

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>BIOGRAFI PENULIS .....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO HIDUP .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Kegunaan Penelitian .....	8
E. Kerangka Berpikir .....	8
F. Penelitian Terdahulu .....	10
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>18</b>
A. Landasan Teori .....	18
1. Strategi Pemasaran .....	18 a.
Pengertian Strategi Pemasaran .....	18
b. Komponen Strategi Pemasaran .....	20
c. Komunikasi Pemasaran .....	22
d. Strategi Komunikasi Pemasaran .....	24
e. Pemasaran Online (E-Marketing) .....	27
f. Pemasaran dalam Perspektif Islam .....	30

2. Pembiayaan Murabahah .....	35
a. Pengertian Murabahah .....	35
b. Dasar Hukum Murabahah.....	36
c. Rukun Dan Syarat Murabahah .....	37
d. Jenis-jenis Murabahah .....	38
e. Mekanisme Murabahah .....	39
3. Keunggulan Kompetitif.....	41
a. Pengertian Keunggulan Kompetitif.....	41
b. Faktor-faktor yang mempengaruhi keunggulan Kompetitif.....	43
4. Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) .....	44
a. Pengertian Baitul Maal Wat Tamwil (BMT).....	44
b. Landasan Hukum BMT .....	44
c. Tujuan BMT .....	46
5. Teori Strategi Generik dan Keunggulan Bersaing .....	47
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>51</b>
A. Metode Penelitian .....	51
1. Jenis dan Sifat Penelitian.....	51
a. Jenis Penelitian .....	51
b. Sifat Penelitian.....	51
2. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	51
3. Sumber Data.....	52
4. Metode Pengumpulan Data.....	52
5. Metode Pengelolaan Data.....	53
6. Teknik Keabsahan Data .....	54
7. Teknik Analisis Data.....	54
<b>BAB IV .....</b>	<b>56</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>56</b>
A. Deskripsi Objek Penelitian .....	56
1. Profil BMT Rukun Abadi.....	56
2. Visi dan Misi dari KSPPS BMT Rukun Abadi .....	56
3. Management KSPPS BMT Rukun Abadi .....	56
4. Legalitas dari KSPPS BMT Rukun Abadi .....	57
B. Hasil Pengelolaan Data.....	57
1. Strategi Pemasaran di BMT Rukun Abadi.....	57

2. Pembiayaan Murabahah di BMT Rukun Abadi .....	58
C. Hasil Penelitian dan Pembahasan .....	58
1. Analisis strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah dalam meningkatkan keunggulan kompetitif pada KSPPS BMT Rukun Abadi .....	58
2. Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah dalam meningkatkan Keunggulan Kompetitif berdasarkan fakta dilapangan.....	62
<b>BAB V .....</b>	<b>63</b>
<b>PENUTUP.....</b>	<b>63</b>
A. Kesimpulan .....	63
B. Saran .....	63
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>64</b>
<b>PANDUAN WAWANCARA.....</b>	<b>68</b>

