

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
PERSETUJUAN .....	iii
PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN .....	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
PRAKATA .....	viii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
PEDOMAN TRASLITERASI .....	xiv
ABSTRAK .....	xvii
DAFTAR ISI .....	xxii
<b>BAB I     PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Fokus Penelitian .....	10
C. Tujuan Penelitian .....	10
<b>BAB II    KAJIAN PUSTAKA</b>	
A. Pengertian <i>Entrepreneursip</i> ( Kewirausahaa) .....	11
B. Pengertian <i>Entrepreneurship</i> dalam Islam .....	14
C. Dasar Hukum <i>Entrepreneurship</i> dalam Islam .....	16
D. Prinsip – Prinsip <i>Entrepreneurship</i> (Kewirausahaan) .....	22
E. <i>Business Model Canvas</i> (BMC) .....	26
F. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) .....	37
G. Kuliner .....	42
H. Kuliner Kabupaten Blitar .....	43
I. Penelitian Terdahulu .....	46
J. Kerangka Pemikiran .....	55
	xiv

BAB III	METODE PENELITIAN	
	A. Rancangan Penelitian .....	56
	B. Kehadiran Peneliti .....	58
	C. Lokasi dan Subyek Penelitian .....	59
	D. Sumber Data .....	62
	E. Tehnik Pengumpulan Data .....	65
	1. Wawancara .....	65
	2. Observasi .....	67
	3. Dokumentasi .....	68
	F. Analisis Data .....	69
	G. Pengecekan Keabsahan Temuan .....	72
	H. Tahap-Tahap Penelitian .....	77
BAB IV	PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN	
	A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	79
	Aa . Sejarah Perusahaan .....	79
	1. Omah Jenang Blitar .....	79
	2. Kampung Jambu Karangsono .....	80
	B. Temua Penelitian .....	81
	1. <i>Costumer Segmen</i> .....	81
	a. <i>Costumer Segmen</i> Omah Jenang Blitar .....	81
	b. <i>Costumer Segmen</i> Kampung Jambu Karangsono ....	83
	2. <i>Value Proposition</i> .....	81
	a. <i>Value Proposition</i> Omah Jenang Blitar .....	85
	b. <i>Value Proposition</i> Kampung Jambu Karangsono ....	86
	3. <i>Channels</i> .....	94
	a. <i>Channels</i> Omah Jenang Blitar .....	94
	b. <i>Channels</i> Kampung Jambu Karangsono .....	97
	4. <i>Costumer Relationship</i> .....	97
	a. <i>Costumer Relationship</i> Omah Jenang Blitar .....	97
	b. <i>Costumer Relationship</i> Kampung Jambu .....	98

	5. <i>Revenue Streams</i> .....	100
	a. <i>Revenue Streams</i> Omah Jenang Blitar .....	100
	b. <i>Revenue Streams</i> Kampung Jambu Karangsono ....	101
	6. <i>Key Resources</i> .....	102
	a. <i>Key Resources</i> Omah Jenang Blitar .....	102
	b. <i>Key Resources</i> Kampung Jambu Karangsono .....	102
	7. <i>Key Activities</i> .....	103
	a. <i>Key Activities</i> Omah Jenang Blitar .....	103
	b. <i>Key Activities</i> Kampung Jambu Karangsono .....	105
	8. <i>Key Partnerships</i> .....	106
	a. <i>Key Partnerships</i> Omah Jenang Blitar .....	106
	b. <i>Key Partnerships</i> Kampung Jambu Karangsono .....	107
	9. <i>Cost Structure</i> .....	108
	c. <i>Cost Structure</i> Omah Jenang Blitar .....	108
	d. <i>Cost Structure</i> Kampung Jambu Karangsono .....	108
	C. Gambaran Model Bisnis dan Peranannya .....	108
	1. Omah Jenang Blitar .....	108
	2. Kampung Jambu Karangsono .....	111
BAB V	PEMBAHASAN .....	114
	A. Proses penyusunan Businnes Model Canvas pada UMKM Bidang Kuliner Kabupaten Blitar .....	114
	B. Dampak Implementasi Businnes Model Canvas pada UMKM Bidang Kuliner Kabupaten Blitar .....	124
	C. Solusi Implementasi Businnes Model Canvas pada UMKM Bidang Kuliner Kabupaten Blitar.....	125
BAB VI	PENUTUP .....	128
	A. Kesimpulan.....	128
	B. Implikasi Temuan .....	128
	C. Saran .....	129
	DAFTAR RUJUKAN.....	130