

## 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 .....	xii
Daftar Gambar.....	xiii
Daftar Lampiran .....	xiv
Abstrak .....	xv
<i>Abstract</i> .....	xvi

### **BAB I : PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	13
C. Tujuan Penelitian .....	13
D. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian .....	14
E. Manfaat Penelitian .....	14
F. Penegasan Istilah.....	15
G. Sistematika Skripsi.....	18

## **BAB II : KAJIAN TEORI**

A. Strategi Pemasaran .....	22
B. Strategi Pemasaran Islami .....	30
C. <i>Murabahah Bil Wakalah</i> .....	41
D. Analisis SWOT .....	50
E. Keterkaitan Analisis SWOT terhadap Strategi <i>Marketing</i> .....	51
F. BMT ( <i>Baitul Maal Wat Tanwil</i> ).....	58
G. Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	64
H. Kerangka Konseptual .....	70

## **BAB III : METODE PENELITIAN**

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	73
B. Lokasi Penelitian.....	74
C. Kehadiran Peneliti.....	65
D. Data dan Sumber Data.....	75
E. Teknik Pengumpulan Data.....	76
F. Teknik Analisis Data .....	78
G. Pengecekan Keabsahan Data.....	80
H. Tahapan-Tahapan Penelitian.....	81

## **BAB IV : HASIL PENELITIAN**

A. Deskripsi Objek Penelitian.....	85
B. Temuan Penelitian.....	94

**BAB V : PEMBAHASAN**

A. Implementasi Strategi *Marketing* Pembiayaan *Murabahah* dari BMT Nusantara Umat Mandiri dan BMT Muamalah Tulungagung ..... 110

B. Hasil Analisis Menggunakan SWOT Pada Strategi Pembiayaan *Murabahah* yang dilakukan BMT Nusantara Umat Mandiri dan BMT Muamalah Tulungagung ..... 118

C. Peningkatan Jumlah Anggota Atas Strategi *Marketing* yang Dilakukan BMT Nusantara Umat Mandiri dan BMT Muamalah Tulungagung ..... 124

**BAB VI : PENUTUP**

A. Kesimpulan .....132

B. Saran.....132

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**