

## DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar.....	i
Halaman Sampul Dalam .....	ii
Halaman Persetujuan.....	iii
Halaman Pengesahan .....	iv
Halaman Motto.....	v
Halaman Persembahan .....	vi
Kata Pengantar .....	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel .....	xii
Daftar Gambar.....	xiii
Daftar Lampiran .....	xiv
Abstrak .....	xv

### **BAB I : PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Batasan Penelitian .....	10
E. Manfaat Penelitian .....	10
F. Penegasan Istilah.....	11
G. Sistematika Pembahasan .....	13

### **BAB II : KAJIAN PUSTAKA**

A. Strategi Pemasaran .....	15
1. Definisi Strategi Pemasaran .....	15
2. Konsep Dasar Strategi Pemasaran.....	15
3. Strategi Pemasaran Syariah.....	18
4. Strategi Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ).....	21

B. <i>Baitul Maal wa Tamwil</i> (BMT) .....	27
1. Definisi <i>Baitul Maal wa Tamwil</i> (BMT).....	27
2. Visi dan Misi BMT .....	29
3. Asas dan Landasan.....	30
4. Prinsip Utama BMT .....	31
5. Fungsi BMT .....	32
6. Peran BMT .....	32
7. Tujuan BMT.....	33
8. Pembiayaan .....	34
9. Simpanan.....	35
C. Nasabah.....	36
1. Definisi Pemasaran .....	36
D. Penelitian Terdahulu .....	37
E. Kerangka Konsep.....	43

**BAB III : METODE PENELITIAN**

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	45
B. Lokasi Penelitian.....	46
C. Kehadiran Peneliti.....	47
D. Data dan Sumber Data .....	47
E. Teknik Pengumpulan Data.....	48
F. Teknik Analisis Data.....	50
G. Pengecekan Keabsahan Temuan.....	52
H. Tahap-tahap Penelitian.....	54

**BAB IV : HASIL PENELITIAN**

A. Paparan Data .....	56
1. Letak Geografis Objek Penelitian.....	56
2. Sejarah Perkembangan BMT Rizwa Tulungagung.....	56
3. Visi dan Misi .....	58
4. Struktur Pengurus dan Pengelola	

BMT Rizwa Tulungagung .....	59
5. Produk dan Layanan BMT Rizwa Tulungagung ..	61
B. Temuan Penelitian.....	69
1. Strategi Pemasaran yang Digunakan Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah di BMT RizwaTulungagung .....	69
2. Kendala Dalam Melakukan Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah di BMT Rizwa Tulungagung .....	73
3. Upaya yang Dilakukan Untuk Mengatasi Kendala Dalam Melakukan Startegi Pemasaran Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah di BMT Rizwa Tulungagung .....	76
C. Analisis Data .....	79
1. Strategi Pemasaran yang Digunakan Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah di BMT RizwaTulungagung .....	79
2. Kendala Dalam Melakukan Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah di BMT RizwaTulungagung .....	80
3. Upaya yang Dilakukan Untuk Mengatasi Kendala Dalam Melakukan Startegi Pemasaran Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah di BMT Rizwa Tulungagung .....	80

**BAB V : PEMBAHASAN**

A. Strategi Pemasaran yang Digunakan Untuk Meningkatkan Julmah Nasabah di BMT Rizwa Tulungagung .....	82
B. Kendala Dalam Melakukan Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Nasabah di BMT Rizwa Tulungagung .....	84

C. Upaya yang Dilakukan Untuk Mengatasi Kendala Dalam Melakukan Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah di BMT Rizwa Tulungagung .....	86
--	----

**BAB VI : PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	88
B. Saran.....	89

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel	Hal.
1.1: Jumlah Nasabah Pembiayaan dan Simpanan 2015-2018.....	7
4.1: Struktur Organisasi BMT Rizwa Tulungagung .....	60

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hal.
2.1: Kerangka Konseptual .....	43

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 : Pedoman Pengumpulan Data
- Lampiran 2 : Surat Permohonan Izin Penelitian
- Lampiran 3 : Dokumentasi
- Lampiran 4 : Kartu Bukti Bimbingan
- Lampiran 5 : Surat Pernyataan Keaslian Tulisan
- Lampiran 6 : Daftar Riwayat Hidup