

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Penelitian.....	6
C. Rumusan Masalah.....	6
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Manfaat Penelitian.....	7
F. Sistematika Penulisan Skripsi.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Strategi Pemasaran	9
1. Pengertian Strategi.....	9
2. Pengertian Pemasaran	9
3. Hal – hal yang Harus Diperhatikan Sebelum Menentukan Strategi Pemasaran	10
a. Riset pasar	10
b. Analisis Perilaku Konsumen	12
c. Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal ...	14

	4. Unsur – unsur Strategi Pemasaran	19
	a. Strategi Persaingan	19
	b. Taktik Pemasaran	23
	c. Nilai Pemasaran	32
	B. Baitul Maal wat Tamwiil (BMT)	34
	1. Pengertian, Fungsi, dan Ciri – ciri BMT	34
	2. Produk – produk BMT	35
	C. Laba	37
	1. Pengertian Laba	37
	D. Hasil Penelitian Terdahulu.....	39
	E. Kerangka Berpikir.....	44
BAB III	METODE PENELITIAN	
	A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	45
	B. Sumber Data.....	45
	C. Lokasi Penelitian.....	46
	D. Teknik Pengumpulan Data.....	46
	E. Uji Keabsahan Data.....	49
	F. Analisis Data.....	50
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	A. Gambaran Umum BMT Ar Rohmah Harapan Umat Pati dan BMT Amanah Kudus	52
	1. BMT Ar Rohmah Harapan Umat Pati	52
	a. Profil BMT Ar Rohmah Harapan Umat Pati....	52
	b. Alamat	52
	c. Sejarah Berdirinya BMT Ar Rohmah Harapan Umat Pati	52
	d. Visi, Misi, dan Tujuan BMT Ar Rohmah Harapan Umat Pati	53
	e. Struktur Organisasi	54
	f. Ruang Lingkup Produk	54
	2. BMT Amanah Kudus.....	56

a. Profil BMT Amanah Kudus	56
b. Alamat	56
c. Sejarah Berdirinya BMT Amanah Kudus	57
d. Visi, Misi, dan Tujuan BMT Amanah Kudus ..	58
e. Struktur Organisasi	59
f. Ruang Lingkup Produk	59
B. Data Penelitian.....	64
1. Strategi Pemasaran BMT Ar Rohmah Harapan Umat Dalam Meningkatkan Laba Usaha	64
a. Hal – hal yang dilakukan BMT Ar Rohmah Harapan Umat Sebelum Menentukan Strategi Pemasaran	64
b. Strategi Segmentasi, <i>Targetting</i> , dan <i>Positioning</i> di BMT Ar Rohmah Harapan Umat	64
c. Strategi Diferensiasi di BMT Ar Rohmah Harapan Umat	65
d. Strategi Bauran Pemasaran di BMT Ar Rohmah Harapan Umat	66
e. Strategi Merk dan Pelayanan di BMT Ar Rohmah Harapan Umat	67
f. Strategi dalam Menghadapi Pesaing	68
g. Kendala – kendala yang Dihadapi BMT Ar Rohmah Harapan Umat dalam Memasarkan Produk	68
2. Strategi Pemasaran BMT Amanah dalam Meningkatkan Laba Usaha.....	68
a. Hal – hal yang dilakukan BMT Amanah Sebelum Menentukan Strategi Pemasaran	68
b. Strategi Segmentasi, <i>Targetting</i> , dan <i>Positioning</i> di BMT Amanah	69

c. Strategi Diferensiasi di BMT Amanah	70
d. Strategi Bauran Pemasaran di BMT Amanah ...	71
e. Strategi Merk dan Pelayanan di BMT Amanah	72
f. Strategi dalam Menghadapi Pesaing	72
g. Kendala – kendala yang Dihadapi Amanah dalam Memasarkan Produk	73
3. Perbandingan Laba Usaha Antara BMT Ar Rohmah Harapan Umat Pati dengan BMT Amanah Kudus	73
C. Analisis Data dan Pembahasan.....	74
1. Analisis Strategi Pemasaran di BMT Ar Rohmah Harapan Umat Pati	74
a. Analisis Strategi Segmentasi	74
b. Analisis Strategi <i>Targetting</i>	74
c. Analisis Strategi <i>Positioning</i>	75
d. Analisis Strategi Diferensiasi	75
e. Analisis Strategi Bauran Pemasaran	75
f. Analisis Strategi Merk	76
g. Analisis Strategi Pelayanan	77
2. Analisis Strategi Pemasaran di BMT Amanah Kudus	77
a. Analisis Strategi Segmentasi	77
b. Analisis Strategi <i>Targetting</i>	77
c. Analisis Strategi <i>Positioning</i>	78
d. Analisis Strategi Diferensiasi	78
e. Analisis Strategi Bauran Pemasaran	78
f. Analisis Strategi Merk	79
g. Analisis Strategi Pelayanan	80
3. Analisis Perbandingan Strategi Pemasaran di BMT Ar Rohmah Harapan Umat Pati dengan BMT Amanah Kudus	80

	4. Analisis Perbandingan Laba BMT Ar Rohmah Harapan Umat dengan BMT Amanah	82
BAB V	PENUTUP	
	A. Kesimpulan.....	83
	B. Saran	85
	C. Penutup.....	85

Daftar Pustaka

Lampiran – lampiran

Daftar Riwayat Pendidikan



DAFTAR TABEL

- Tabel 1.1. Tabel Laba Kotor BMT Ar Rohmah Harapan Umat dan BMT Amanah
- Tabel 1.2. Tabel Strategi Merk
- Tabel 1.3. Tabel Tentang Konsep Laba
- Tabel 1.4. Tabel Persamaan dan Perbedaan Penelitian Penulis dengan Penelitian Terdahulu
- Tabel 1.5. Tabel Perbandingan Laba BMT Ar Rohmah Harapan Umat dan BMT Amanah
- Tabel 1.6. Tabel Perbandingan Strategi Pemasaran di BMT Ar Rohmah Harapan Umat Pati dengan BMT Amanah Kudus
- Tabel 1.7. Tabel Analisis Perbandingan Laba BMT Ar Rohmah Harapan Umat dengan BMT Amanah



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Kerangka Berpikir

Gambar 1.2. Struktur Organisasi BMT Ar Rohmah Harapan Umat Pati

Gambar 1.3. Struktur Organisasi BMT Amanah Kudus

