

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TESIS	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI	iv
PEDOMAN TRANSLITRASI	v
MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi dan Batasan Masalah.....	11
1. Identifikasi Masalah	11
2. Batasan Masalah.....	12
C. Rumusan Masalah.....	13
D. Tujuan penelitian.....	14
E. Kegunaan Penelitian.....	14
F. Kajian/Penelitian Terdahulu.....	15
G. Definisi Operasional.....	18
H. Sistematika Pembahasan	21
BAB II : PERSPEKTIF TEORITIS TENTANG MANAJEMEN PEMASARAN PERBANKAN SYARIAH	
A. Konsep Manajemen.....	23
1. Pengertian Manajemen	23
2. Proses Manajemen.....	24
3. Bidang-bidang Manajemen.....	27
4. Fungsi-fungsi Manajemen.....	27
5. Tingkatan-tingkatan Manajemen.....	30
6. Peran Manajemen.....	31

B. Manajemen Syariah	33
1. Pengertian Manajemen Syariah	33
2. Prinsip Manajemen Syariah.....	33
3. Tujuan Manajemen Syariah	36
C. Konsep Pemasaran (<i>Marketing Concept</i>)	36
1. Pengertian Pasar dan Pemasaran	36
2. Tujuan dan Fungsi Pemasaran	41
3. Perencanaan Pemasaran (<i>Marketing Plan</i>)	43
4. Proses Pemasaran (<i>Marketing Process</i>).....	45
5. Lingkungan Pemasaran (<i>Marketing Environment</i>).....	46
6. Elemen Keseksamaan Pemasaran	48
D. Etika Pemasaran Dalam Kerangka Syariah (<i>Marketing Ethic</i>)	51
E. Pemasaran Perbankan (<i>Marketing of Banking</i>)	52
F. Perbankan Syariah (<i>Syariate Banking</i>)	53
1. Pengertian Bank Syariah.....	53
2. Manajemen Perbankan Syariah	55
3. Prinsip Dasar Manajemen Perbankan Syariah.....	56
4. Etika dan Pelayanan Perbankan Syariah.....	58
5. Konsep Dasar Transaksi Perbankan Syariah	59
6. Produk Bank Syariah	60
G. Strategi Pemasaran (<i>Marketing Strategy</i>)	64
1. Pengertian Strategi Pemasaran.....	64
2. Langkah-langkah Strategi Pemasaran.....	67
3. Alat Pencapaian Strategi Pemasaran.....	69
a. STP (<i>Segmentation, Targeting, Positioning</i>)	69
b. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix = 4P</i>)	75
c. Bauran Pemasaran di Bank Syariah	85
d. Analisa Pasar (<i>Market Analysis</i>)	85
e. Analisa SWOT di Bank Syariah.....	87

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	89
B. Jenis Penelitian.....	91
C. Desain Penelitian	94

D. Jenis dan Sumber Data	96
E. Teknik Penelitian.....	98
F. Teknik Pengumpulan Data.....	99
G. Uji Kredibilitas Data.....	103
H. Teknik Analisis Data.....	104
I. Analisis Data.....	108
J. Cek Keabsahan/Kevalidan Data	109

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil LKS- <i>Micro Finance</i> Gerai Muamalah Nurul Jadid	111
1. Sejarah Singkat berdirinya LKS- <i>Micro Finance</i> Gerai Muamalah Nurul Jadid Paiton.....	111
2. Perkembangan LKS- <i>Micro Finance</i> Gerai Muamalah Nurul Jadid	115
3. Letak geografis LKS- <i>Micro Finance</i> Gerai Muamalah Nurul Jadid	116
4. Struktur dan Unit Usaha LKS- <i>Micro Finance</i> Gerai Muamalah Nurul Jadid	119
B. Sistem Kinerja dan Operasional LKS- <i>Micro Finance</i> Gerai Muamalah Nurul Jadid	126
1. Simpanan dan Pembiayaan	126
2. Produk Simpanan Mudharabah	128
3. Prinsip dan Rukun Produk Simpanan Mudharabah	130
4. Tujuan dan Karakteristik Produk Tabungan	131
5. Prosedur Pembukaan Produk Simpanan Mudharabah	132
6. Penarikan dan Penutupan Rekening Produk Simpanan Mudharabah.....	133
7. Perhitungan Bagi Hasil Produk Tabungan / Simpanan Berjangka.....	136
8. Jenis Pembiayaan Berdasarkan Tujuan Pembiayaan	137
9. Prosedur Pembiayaan.....	138
10. Pembiayaan Murabahah.....	145
11. Pembiayaan Musharakah	151
12. Pembiayaan Mudharabah.....	156

13. Pembiayaan Al-Qard (Talangan Haji)	157
C. Pembahasan Hasil Penelitian	159
1. Dampak Perkembangan Lingkungan Internal dan Eksternal LKS- <i>Micro Finance</i> Gerai Muamalah Nurul Jadid	159
2. Analisa Strategi STP, <i>Marketing Mix Strategy</i> , dan <i>SWOT Analysis</i> Sebagai Tolak Ukur Dalam Penerapan Strategi Pemasaran di LKS- <i>Micro Finance</i> Gerai Muamalah Nurul Jadid	165
a. Analisa Strategi STP.....	165
b. Analisa <i>Marketing Mix Strategy</i> , dan <i>SWOT Analysis</i>	174
3. Dampak Implementasi Strategi Marketing Mix Terhadap Kelangsungan LKS- <i>Micro Finance</i> Gerai Muamalah Nurul Jadid Paiton.....	184
BAB V : PENUTUP	
A. Kesimpulan	187
B. Saran.....	189
DAFTAR PUSTAKA.....	190
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
BIODATA PENULIS	