

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan.....	i
Halaman Sampul Dalam.....	ii
Halaman Persetujuan Pembimbing.....	iii
Halaman Pengesahan.....	iv
Halaman Motto.....	v
Halaman Persembahan.....	vi
Kata Pengantar.....	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar	Tabel
.....
xv	
Daftar Gambar.....	xvi
Daftar Lampiran.....	xvii
Abstrak.....	xviii
Abstract.....	xix
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Tujuan Penelitian.....	12
D. Batasan Masalah.....	12
E. Manfaat Penelitian.....	13
F. Penegasan Istilah.....	14

G. Sistematika Penulisan Skripsi.....	16
---------------------------------------	----

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

A. <i>Baitul Maal wat Tamwil</i>	18
1. Pengertian <i>Baitul Maal wat Tamwil</i>	18
2. Cirri-ciri BMT.....	21
3. Tujuan dan Produk BMT.....	21
4. Sejarah Berdirinya BMT.....	24
5. Prinsip Utama BMT.....	25
B. Lembaga Keuangan Syariah.....	26
1. Pengertian Lembaga Keuangan Syariah.....	26
2. Dasar Hukum Lembaga Keuangan Syariah.....	27
C. Strategi	31
1. Definisi Umum.....	31
2. Definisi Khusus.....	31
D. Persaingan	34
1. Pengertian Persaingan Usaha.....	34
2. Tujuan Persaingan Usaha.....	34
3. Kendala dan Faktor Persaingan.....	35
E. Bauran Pemasaran 4P (<i>marketing mix</i>).....	35
1. Strategi Produk (<i>product</i>).....	36
2. Strategi Harga (<i>price</i>).....	36
3. Strategi Tempat / Saluran Distribusi (<i>Place</i>).....	37

4. Strategi Promosi (<i>promotion</i>).....	37
F. Promosi (<i>promotion</i>).....	38
1. Periklanan (<i>advertising</i>).....	38
2. Promosi Penjualan (<i>sales promotion</i>).....	38
3. Publikasi (<i>publicity</i>).....	39
4. Penjualan Pribadi (<i>personal selling</i>).....	39
G. Penelitian Terdahulu.....	39
1. Penelitian Ulfatul Khasanah.....	39
2. Penelitian Achmad Chanifan.....	40
3. Penelitian oleh Muhammad Widodo.....	41
4. Penelitian oleh Andik Khoirul Anam.....	42
5. Penelitian Oleh Nungky Fadila Harwinda.....	42
H. Kerangka Konsep.....	44

BAB III :METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	46
1. Pendekatan Penelitian.....	46
2. Jenis Penelitian.....	48
B. Lokasi Penelitian.....	49
C. Kehadiran Peneliti.....	49
D. Data dan Sumber Data.....	50
1. Sumber Data Primer.....	50
2. Sumber Data Sekunder.....	52
E. Teknik Pengumpulan Data.....	53

1.	Metode Pengumpulan Data.....	53
F.	Teknik Analisis Data.....	57
G.	Pengecekan Keabsahan Temuan.....	58
1.	Perpanjangan Keikutsertaan.....	59
2.	Triangulasi (<i>triangulation</i>).....	59
H.	Tahap-Tahap Penelitian.....	62
1.	Tahapan sebelum terjun ke lapangan.....	62
2.	Tahap kegiatan lapangan.....	63
3.	Tahap Analisis Data.....	63
4.	Tahap Penulisan Laporan.....	64

BAB IV : HASIL PENELITIAN

A.	Paparan Data Penelitian.....	65
1.	1 Profil BMT Pahlawan Tulungagung.....	65
	2 Visi dan Misi BMT Pahlawan Tulungagung.....	66
	3 Lokasi Penelitian.....	67
	4 Struktur Organisasi BMT Pahlawan Tulungagung.....	67
	5 Susunan Kepengurusan BMT Pahlawan Tulungagung.....	69
	6 Bidang Keanggotaan.....	70
	7 Produk-produk di BMT Pahlawan Tulungagung.....	72
2.	1 Profil KSPPS Al-Bahjah Tulungagung.....	78
	2 Visi dan Misi KSPPS Al-Bahjah Tulungagung.....	79
	3 Lokasi Penelitian.....	80
	4 Struktur Organisasi KSPPS Al-Bahjah Tulungagung.....	81

6 Susunan Operasional KSPPS Al-Bahjah Tulungagung.....	81
7 Produk-produk KSPPS Al-Bahjah Tulungagung.....	82
8 Program ZIS KSPPS Al-Bahjah Tulungagung.....	84
B. Temuan Penelitian.....	84
1. Strategi Pemasaran BMT Pahlawan dan KSPPS Al-Bahjah Tulungagung dalam menghimpun dan menyalurkan pembiayaan.....	85
2. Strategi BMT Pahlawan dan KSPPS Al-Bahjah Tulungagung dalam meningkatkan Pemasaran.....	89
3. Upaya BMT Pahlawan dan KSPPS Al-Bahjah Tulungagung dalam menghadapi persaingan dengan lembaga keuangan syariah lain di Kabupaten Tulungagung.....	93
C. Analisis.....	95
1. Strategi BMT Pahlawan dan KSPPS Al-Bahjah Tulungagung dalam menarik minat dan mendapatkan calon nasabah, ditengah persaingan dengan lembaga keuangan syariah lain di Kabupaten Tulungagung.....	95

BAB V : PEMBAHASAN

A. Penerapan strategi meningkatkan promosi dalam meningkatkan dana modal (<i>funding</i>), dan penyaluran dana, guna meningkatkan laba di BMT pahlawan dan KSPPS Al-Bahjah Tulungagung.....	98
1. Strategi Produk (<i>product</i>).....	99
a. BMT Pahlawan Tulungagung.....	99
b. KSPPS Al-Bahjah Tulungagung.....	100
2. Strategi Harga (<i>price</i>).....	101

a.	BMT Pahlawan Tulungagung.....	101
b.	KSPPS Al-Bahjah Tulungagung.....	103
3.	Strategi Tempat / Saluran Distribusi (<i>Place</i>).....	103
a.	BMT Pahlawan Tulungagung.....	103
b.	KSPPS Al-Bahjah Tulungagung.....	104
4.	Strategi Promosi (<i>promotion</i>).....	105
a.	Periklanan (<i>advertising</i>) oleh BMT Pahlawan dan KSPPS Al-Bahjah Tulungagung.....	105
b.	Penjualan Pribadi (<i>personal selling</i>) oleh BMT Pahlawan dan KSPPS Al-Bahjah Tulungagung.....	106
c.	Publikasi (<i>publicity</i>) oleh BMT Pahlawan dan KSPPS Al-Bahjah Tulungagung.....	106
d.	Promosi Penjualan (<i>sales promotion</i>) oleh BMT Pahlawan dan KSPPS Al-Bahjah Tulungagung.....	107
B.	Penerapan Strategi Persaingan dengan Lembaga Keuangan Syariah lain di Kabupaten Tulungagung pada .BMT Pahlawan dan KSPPS Al-Bahjah Tulungagung.....	108
1.	BMT Pahlawan Tulungagung.....	108
2.	KSPPS Al-Bahjah Tulungagung.....	109

BAB VI : PENUTUP

A.	Kesimpulan.....	110
B.	Saran.....	112

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN