT Astra Honda Tahun 2013)*, Vol. 7, No. 13, Juli 2014, hal. 53. stieama.ac.id diakses pada tanggal 01 Maret 2018, pukul 14:13.

<sup>12</sup>William J. Stanton, *Prinsip Pemasaran*, Ahli Bahasa Wilhelmus W. bokowatun, (Jakarta: Erlangga, 1991), hal. 5.

<sup>13</sup>Philip Kotler dan Armstrong, *Dasar-dasar Pemasaran Edisi Kesembilan* (Jakarta: PT. Indeks, 2004), hal. 7.

<sup>14</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: ANDI 1997), hal. 6.

<sup>15</sup> Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2006), hal. 174.

- f. Tabungan : Undang-Undang Perbankan Nomor 21 tahun 2008 tentang Tabungan adalah simpanan berdasarkan akad *wadiah* atau investasi dana berdasarkan akad *mudharabah* atau akad lainnya yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditaiik dengan cek, bilyet dan giro atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.<sup>16</sup>
- g. Minat : Minat merupakan sumber motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih, jika mereka melihat bahwa sesuatu akan menguntungkan, mereka merasa berminat kemudian mendatangkan kepuasan. Kepuasan berkurang, minatpun berkurang.<sup>17</sup>
- h. *Baitul Maal wa Tamwil* (BMT): *Baitul Maal wa Tamwil* (BMT) merupakan suatu lembaga yang terdiri dari dua istilah, yaitu *Baitul Maal* dan *Baitul Tamwil*. *Baitul Maal* lebih mengarah pada usaha-usaha pengumpulan dana dan penyaluran dana yang non profit, seperti; zakat, infaq, dan sedekah. *Baitul Tamwil* sebagai usaha pengumpulan dan penyaluran dana komersial.<sup>18</sup>

---

<sup>16</sup>Adiwarman A. Karim, *Bank Islam:Fiqih dan keuangan edisi ke-9*, (Jakarta : PT.Raja Grafindo Persada, 2013), hal. 299.

<sup>17</sup> Andri Wicaksono, *Pengkajian Prosa Fiksi (edisi revisi)*, (Yogyakarta: Garudhawaca, 2017), hal. 403.

<sup>18</sup> Nurul Huda dan Mohamad Heykal, *Lembaga Keuangan Islam Tinjauan Teoretis dan Praktis*, (Jakarta: Kencana, 2010), hal. 363.

## 2. Penegasan Operasional

- a. *Matrik Boston Consulting Group* : *Matrik Boston Consulting Group* (BCG) merupakan alat analisis yang digunakan untuk mengetahui pertumbuhan pasar dan pangsa pasar relatif satu unit atau lini produk.
- b. Strategi : Strategi adalah sebagai salah satu cara yang ditempuh untuk menawarkan dan menjual produk barang dan jasa kepada masyarakat yaitu produk-produk Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Baitul Maal Wat Tamwil Perekonomian Tasyrikah Agung (PETA) Tulungagung.
- c. Pemasaran : Pemasaran sebagai salah satu proses sosial yang merancang dan menawarkan sesuatu yang diinginkan serta dibutuhkan nasabah, agar dapat memberikan kepuasan yang optimal.
- d. Strategi Pemasaran : Strategi Pemasaran adalah suatu rencana yang disusun dengan sungguh-sungguh agar bisa mencapai tujuan yang diharapkan, dan mampu bersaing dalam pasar. Penelitian ini fokus pada strategi pemasaran yang digunakan Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Baitul Maal Wat Tamwil Perekonomian Tasyrikah Agung (PETA) Tulungagung.
- d. Produk : Produk adalah sesuatu yang bisa ditawarkan agar mendapatkan minat dari masyarakat dan memiliki kegunaan serta manfaat lebih. Produk dalam Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan

Syariah *Baitul Maal wa Tamwil* Perekonomian Tasyrikah Agung (PETA) Tulungagung ada dua macam yaitu produk simpanan dan produk pendanaan, dalam penelitian ini yang dibahas adalah produk simpanan.

- e. Tabungan : Tabungan adalah simpanan yang memiliki 2 akad yaitu akad *mudharabah* dan akad *wadi'ah*. Tabungan yang dibahas dalam penelitian ini adalah tabungan botol dan akad yang digunakan akad *mudharabah*.
- f. Minat : Minat adalah suatu motivasi yang mendorong masyarakat untuk melakukan hal yang diinginkan tanpa suatu dorongandari siapapun, dalam penelitian ini minat nasabah dalam menginvestasikan sebagian hartanya di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Baitul Maal Wat Tamwil Perekonomian Tasyrikah Agung (PETA) Tulungagung.
- g. *Baitul Maal wa Tamwil* (BMT): sebagai salah satu lembaga keuangan syariah non bank yang melayani penghimpunan dana, penyaluran dana dan jasa.

## **F. Sistematika Penulisan**

Sistematika penelitian ini berisi tentang isi keseluruhan penelitian yang terdiri dari bagian awal, bagian isi, dan bagian akhir penelitian. Bagian awal memuat sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan penguji, halaman pernyataan keaslian,

motto, halaman persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran, dan abstrak.

Adapun bagian isi, penelitian terdiri dari enam bab, yaitu:

- BAB I      Pendahuluan, berisi uraian mengenai latar belakang, fokus penelitian, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penegasan istilah, dan sistematika penulisan.
- BAB II      Kajian Pustaka, memuat uraian tentang tinjauan pustaka atau buku-buku teks yang berisi teori-teori dasar (*grand theory*) dan hasil dari penelitian terdahulu. Pembahasan dalam bab ini terdiri dari sub bab deskripsi teori mencakup tentang strategi, pemasaran, strategi pemasaran, produk, tabungan, minat, menabung, baitul mal wat tamwil, minat, penelitian terdahulu, dan paradigma penelitian atau kerangka berfikir teoritis.
- BAB III     Metode Penelitian, berisi tentang pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan temuan, dan tahap-tahap penelitian.
- BAB IV     Hasil penelitian, berisi tentang gambaran umum objek penelitian meliputi sejarah, profil lembaga, struktur organisasi, pegawai-pegawai Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Baitul Maal wa Tamwil Perekonomian Tasyrikah Agung (PETA) Tulungagung, pemetaan produk

tabungan botol dengan matrik *Boston Consulting Group* di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Baitul Maal wa Tamwil Perekonomian Tasyrikah Agung (PETA) Tulungagung dan strategi pemasaran produk tabungan botol guna meningkatkan minat menabung dengan matrik *Boston Consulting Group* di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Baitul Maal wa Tamwil Perekonomian Tasyrikah Agung (PETA) Tulungagung serta analisis data merupakan uraian tentang hasil analisis penulis dari data-data yang didapatkan, meliputi bagaimana pemetaan produk tabungan botol dengan matrik *Boston Consulting Group*, strategi pemasaran produk tabungan botol guna meningkatkan minat menabung dengan matrik *Boston Consulting Group* di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Baitul Maal wa Tamwil Perekonomian Tasyrikah Agung (PETA) Tulungagung.

BAB V Pembahasan hasil penelitian yang memuat keterkaitan antara temuan penelitian dengan teori-teori besar yang diuraikan di kajian pustaka serta dilengkapi dengan implikasi-implikasi dari temuan penelitian. Pembahasan hasil penelitian ini meliputi bagaimana pemetaan produk tabungan botol dengan matrik *Boston Consulting Group*, strategi pemasaran produk tabungan botol guna meningkatkan minat menabung dengan



matrik *Boston Consulting Group* di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Baitul Maal wa Tamwil Perekonomian Tasyrikah Agung (PETA) Tulungagung dalam melaksanakan perannya tersebut yang dikaitkan dengan teori-teori besar yang telah dikemukakan di kajian pustaka.

**BAB VI** Penutup, dalam bab ini dikemukakan kesimpulan dan saran-saran.

Bagian akhir memuat daftar pustaka, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian tulisan, dan daftar riwayat hidup.