

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Motto	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar.....	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel.....	xiii
Daftar Gambar	xiv
Daftar Lampiran.....	xv
Abstrak	xvi
<i>Abstract</i>	xvii
BAB I: PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian.....	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Batasan Masalah	10
E. Manfaat Penelitian	11
F. Penegasan Istilah.....	12
G. Sistematika Pembahasan	15

BAB II: KAJIAN PUSTAKA

A. Upaya Meningkatkan Volume Penjualan.....	17
1. Pengertian Upaya.....	17
2. Pengertian Peningkatan.....	17
3. Pengertian Volume Penjualan	19
4. Upaya Meningkatkan Volume Penjualan	21
B. Optimalisasi Pemasaran Produk dan Promosi	22
1. Pengertian Optimalisasi	22
2. Pemasaran Produk dan Promosi.....	23
C. Manajemen Bisnis Syariah	33
1. Pengertian Manajemen	33
2. Pengertian Bisnis Syariah	35
3. Indikator Manajemen Sesuai Syariah.....	38
4. Meningkatkan Volume Penjualan Berdasarkan Manajemen Bisnis Syariah	41
D. Penelitian Terdahulu	43
E. Kerangka Berfikir.....	48

BAB III: METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	50
B. Lokasi Penelitian.....	51
C. Kehadiran Peneliti.....	52
D. Data dan Sumber Data.....	53
E. Teknik Pengumpulan Data	54
F. Teknik Analisa Data.....	56

G. Teknik Pengecekan Keabsahan Data	59
H. Tahap-tahap Penelitian	61

BAB IV: HASIL PENELITIAN

A. Paparan Data	64
1. Profil Objek Penelitian	64
2. Volume Penjualan Toko Perhiasan Emas Jelita Kecamatan Gandusari Kabupaten Trenggalek.....	67
3. Optimalisasi Produk dan Promosi sebagai Strategi Peningkatan Volume Penjualan di Toko Perhiasan Emas Jelita.....	68
B. Temuan Penelitian.....	93

BAB V: PEMBAHASAN

A. Toko Perhiasan Emas Jelita Kecamatan Gandusari Kabupaten Trenggalek Melakukan Optimalisasi Produk Berupa Penambahan Model Baru, Mencari Referensi Desain dari Perusahaan-Perusahaan Emas Ternama serta Menyediakan Jasa Sepuh dan Patri Agar Perhiasan Emas Yang Ditawarkan Selalu Berkilau.....	95
B. Toko Perhiasan Emas Jelita Kecamatan Gandusari Kabupaten Melakukan Optimalisasi Promosi Melalui Media Sosial Berupa <i>Platform WhatsApp</i>	99

C. Optimalisasi Produk dan Promosi Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Toko Perhiasan Emas Jelita Sudah Sesuai Prinsip Manajemen Bisnis Syariah	104
--	-----

BAB VI: PENUTUP

A. Kesimpulan	110
B. Saran.....	111

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Hal.
1.1 Data Pesaing Toko Perhiasan Emas Jelita Kecamatan Gandusari Kabupaten Trenggalek	7
1.2 Data Jumlah <i>Output</i> Toko Perhiasan Emas Jelita Trenggalek Bulan Januari-Oktober 2021.....	8
4.1 Data Jumlah <i>Output</i> Toko Perhiasan Emas Jelita Trenggalek Tahun 2017-2021	67
4.2 Data Jumlah <i>Output</i> Toko Perhiasan Emas Jelita Trenggalek Bulan September 2022-Maret 2022.....	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hal.
2.1 Kerangka Berfikir	49
4.1 Ragam Model Perhiasan di Toko Emas Jelita.....	69
4.2 Produk Toko Perhiasan Emas Jelita	70
4.3 Produk Toko Perhiasan Emas Jelita	73
4.4 Peletakkan Logo Toko Perhiasan Emas Jelita Pada Banner	75
4.5 Peletakkan Logo Toko Perhiasan Emas Jelita Pada Kalender	76
4.6 Desain Produk Oleh Desainer Profesional.....	77
4.7 <i>Packaging</i> Produk Toko Perhiasan Emas Jelita	79
4.8 Nota Pembayaran Toko Perhiasan Emas Jelita	81
4.9 Pelayanan di Toko Emas Jelita.....	83
4.10 Pelayanan di Toko Emas Jelita.....	84
4.11 Mangkuk Sebagai Hadiah Untuk Konsumen	87
4.12 Owner Mendekati Pelanggan Melalui <i>Chat Whatsapp</i>	93

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Dokumentasi Penelitian

Lampiran 2: Pedoman Wawancara

Lampiran 3: Surat Permohonan Izin Penelitian

Lampiran 4: Bukti Bimbingan Skripsi

Lampiran 5: Surat Pernyataan Keaslian Tulisan

Lampiran 6: Daftar Riwayat Hidup