

DAFTAR ISI

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

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Identifikasi Penelitian dan Batasan Masalah.....	8
E. Manfaat Penelitian.....	9
F. Penegasan Istilah.....	11
G. Sistem Penulisan.....	14

BAB II : KAJIAN TEORI

A. Strategi Pemasaran Digital Syariah.....	16
B. Daya Saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).....	32
C. Era <i>New Normal</i>	42
D. Penelitian Terdahulu.....	44
E. Kerangka Konseptual.....	58

BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	61
B. Lokasi Penelitian.....	63
C. Kehadiran Peneliti.....	64
D. Data dan Sumber Data.....	65
E. Teknik Pengumpulan Data.....	66
F. Teknik Analisis Data.....	68
G. Pengecekan Keabsahan Data.....	71
H. Tahap-Tahap Penelitian.....	74
BAB IV : HASIL PENELITIAN	
A. Gambaran Umum UMKM Dinova Store.....	77
B. Temuan Penelitian	
1. Strategi Pemasaran Digital Syariah UMKM Dinova Store.....	85
2. Peningkatan Daya Saing UMKM <i>pasca</i> Pemasaran Digital Syariah Dinova Store.....	94
3. Hambatan dan Solusi dalam Strategi Pemasaran Digital Syariah UMKM Dinova Store.....	101
BAB V : PEMBAHASAN	
A. Strategi Pemasaran Digital Syariah UMKM Dinova Store.....	110
B. Peningkatan Daya Saing UMKM <i>pasca</i> Pemasaran Digital Syariah Dinova Store.....	116
C. Hambatan dan Solusi dalam Strategi Pemasaran Digital Syariah UMKM Dinova Store.....	120
BAB VI : PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	126
B. Saran.....	129
DAFTAR PUSTAKA.....	130
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	133