

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Latar.....	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Persetujuan Pembimbing.....	iii
Pengesahan Penguji.....	iv
Motto	v
Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar.....	xiii
Daftar Lampiran	xiv
Abstrak	xv
Abstract	xvi

BAB I : PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Batasan Masalah.....	8
E. Manfaat Penelitian	9
F. Penegasan Istilah.....	10
G. Sistematika Penulisan.....	13

BAB II : KAJIAN TEORI

A. Landasan Teoritis	16
1. Potensi Usaha Kecil Menengah (UKM) Perusahaan Krupuk Keluarga Jaya Cap Dua Bawang Desa Plosokandang	16
2. Usaha Kecil Menengah (UKM)	26
3. Teori ACTORS	27
B. Penelitian Terdahulu	29
C. Kerangka Konseptual	35

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	38
B. Lokasi Penelitian	39
C. Kehadiran Peneliti	40
D. Data dan Sumber Data	40
E. Teknik Pengumpulan Data	41
F. Teknik Analisis Data.....	42
G. Pengecekan Keabsahan Temuan	43
H. Tahap-tahap Penelitian.....	44

BAB IV : HASIL PENELITIAN

A. Paparan Data Penelitian	46
1. Profil Perusahaan Krupuk Keluarga Jaya Cap Dua Bawang	46
2. Visi dan Misi	49
3. <i>Job Description</i> dan Struktur Kepemimpinan Perusahaan Krupuk Keluarga Jaya Cap Dua Bawang.....	50
B. Temuan Penelitian.....	52
1. Potensi Perusahaan Krupuk Keluarga Jaya Cap Dua Bawang Desa Plosokandang Dalam Membantu Menambah Pendapatan Ibu Rumah Tangga	52
2. Strategi yang Digunakan Perusahaan untuk Bertahan Pada Sektor Bisnisnya Dalam Perspektif Ekonomi Islam	59

3. Strategi yang Digunakan Perusahaan Dalam Mempertahankan Loyalitas Konsumennya	70
C. Analisis Data	76
1. Analisis Kebijakan Strategi Pemilik Perusahaan Krupuk Keluarga Jaya Terhadap Potensi Perusahaan	76
2. Analisis Kebijakan Strategi Pemilik Perusahaan Krupuk Keluarga Jaya untuk Bertahan Dalam Sektor Bisnisnya.....	77

BAB V : PEMBAHASAN

A. Potensi Perusahaan Krupuk Keluarga Jaya Cap Dua Bawang Desa Plosokandang Dalam Membantu Menambah Pendapatan Ibu Rumah Tangga	85
B. Strategi yang Digunakan Perusahaan untuk Bertahan Pada Sektor Bisnisnya Dalam Perspektif Ekonomi Islam.....	91
C. Strategi yang Digunakan Perusahaan Dalam Mempertahankan Loyalitas Konsumennya.....	101

BAB VI : PENUTUP

A. Kesimpulan	115
B. Saran.....	117

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN