

## DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar .....	i
Halaman Sampul Dalam .....	ii
Halaman Persetujuan .....	iii
Halaman Pengesahan .....	iv
Halaman Motto.....	v
Halaman Persembahan .....	vi
Kata Pengantar .....	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel .....	xiii
Daftar Lampiran .....	xiv
Abstrak .....	xv

### BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Fokus Penelitian .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Batasan Masalah .....	8
E. Manfaat Penelitian .....	8
F. Penegasan Istilah .....	9
G. Sistematika Penulisan .....	11

## BAB II : KAJIAN PUSTAKA

### A. Baitul Maal Wa Tamwil

1. Pengertian Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) ..... 14
2. Landasan Hukum BMT ..... 16
3. Tujuan BMT ..... 17

### B. Murabahah

1. Pengertian Murabahah ..... 18
2. Rukun dan Syarat Murabahah ..... 19
3. Dasar Hukum Murabahah ..... 20
4. Aplikasi dalam Perbankan ..... 21
5. Manfaat Murabahah ..... 21

### C. Produk ..... 23

### D. Strategi Pemasaran

1. Pengertian Strategi ..... 24
2. Pengertian Pemasaran ..... 26
3. Pengertian Strategi Pemasaran ..... 29
4. Strategi Pemasaran ..... 31

### E. Hasil Penelitian Terdahulu ..... 36

## BAB III : METODE PENELITIAN

### A. Pendekatan dan Jenis Penelitian ..... 41

### B. Lokasi Penelitian ..... 42

### C. Kehadiran Peneliti ..... 43

D. Data dan Sumber Data .....	43
E. Teknik Pengumpulan Data .....	46
F. Teknik Analisis data .....	48
G. Pengecekan Keabsahan Data .....	50
H. Tahap-Tahap Penelitian .....	51
<b>BAB IV : HASIL PENELITIAN</b>	
A. Paparan Data .....	53
B. Temuan Penelitian .....	63
<b>BAB V : PEMBAHASAN</b>	
A. Strategi Pemasaran Produk Murabahah di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung .....	78
B. Kendala-Kendala yang Dihadapi dalam Pemasaran Produk Murabahah di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung .....	80
C. Solusi dalam Mengatasi Kendala-Kendala yang Dihadapi dalam Pemasaran Produk Murabahah di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung .....	82
<b>BAB VI : PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	85
B. Saran-saran .....	85

DAFTAR PUSTAKA ..... 87

LAMPIRAN-LAMPIRAN