

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
PENGESAHAN MAJELIS PENGUJI UJIAN MUNAQOSYAH.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK.....	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATINv.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xi
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.....	7
E. Manfaat Penelitian.....	7
F. Sistematika Penulisan	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Deskripsi Pustaka	9
1. Pengertian Pengembangan Strategi Pemasaran	9
a. Pengembangan	9
b. Strategi	10
c. Konsep-konsep Strategi.....	12
d. Tipe-tipe Strategi.....	13
e. Tingkatan Strategi	14
2. Pemasaran	15
a. Pengertian Pemasaran.....	15
b. Konsep Pemasaran	17
c. Bauran Pemasaran	19
d. Pemasaran Dalam Konsep Islam	20
e. Marketing Mix Syariah	21

3.	Pengertian Strategi Pemasaran	22
a.	Strategi Pemasaran	22
b.	Komponen Strategi Pemasaran.....	23
c.	Macam-macam Strategi Pemasaran.	23
d.	Strategi Pemasaran Islam	26
4.	Pengertian Keunggulan Bersaing	26
a.	Keunggulan Bersaing (<i>Competitive Advantage</i>)	26
b.	Jenis-Jenis Strategi Dalam Keunggulan Kompetitif	28
c.	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing	29
d.	Mempertahankan Keunggulan Bersaing	30
e.	Syarat-Syarat Strategi Mencapai Keunggulan Bersaing	31
f.	Karakteristik Strategi Bersaing.....	32
g.	Strategi Bersaing Dalam Islam	33
5.	Pengertian Analisis SWOT	33
a.	Analisis SWOT	33
b.	Tujuan Penerapan SWOT di Perusahaan	35
c.	Matriks SWOT	35
d.	Analisis Lingkungan Internal	36
e.	Analisis lingkungan Eksternal	37
f.	Analisis SWOT dalam Perspektif Islam.....	38
6.	Pengertian Koperasi Syariah	39
a.	Koperasi Syariah	39
b.	Landasan Dasar Koperasi Syariah ...	40
7.	Pengertian Koperasi	45
a.	Asas Koperasi.....	45
b.	Tujuan Koperasi	46
c.	Prinsip-Prinsip Koperasi.....	47
B.	Penelitian Terdahulu.....	51
C.	Kerangka berpikir	54

BAB III METODE PENELITIAN

A.	Jenis dan Pendekatan Penelitian	57
B.	Setting Penelitian.....	58

C.	Subyek dan Objek Penelitian.....	58
D.	Sumber dan Jenis Data	58
E.	Teknik Pengumpulan Data	59
F.	Pengujian Keabsahan Data	61
G.	Teknik Analisis Data	64

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A.	Gambaran Obyek Penelitian	69
1.	Profil Koperasi Syariah IHYA Kudus.....	69
2.	Struktur Organisasi Dan Filosofi Perusahaan	71
3.	Produk Koperasi Syariah IHYA Kudus ..	72
4.	Sumber Daya Manusia Di Koperasi Syariah IHYA Kudus.....	74
5.	Prosedur dan Mekanisme Operasional Koperasi Syariah IHYA Kudus.....	76
B.	Deskripsi Data Penelitian	78
1.	Pengembangan Strategi Pemasaran Koperasi Syariah IHYA Kudus Dalam Upaya Meraih <i>Competitive Advantage</i>	78
2.	Dampak Pengembangan Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meraih <i>Competitive Advantage</i> Pada Koperasi Syariah IHYA Kudus Dengan Analisis SWOT.....	83
C.	Analisis Data Penelitian.....	88
1.	Analisis Pengembangan Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meraih <i>Competitive Advantage</i> Pada Koperasi Syariah IHYA Kudus.....	88
2.	Analisis Dampak Pengembangan Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meraih <i>Competitive Advantage</i> Pada Koperasi Syariah IHYA Kudus Dengan Analisis SWOT.....	95
3.	Interpretasi Analisis SWOT Untuk Pengembangan Strategi Pemasaran.....	100

BAB V PENUTUP

A. Simpulan 109
B. Saran..... 110

**DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN
DAFTAR RIWAYAT HIDUP**



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Koperasi Syariah IHYA Kudus..... 72

Gambar 4.2 Prosedur Pembiayaan di Koperasi Syariah IHYA Kudus..... 77

Gambar 4.3 Prosedur Simpanan di Koperasi Syariah IHYA Kudus..... 78

Gambar 4.4 Diagram SWOT Koperasi Syariah IHYA Kudus..... 103



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Nasabah	6
Tabel 2.1	Perhitungan Analisis SWOT	36
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu	51
Tabel 2.3	Kerangka Berpikir.....	55
Tabel 3.1	Matriks SWOT.....	66
Tabel 4.1	IFAS.....	100
Tabel 4.2	EFAS	101
Tabel 4.3	IFAS dan EFAS Koperasi Syariah IHYA Kudus.....	103
Tabel 4.4	Matriks SWOT Koperasi Syariah IHYA Kudus.....	104

