

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	iii
PENGESAHAN .....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN .....	v
MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
ABSTRAK .....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
DAFTAR ISI .....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Batasan Masalah .....	8
C. Rumusan Masalah.....	8
D. Tujuan Penelitian .....	9
E. Manfaat Penelitian .....	9
F. Penegasan Istilah .....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	13
A. Diskripsi Teori.....	13
a) Pemasaran Syariah.....	13
b) Variabel Bauran Pemasaran Syariah .....	23
c) Prinsip Dasar Bisnis Dalam Prespektif Ekonomi Islam .....	25
d) Ekonomi Digital .....	28
e) Transaksi Online dalam Prespektif Ekonomi Islam .....	32
f) Konsep UMKM.....	36

g) Kekuatan & Kelemahan UMKM.....	41
h) Peran UMKM .....	46
B. Penelitian Terdahulu.....	47
C. Kerangka Teoritik.....	50
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>52</b>
A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian .....	52
B. Jenis Penelitian .....	53
C. Kehadiran Peneliti .....	53
D. Lokasi Penelitian .....	54
E. Sumber Data .....	54
F. Pengumpulan Data.....	55
G. Pengolahan Data.....	57
H. Analisis Data .....	57
I. Pengecekan Keabsahan Data.....	60
J. Tahap-tahap Penelitian .....	60
K. Sistematika Pembahasan .....	62
<b>BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN.....</b>	<b>63</b>
A. Deskripsi Data .....	63
1. Gambaran Umum .....	64
2. Sejarah Perusahaan .....	65
3. Tujuan Umum Perusahaan .....	66
4. Lokasi Penelitian .....	67
5. Struktur Organisasi.....	67
6. Jumlah Karyawan .....	68
7. Waktu Kerja.....	68
8. System Upah.....	69
9. Proses Produksi dan Hasil .....	69
10. Operasional Produksi.....	71
11. Wilayah Pemasaran .....	71
B. Temuan Penelitian .....	71
<b>BAB V HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>80</b>

A. Strategi Produk Pada UMKM Konveksi Pakaian Avarell di Tulungagung.....	80
B. Strategi Harga pada UMKM Konveksi Avarel di Tulungagung.....	82
C. Strategi Saluran Distribusi pada UMKM konveksi Avarel di Tulungagung.....	83
D. Strategi Pemasaran dan Promosi pada UMKM konveksi Avarel di Tulungagung.....	84
BAB VI PENUTUP.....	88
A. Kesimpulan.....	88
B. Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA.....	91
LAMPIRAN.....	95