

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN IZIN PENJILIDAN	v
NOTA DINAS	vi
MOTO DAN PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAK.....	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	x
KATA PENGANTAR.....	xv
DAFTAR ISI.....	xviii
DAFTAR TABEL	xxi
DAFTAR GAMBAR.....	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Sistematika Penulisan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	10
A. Strategi Pemasaran	10
1. Pengertian Strategi Pemasaran	10
2. Strategi Bauran Pemasaran.....	11
B. Baitul Maal Wat Tamwil (BMT)	15
1. Pengertian BMT	15
2. Prinsip BMT	17
3. Peran BMT	18
4. Kegiatan Usaha BMT	19
C. Pembiayaan <i>Murabahah</i>	20
1. Pengertian <i>Murabahah</i>	20
2. Rukun dan syarat <i>Murabahah</i>	20

D. Telaah Pustaka	22
E. Kerangka Berpikir	29
BAB III METODELOGI PENELITIAN	31
A. Jenis Penelitian dan Pendekatan Penelitian	31
1. Jenis Penelitian	31
2. Pendekatan Penelitian	31
B. Lokasi penelitian	32
C. Sumber Data	32
1. Data Primer	32
2. Data Sekunder	33
D. Teknik pengumpulan data	33
1. Observasi.....	34
2. Wawancara.....	34
3. Dokumentasi.....	35
E. Teknik Analisis Data.....	35
1. Reduksi Data	36
2. Penyajian Data.....	36
3. Penarikan Kesimpulan	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	38
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	38
1. Sejarah Singkat BMT Mitra Khazanah Palembang	38
2. Keterangan Perusahaan	42
3. Produk BMT Mitra Khazanah Palembang	44
4. Struktur Organisasi	48
B. Hasil Penelitian dan Pembahasan	50
1. Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan <i>murabahah</i> di <i>Baitul Maal Wat Tamwil</i> Mitra Khazanah Palembang.....	50
2. Kendala yang dihadapi oleh BMT Mitra Khazanah Palembang pada produk pembiayaan <i>murabahah</i>	56
3. Analisis Strategi Pemasaran pada BMT Mitra Khazanah Palembang.....	58
BAB V PENUTUP	65
A. Kesimpulan	65
B. Saran.....	65

DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN	69
Lampiran 1: Draft Wawancara.....	69
Lampiran 2: Dokumentasi	70
Lampiran 3: lainnya.....	71