

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiii</b>
<b>TRANSLITERASI .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB 1 : PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi dan Batasan Masalah .....	11
C. Batasan Masalah .....	11
D. Rumusan Masalah .....	12
E. Tujuan Penelitian .....	12
F. Kegunaan Hasil Penelitian .....	13
G. Kajian Pustaka .....	14
H. Definisi Operasional .....	15
I. Metode Penelitian .....	18
J. Sistematika Pembahasan .....	22

<b>BAB II : <i>Personal Selling</i> dan Sinergitas Lembaga Keuangan Syariah .....</b>	<b>24</b>
---	-----------

A. Pengertian Promosi .....	24
B. <i>Personal Selling</i> .....	24
B.1. Sifat-Sifat <i>Personal Selling</i> .....	28
B.2. Fungsi <i>Personal Selling</i> .....	29
B.3. Kriteria <i>Personal Selling</i> .....	30
B.4. Strategi Penjualan <i>Personal Selling</i> .....	34
B.5. Langkah-langkah dalam Melakukan Transaksi .....	38
B.6. Tujuan Perusahaan Menerapkan <i>Personal Selling</i> .....	41
C. Komunikasi Pemasaran .....	42
D. Sinergitas Lembaga Keuangan Syariah .....	48
<b>BAB III : BMT Madani dan <i>Personal Selling</i></b> .....	<b>49</b>
A. Profil BMT Madani .....	49
1. Sejarah Berdirinya .....	49
2. Visi, Misi, dan Program BMT Madani .....	49
3. Prinsip dan Fungsi Dasar BMT Madani .....	50
4. Struktur Organisasi BMT Madani .....	50
5. <i>Job Discription</i> BMT Madani .....	53
6. Produk-produk Tabungan dan Pembiayaan BMT Madani .....	59
B. Strategi dan Teknik Penggalangan Dana .....	63
C. Implementasi <i>Personal Selling</i> .....	65

<b>BAB IV : Analisis Implementasi Penjualan Langsung dalam Mengembangkan Sinergitas Lembaga Keuangan Syariah dengan Usaha Mikro Kecil dan Menengah .....</b>	<b>70</b>
<b>BAB V: PENUTUP .....</b>	<b>79</b>
A. Kesimpulan .....	79
B. Saran .....	85
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>86</b>

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1 : Perkembangan UMKM di Indonesia Tahun 2011-2012 .....	2
--	---

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Model Komunikasi Pemasaran .....	44
Gamabr 1.1 : Tujuan Komunikasi, Respon Khalayak, dan Proses Pembelian .....	47