

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i

HALAMAN NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING ii

HALAMAN PENGESAHAN MUNAQOSYAH iii

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI iv

HALAMAN ABSTRAK v

HALAMAN MOTTO vi

HALAMAN PERSEMBAHAN vii

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN viii

KATA PENGANTAR ix

DAFTAR ISI xi

DAFTAR TABEL xiv

DAFTAR GAMBAR xv

DAFTAR GRAFIK xvi

BAB I PENDAHULUAN

 A. Latar Belakang Masalah 1

 B. Fokus Penelitian 6

 C. Rumusan Masalah 6

 D. Tujuan Penelitian 6

 E. Manfaat Penelitian 6

 F. Sistematika Penulisan 7

BAB II KAJIAN TEORI

 A. Deskripsi Teori 9

 1. Strategi Pemasaran 9

 a. Strategi 9

 b. Pemasaran 9

 c. Pengertian Strategi Pemasaran 10

 d. Konsep-konsep Pemasaran 11

 e. Segmentasi Pasar 13

 f. Targeting Pasar 13

 g. Positioning Pasar 14

 h. Bauran Pemasaran 15

 2. Pembiayaan Murabahah 18

 a. Pengertian Murabbahah 18

 b. Dasar Hukum Murabahah 18

 c. Rukun dan Syarat Murabbahah 19

 d. Jenis-jenis Murabahah 20

	e. Fatwa DSN Tentang Ketentuan Murabbahah.....	21
	f. Resiko Murabahah.....	21
	B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	22
	C. Kerangka Berpikir	25
BAB III	METODE PENELITIAN	
	A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	27
	B. Sumber Data	27
	C. Lokasi Penelitian.....	28
	D. Instrumen Penelitian.....	28
	E. Tekhnik Pengumpulan Data.....	29
	F. Uji Keabsahan Data.....	30
	G. Analisis Data.....	31
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	A. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	32
	1. Sejarah Berdirinya BMT Al Fattah Juwana.....	32
	2. Visi Misi KJKS BMT Al Fattah	34
	3. Tujuan KJKS BMT Al Fattah Pati.....	34
	4. Letak Geografis KJKS BMT Al Fattah Juwana.....	35
	5. Produk-produk Layanan KJKS BMT Al Fattah Juwana	35
	6. Struktur Organisasi BMT Al-Fattah Juwana ...	43
	B. Data Peneliti.....	46
	1. Data tentang Strategi Pemasaran yang Diterapkan di BMT Al-Fattah Juwana	46
	2. Data tentang Efektifitas Penerapan Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah pada Produk Pembiayaan Murabahah di BMT Al Fattah Juwana	56
	3. Data tentang Faktor Pendukung dan Penghambat yang Mempengaruhi Peningkatan Jumlah Nasabah pada Produk Pembiayaan Murabbahah di BMT Al Fattah Juwana.....	57
	C. Pembahasan dan Analisis	68
	1. Analisis Strategi Pengembangan Strategi Pemasaranpada BMT Al-Fattah Juwana	68

2. Analisis tentang Efektifitas Penerapan Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah pada Produk Pembiayaan Murabahah di BMT Al Fattah Juwana	74
3. Analisis Faktor Pendukung dan Penghambatang Mempengaruhi Peningkatan Jumlah Nasabah pada Produk Pembiayaan Murabahah di BMT Al-Fattah Juwana.....	75

BAB V	PENUTUP	
A. Kesimpulan		82
B. Keterbatasan Penelitian		86
C. Saran.....		86
D. Penutup.....		87

DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT PENDIDIKAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Susunan Manajemen KJKS BMT Al Fattah Juwana .	42
Tabel 4.2	Data Jumlah Anggota KJKS BMT Al-Fattah Juwana Pati Periode 2012-2018	56
Tabel 4.3	Data Jumlah Anggota KJKS BMT Al-Fattah Juwana Pati Periode 2012-2018	75



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Skema Kerangka Berpikir	26
Gambar 4.1	Visi Misi KJKS BMT Al Fattah	34
Gambar 4.2	Produk Simpanan KJKS BMT Al Fattah Juwana	35
Gambar 4.3	Produk Pembiayaan KJKS BMT Al Fattah Juwana....	39
Gambar 4.4	Syarat dan Ketentuan Pembiayaan Mudharabah	39
Gambar 4.5	Syarat dan Ketentuan Pembiayaan Musyarakah	40
Gambar 4.6	Syarat dan Ketentuan Pembiayaan Murabahah	41
Gambar 4.7	Syarat dan Ketentuan Pembiayaan Ba'i Bitsamanil Ajil	42
Gambar 4.8	Struktur Organisasi BMT Al-Fattah Juwana	43
Gambar 4.9	Strategi Pemasaran BMT Al-Fattah Juwana	47
Gambar 4.10	Faktor yang Mempengaruhi Peningkatan Jumlah Nasabah pada Produk Pembiayaan Murabbahah BMT Al-Fattah Juwana	58



DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1 Data Jumlah Anggota Produk Pembiayaan
Murabahah BMT Al-Fattah Juwana Pati Periode
2012-2018..... 57

Grafik 4.2 Data Jumlah Anggota Produk Pembiayaan
Murabahah BMT Al-Fattah Juwana Pati Periode
2012-2018..... 75

