

DAFTAR ISI

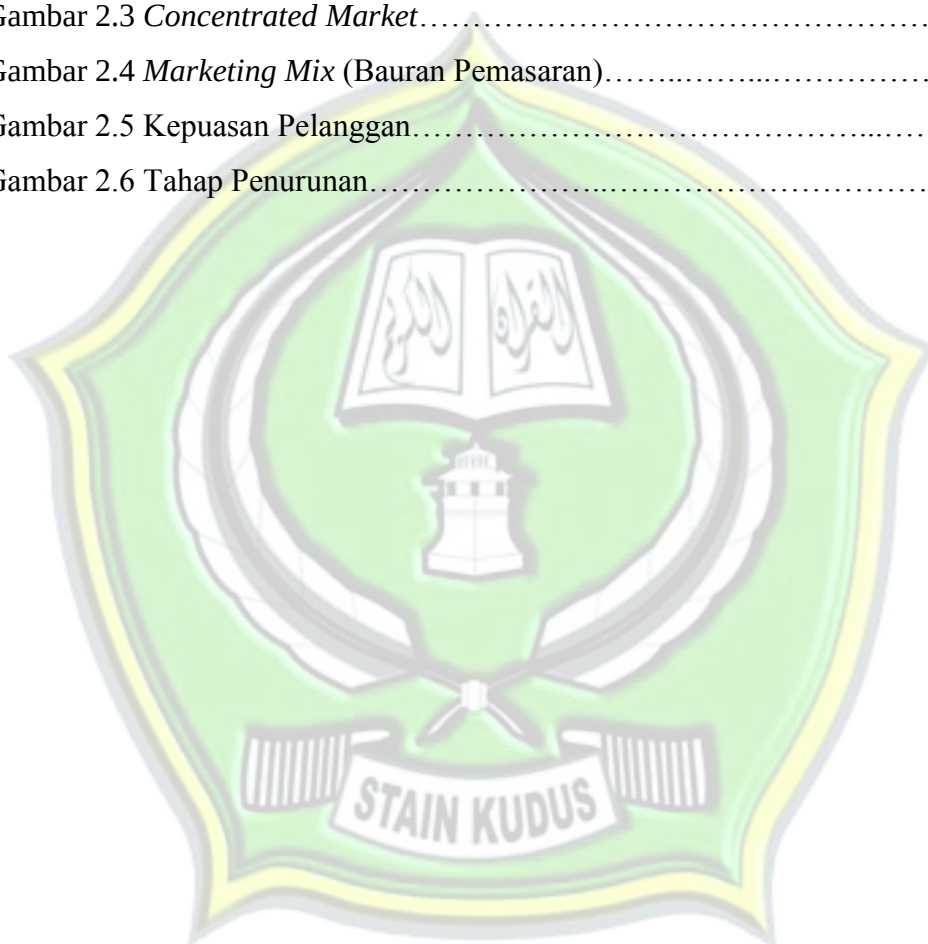
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I: PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Fokus Penelitian.....	4
C. Rumusan Masalah.....	4
D. Tujuan Penelitian.....	4
E. Manfaat Penelitian.....	4
F. Sistematika Penulisan Skripsi.....	5
BAB II: STRATEGI PEMASARAN PRODUK DALAM MENINGKATKAN KEUNGGULAN KOMPETITIF	
A. Strategi Pemasaran.....	7
1. Pengertian, Dasar dan Tujuan Strategi Pemasaran.....	7
2. <i>Segmenting, Targeting</i> dan <i>Positioning</i> (STP).....	8
3. <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran).....	14
4. Pemasaran Syari'ah.....	16
B. Produk.....	18
1. Pengertian, Dasar dan Tujuan Produk.....	18
2. Klasifikasi Produk.....	20
3. <i>Five Class of Product</i> (Lima Level Produk).....	21

4. Siklus Kehidupan Produk.....	22
C. Keunggulan Kompetitif.....	23
1. Pengertian, Dasar dan Tujuan Keunggulan Kompetitif.....	23
2. Identifikasi Keunggulan Kompetitif.....	25
3. Dari Kapabilitas Menuju Kompetensi Inti.....	26
4. Prinsip Pokok dalam Meraih Keunggulan Kompetitif.....	27
D. <i>Baitul Mal wa Tamwil</i> (BMT).....	27
1. Pengertian, Dasar dan Tujuan <i>Baitul Mal wa Tamwil</i> (BMT)....	27
2. Prinsip <i>Baitul Mal wa Tamwil</i> (BMT).....	29
3. Sejarah <i>Baitul Mal wa Tamwil</i> (BMT) di Indonesia.....	30
4. Legalitas/Badan Hukum <i>Baitul Mal wa Tamwil</i> (BMT).....	32
E. Hasil Penelitian Terdahulu.....	33
F. Kerangka Berfikir.....	36
BAB III: METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	37
B. Sumber Data.....	38
C. Lokasi Penelitian.....	38
D. Teknik Pengumpulan Data.....	39
E. Analisis Data.....	40
F. Uji Keabsahan Data.....	42
BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA	
A. Gambaran Umum BMT Harapan Ummat Kudus.....	43
1. Identitas Perusahaan.....	43
2. Tinjauan Historis.....	43
3. Visi dan Misi.....	44
4. Manajemen.....	44
5. Pelayanan.....	44
6. Struktur Organisasi.....	45
7. Jejaring.....	57
8. Produk.....	57

B. Hasil Penelitian.....	53
1. Deskripsi Data tentang Pemasaran Produk di BMT Harapan Ummat Kudus.....	53
2. Deskripsi Data tentang Peningkatan Keunggulan Kompetitif di BMT Harapan Ummat Kudus	55
3. Deskripsi Data tentang Strategi Pemasaran Produk dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif di BMT Harapan Ummat Kudus.....	58
C. Analisis Data.....	65
1. Analisis Data tentang Pemasaran Produk di BMT Harapan Ummat Kudus	65
2. Analisis Data tentang Peningkatan Keunggulan Kompetitif di BMT Harapan Ummat Kudus	69
3. Analisis Data tentang Strategi Pemasaran Produk dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif di BMT Harapan Ummat Kudus.....	74
BAB V: PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	86
B. Saran.....	87
C. Penutup.....	88
DAFTAR PUSTAKA	
RIWAYAT PENDIDIKAN PENULIS	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Undifferentiated Market</i>	11
Gambar 2.2 <i>Differentiated Market</i>	12
Gambar 2.3 <i>Concentrated Market</i>	12
Gambar 2.4 <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran).....	15
Gambar 2.5 Kepuasan Pelanggan.....	18
Gambar 2.6 Tahap Penurunan.....	23



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Data Jumlah Nasabah BMT Harapan Ummat Kudus.....	58
Tabel 4.2 Data Jumlah Asset BMT Harapan Ummat Kudus.....	58
Tabel 4.3 Data Usia Nasabah BMT Harapan Ummat Kudus.....	59
Tabel 4.4 Data Agama Nasabah BMT Harapan Ummat Kudus.....	59
Tabel 4.5 Data Pendidikan Nasabah BMT Harapan Ummat Kudus.....	60
Tabel 4.6 Data Pekerjaan Nasabah BMT Harapan Ummat Kudus.....	60

