

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Kerangka Pemikiran.....	6
1.5. Langkah-langkah Penelitian	12
2. PUSAT KOPERASI PENGECEK DAN PERKULAKAN (PUSKOPPAN) PESANTREN DAN KONSEP TIJARAH MENURUT FIQIH MUAMALAH.....	14
2.1. Gambaran Umum Pusat Koperasi Pengecer dan Perkulakan (Puskoppan) Pesantren.....	14
2.2. Konsep Tijarah Menurut Fiqih Muamalah.....	22
2.3. Penerapan Konsep Tijarah di Pusat Koperasi Pengecer dan Perkulakan (Puskoppan) Pesantren.....	33

3. STRATEGI PEMASARAN PUSAT KOPERASI PENGECEK DAN PERKULAKAN (PUSKOPPAN) PESANTREN	35
3.1. Strategi Pemasaran Pusat Koperasi Pengecer dan Perkulakan (Puskoppan) Pesantren	37
3.1.1. Strategi Produk	40
3.1.2. Strategi Harga	46
3.1.3. Strategi Promosi	48
3.1.4. Strategi Distribusi	51
3.2. Faktor Penunjang dan Penghambat Terealisasinya Strategi Pemasaran Produk Mje Instan Merek Sahabat	56
3.3. Tinjauan Fiqih Muamalah Terhadap Strategi Pemasaran Pusat Koperasi Pengecer dan Perkulakan (Puskoppan) Pesantren	59
4. KESIMPULAN	67
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	72

DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
3.1 Spesifikasi Produk.....	45
3.2 Daftar Harga (<i>Price List</i>) Mie Instan Sahabat.....	47
3.3 Fixed Route.....	54



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Halaman
2.1 Struktur Pengurus Pusat Koperasi Pengecer dan Perkulakan (Puskoppan) Pesantren.....	19
3.1 Bauran Pemasaran.....	39
3.2 Saluran Pemasaran Barang Konsumsi	52
3.3 Saluran Pemasaran Mie Sahabat.....	53



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG