DAFTAR ISI

SAMPUL DALAM.....i

PERNYATAAN KEASLIAN.....ii

PERSETUJUAN PEMBIMBING.....iii

PENGESAHAN.....iv

ABSTRAK.....v

KATA PENGANTAR.....vi

DAFTAR ISI.....vii

DAFTAR TRANSLITERASI.....xi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....1

B. Identifikasi Masalah dan Batasan Masalah.....7

C. Rumusan Masalah.....8

D. Kajian Pustaka.....9

E. Tujuan Penelitian.....11

F. Kegunaan Hasil Penelitian.....11

G. Definisi Operasional.....12

H. Metode Penelitian.....13

I. Sistematika Pembahasan.....16

BAB II TEORI MAṢLAḤAH MURSALAH DAN MARKETING ISLAM

A. Teori *Maṣlaḥah*.....19

1. Pengertian *Maṣlaḥah*.....19

2. Landasan Syariah *Maṣlaḥah*.....22

3. Macam-macam *Maṣlaḥah*.....23

B. Teori *Maṣlaḥah Mursalah*.....27

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Pengertian *Maṣlaḥah Mursalah*.....27

2. Objek *Maṣlaḥah Mursalah*.....31

3. Kehujjahan (Argumen) *Maṣlaḥah Mursalah* 31

4. Syarat *Maṣlaḥah Mursalah*.....34

5. Kaidah-kaidah Fiqh *Maṣlaḥah Mursalah* 36

C. Teori *Marketing* Islam 38

1. Pengertian *Marketing* Islam 38

2. Karakteristik Syariah *Marketing*.....41

3. Etika Pemasar (Tenaga *Marketing*) Islam.....43

4. Prinsip-prinsip *Marketing* Islam 48

BAB III PENERAPAN *MARKETING MIX* DI BANK JATIM SYARIAH CABANG SURABAYA

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....53

1. Sejarah Bank Jatim Syariah cabang Surabaya 53

2. Visi dan Misi.....54

3. Letak Geografis.....55

4. Struktur Kepemimpinan beserta Tugasnya.....55

5. Karyawan.....57

B. Penerapan *Marketing Mix*.....60

1. Latar Belakang Menerapkan *Marketing Mix*.....60

2. Dasar Penerapan *Marketing Mix*.....62

3. Realisasi *Marketing Mix*.....62

BAB IV TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PENERAPAN MARKETING MIX DALAM KONSEP BISNIS SYARIAH DI BANK JATIM SYARIAH CABANG SURABAYA

A. Analisis Penerapan *Marketing Mix* di Bank Jatim Syariah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

cabang Surabaya.....66
B. Tinjauan *Maṣlaḥah Mursalah* terhadap Penerapan
Marketing Mix.....70

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....75
B. Saran.....76

Daftar Pustaka

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id