

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
PRAKARTA	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
LAMPIRAN	xv
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II. TINJAUAN PUSAKA	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Pemberdayaan Masyarakat	9
2.1.2 Peran Fasilitator Pendamping.....	15
2.1.3 Strategi Pemasaran	21
2.1.4 Pembiayaan Berbasis Syariah	25
2.1.5 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)	29
2.2 Penelitian Terdahulu.....	33
2.3 Kerangka Berpikir	35
BAB III. METODE PENELITIAN	38
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian	38
3.2 Fokus Penelitian	39
3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian	39
3.4 Objek dan Subjek	39
3.5 Sumber data	40
3.6 Informan Penelitian.....	41
3.7 Teknik Pengumpulan Data	42
3.8 Teknik Analisis Data	43
3.6.1 Pengumpulan Data (<i>Data Collection</i>).....	44
3.6.2 Reduksi Data (<i>Data Reduction</i>)	45
3.6.3 Penyajian Data (<i>Data Display</i>)	45
3.6.4 Penarikan Kesimpulan (<i>Conclusion Drawing/Verification</i>)	45
3.9 Keabsahan Data (<i>Validitas Data</i>)	46
3.9.1 Uji Kredibilitas (<i>Credibility</i>)	46
3.9.2 Uji Dependabilitas (<i>Dependability</i>)	46

3.9.3 Uji Konfirmabilitas (<i>Confirmability</i>)	47
3.9.4 Uji Transferabilitas (<i>Transferability</i>).....	47
3.10 Instrumen Penelitian	47
BAB IV. DESAIN DAN SISTEM	50
4.1 Keadaan Umum Objek Penelitian.....	50
4.1.1 Sejarah Bank XYZ.....	50
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	51
4.1.3 Gambaran Program Pemberdayaan Nasabah	51
4.1.4 Gambaran Fasilitator Pendamping	53
4.1.5 Gambaran Nasabah dan Usaha yang Menjadi Objek Penelitian	55
4.1.6 Kondisi Lokasi Penelitian	56
4.2 Keadaan Awal Sistem Pendampingan	57
BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN	58
5.1 Proses Pengumpulan Data dan Analisa	58
5.2 Hasil Analisis	59
5.2.1 Peran dan Langkah-Langkah Fasilitator Pendamping dalam membimbing nasabah untuk mengembangkan strategi pemasaran usaha.	59
5.2.2 Kendala Fasilitator Pendamping dalam memberikan edukasi kepada nasabah terkait penerapan strategi pemasaran usaha.	64
5.2.3 Solusi dan Upaya Fasilitator Pendamping dalam mengatasi berbagai kendala yang muncul selama proses pendampingan usaha.....	67
5.3 Pembahasan	70
5.3.1 Peran dan Langkah-Langkah Fasilitator Pendamping dalam membimbing nasabah untuk mengembangkan strategi pemasaran usaha.	71
5.3.2 Kendala Fasilitator Pendamping dalam memberikan edukasi kepada nasabah terkait penerapan strategi pemasaran usaha.	73
5.3.3 Solusi dan Upaya Fasilitator Pendamping dalam mengatasi berbagai kendala yang muncul selama proses pendampingan usaha.....	74
BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN	76
6.1 Kesimpulan.....	76
6.2 Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN	82

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Klasifikasi Usaha Mikro,Kecil dan Menengah.....	4
Tabel 1.2 Gambaran Rentang Pembiayaan.....	4
Tabel 1.3 Hasil Observasi	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	34
Tabel 3.1 Data Informan	42
Tabel 5.1 Data Informan	58
Tabel 5.2 Peran dan Langkah-Langkah Fasilitator Pendamping.....	60
Tabel 5.3 Perubahan Kegiatan Pemasaran Nasabah Setelah Pendampingan.....	62
Tabel 5.4 Kendala dalam Pelaksanaan Pendampingan.....	64
Tabel 5.5 Solusi dan Upaya Fasilitator Pendamping.....	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	37
Gambar 3.1 Teknik Analisis Data Miles Hurlburt.....	44

LAMPIRAN

Lampiran 1 : Dokumentasi Observasi Awal	82
Lampiran 2 : Pedoman Wawancara	84
Lampiran 3 : Transkrip Hasil Wawancara Informan	85
Lampiran 4 : Dokumentasi Wawancara Informan	103