

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR BEBAS PLAGIARISME	iii
LEMBAR PEDOMAN TRANSLITERASI	iv
ABSTRAK	v
RIWAYAT HIDUP PENELITI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi dan Perumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Kegunaan Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Penelitian Terdahulu.....	10
B. Konsep dan Teori.....	13
1. Konsep Strategi Pemasaran.....	13
2. Pemasaran Syariah	21
3. Analisis SWOT (<i>Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats</i>)	29
4. Bauran Pemasaran	32
5. Peningkatan Penjualan.....	39
C. Kerangka Pemikiran	41
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	44
A. Metode dan Pendekatan Penelitian.....	44
B. Sumber Data.....	45
C. Teknik Pengumpulan Data.....	46
D. Jenis Analisa Data.....	48
E. Teknik Keabsahan Data	51

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	53
A. Gambaran Umum UMKM Wajit Pusaka Utama	53
1. Sejarah	53
2. Produk.....	56
3. Struktur Organisasi.....	59
B. Hasil Penelitian dan Pembahasan	60
1. Strategi Pemasaran yang diterapkan.....	60
2. Kesesuaian dengan Prinsip Syariah.....	64
3. Analisa SWOT	66
4. Efektifitas dan Implementasi Strategi.....	73
C. Keterbatasan Penelitian.....	77
BAB V PENUTUPAN	79
A. Kesimpulan	79
B. Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	86

