

## DAFTAR ISI

<b>SURAT KETERANGAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>PENYATAAN BEBAS PLAGIASI</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>x</b>
<b>INTISARI</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang.....	1
1.2    Rumusan Masalah.....	7
1.3    Pertanyaan Penelitian.....	7
1.4    Tujuan Penelitian.....	8
1.5    Manfaat Penelitian.....	8
1.6    Batasan Penelitian.....	9
1.7    Keaslian Penelitian.....	9
1.8    Sistematika Penulisan.....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>11</b>
2.1    Pemberdayaan Masyarakat.....	12

2.2	Pemasaran .....	15
2.3	Organisasi Pengelola Zakat (OPZ).....	20
2.4	Model Tetrapreneur.....	23
2.4.1	Model Tetrapreneur – Tetra 2 : Pilar Pasar Wirusaha (Marketpreneur) 26	
2.5	G2RT (Global Gotong Royong Tetrapreneur).....	28
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>		<b>32</b>
3.1	Desain Penelitian.....	32
3.2	Definisi Operasional Variable.....	33
3.3	Unit Analisis dan Metode Penentuan Populasi.....	36
3.4	Metode Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian.....	37
3.5	Metode Analisis Data.....	39
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>41</b>
4.1	Profil Perusahaan, Program dan Responden.....	41
4.1.1	Profil Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS).....	41
4.1.2	Program Pasar Halal.....	42
4.1.3	Profil Responden.....	42
4.2	Hasil Penelitian.....	45
4.2.1	Pengukuran Pasar Wirusaha / <i>Marketpreneur</i> – Model Tetrapreneur pada Program Pasar Halal.....	45

4.2.2	Implementasi Pasar Wirusaha ( <i>Marketpreneur</i> ) Program Pasar Halal	
		48
4.3.	Pembangunan Pasar Wirusaha ( <i>Marketpreneur</i> ) dari Model Tetrapreneur pada Program Pasar Halal BAZNAS. ....	64
BAB V SIMPULAN DAN REKOMENDASI .....		70
5.1	Simpulan .....	70
5.2	Implikasi Manajerial .....	71
5.3	Keterbatasan Penelitian dan Saran Penelitian Selanjutnya .....	72
DAFTAR PUSTAKA .....		74
LAMPIRAN .....		81