

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	xv
Daftar Gambar.....	xvi
Daftar Lampiran	xvii
Abstrak	xviii

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	14
C. Tujuan Penelitian.....	15
D. Pembatasan Masalah	15
E. Kegunaan Penelitian	16
F. Penegasan Istilah	17
G. Sistematika Pembahasan	19

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teoritis

1. BMT (*Baitul Maal Wat Tanwil*)
 - a. Pengertian BMT 22
 - b. Sejarah Berdirinya BMT 25
 - c. Dasar Hukum dan Landasan Syariah BMT 28
 - d. Visi dan Misi BMT 30
 - e. Ciri-ciri Utama BMT 32
 - f. Ciri-ciri Khusus BMT 33
 - g. Prinsip Utama BMT 35
 - h. Fungsi BMT 37
2. Produk Simpanan Umum Syariah
 - a. Pengertian Produk 39
 - b. Pengertian Simpanan 39
 - c. Implementasi Simpanan Umum Syariah pada Lembaga Keuangan Syariah 40
3. Produk dan Akad *Wadiah Yad Dhamanah*
 - a. Pengertian 40
 - b. Implementasi Akad *Wadiah Yad Dhamanah* pada Lembaga Keuangan Syariah 41
4. Landasan Syariah Akad *Wadiah Yad Dhamanah* yang diterapkan pada Produk Simpanan Umum Syariah
 - a. Pengertian *Wadiah Yad Dhamanah* 42
 - b. Dasar Hukum *Wadiah* 43
5. Kepercayaan Anggota
 - a. Pengertian Kepercayaan Anggota 45
 - b. Jenis-jenis Kepercayaan 48
 - c. Faktor-faktor Terbentuknya Kepercayaan 50
 - d. Dimensi Kunci Kepercayaan 51
 - e. Elemen Kepercayaan 53

6. Strategi Pemasaran	
a. Pengertian Strategi	55
b. Pengertian Pemasaran.....	56
c. Pengertian Strategi Pemasaran	57
d. Tujuan Pemasaran	59
e. Penerapan Konsep Inti Pemasaran	
1) Segmentasi.....	60
2) <i>Targeting</i>	61
3) <i>Positioning</i>	62
f. Jenis Strategi Pemasaran	
1) Strategi Penetrasi Pasar	65
2) Strategi Pengembangan Produk.....	68
3) Strategi Pengembangan Pasar	71
B. Penelitian Terdahulu.....	72
C. Kerangka Berfikir.....	83

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	84
B. Lokasi Penelitian	85
C. Kehadiran Peneliti	86
D. Data dan Sumber Data.....	87
E. Teknik Pengumpulan Data	89
F. Teknik Analisis Data	93
G. Pengecekan Keabsahan Temuan	96
H. Tahap-tahap Penelitian	99

BAB IV : HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Data	
1. BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung	102
2. BMT Pahlawan Tulungagung.....	110

B. Penerapan Strategi Pemasaran Dalam Menciptakan Kepercayaan Anggota Terhadap Produk Simpanan Umum Syariah di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung dan BMT Pahlawan Tulungagung	
1. BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung	
a. Strategi Penetrasi Pasar.....	119
b. Strategi Pengembangan Produk.....	123
c. Strategi Pengembangan Pasar.....	126
2. BMT Pahlawan Tulungagung	
a. Strategi Pengembangan Produk.....	132
b. Strategi Penetrasi Pasar.....	136
C. Kendala yang dihadapi pada Penerapan Strategi Pemasaran dalam Menciptakan Kepercayaan Anggota Terhadap Produk Simpanan Umum Syariah di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung dan BMT Pahlawan Tulungagung	
1. BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung	
a. Kendala Internal	
1) Minimnya Inovasi Produk	139
2) Minimnya Sumber Pendanaan.....	141
b. Kendala Eksternal	
1) Persaingan dari Lembaga Keuangan Lain ...	142
2) Minimnya Anggota Mengetahui Produk Simpanan Lainnya	144
2. BMT Pahlawan Tulungagung	
a. Kendala Internal	
1) Kesulitan dalam Penempatan Posisi Karyawan ketika dilakukan Rotasi Pekerjaan	146
2) Kurangnya SDM.....	149
b. Kendala Eksternal	
1) Persaingan dari Lembaga Keuangan Lain..	150

2) Adanya Isu Negatif Mengenai Perkoperasian	152
D. Solusi Penerapan Strategi Pemasaran dalam Menciptakan Kepercayaan Anggota Terhadap Produk Simpanan Umum Syariah di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung dan BMT Pahlawan Tulungagung	
1. BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung	
a. Solusi dari Kendala Internal	
1) Memunculkan Produk Baru.....	154
2) Peminjaman Modal ke Kantor Cabang BMT Istiqomah yang lain	157
b. Solusi dari Kendala Eksternal	
1) Memunculkan Produk Baru untuk Mengimbangi Lembaga Keuangan Lainnya.....	159
2) Pengenalan Produk kepada Anggota dan Meningkatkan Pengetahuan SDM terkait Produk BMT.....	163
2. BMT Pahlawan Tulungagung	
a. Solusi dari Kendala Internal	
1) Membuat program Pengembangan SDM Sebelum dilakukan Rotasi Pekerjaan	166
2) Menambah Tenaga Kerja Baru.....	169
b. Solusi dari Kendala Eksternal	
1) Pendekatan dengan Anggota	171
2) Memberikan Pemahaman yang Benar kepada Anggota	173

BAB V : PEMBAHASAN

A. Penerapan Strategi Pemasaran dalam Menciptakan Kepercayaan Anggota Terhadap Produk Simpanan Umum	
--	--

Syariah di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung dan BMT Pahlawan Tulungagung	177
B. Kendala yang Dihadapi pada Penerapan Strategi Pemasaran dalam Menciptakan Kepercayaan Anggota terhadap Produk Simpanan Umum Syariah di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung dan BMT Pahlawan Tulungagung.....	181
C. Solusi Penerapan Strategi Pemasaran dalam Menciptakan Kepercayaan Anggota Terhadap Produk Simpanan Umum Syariah di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung dan BMT Pahlawan Tulungagung	184

BAB VI : PENUTUP

A. Kesimpulan	188
B. Saran	189

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN