

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian.....	6
E. Definisi Istilah.....	7
F. Penelitian Terdahulu	8
BAB II KAJIAN TEORI.....	13
A. Pengertian Strategi Pemasaran Syariah	13
1) Pengertian Pemasaran.....	13
2) Pengertian Strategi Pemasaran	15
3) Pengertian Strategi Pemasaran Syariah	17
4) Konsep Pemasaran.....	18
5) Tujuan Pemasaran.....	20
6) Karakteristik Pemasaran Islami	21
B. Pembiayaan	26
1) Pengertian Pembiayaan.....	26
2) Jenis-jenis Pembiayaan.....	28
3) Tujuan Pembiayaan	32
C. Gadai Syariaiah	33

1) Pengertian Gadai (rahn) Syariah.....	33
2) Dasar Hukum Gadai	36
3) Rukun Gadai Syariah.....	40
4) Fatwa DSN-MUI	41
BAB III METODE PENELITIAN.....	45
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	45
B. Kehadiran Peneliti	46
C. Lokasi Penelitian	46
D. Sumber Data	46
E. Prosedur Pengumpulan Data	47
F. Analisis Data	52
G. Pengecekan Keabsahan Data.....	53
H. Tahap-Tahap Penelitian.....	54
BAB IV PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN DAN	
PEMBAHASAN	56
A. Profil KSPPS BMT NU JATIM Cabang Guluk-guluk	56
B. Paparan Data.....	75
C. Temuan Penelitian	85
D. Pembahasan	86
BAB V PENUTUP.....	98
A. Kesimpulan	98
B. Saran	99
DAFTAR RUJUKAN	100
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	103
LAMPIRAN.....	104