

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN MUNAQOSAH.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK.....	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penititan.....	6
E. Sistematika Penulisan.....	7
BAB II KERANGKA TEORI.....	8
A. Deskripsi Teori.....	8
1. <i>Marketing Mix 7P</i>	8
2. Ekonomi Kreatif.....	12
a. Pengertian Ekonomi Kreatif.....	12
b. Ciri-Ciri Ekonomi Kreatif.....	14
c. Peran dan Fungsi Ekonomi Kreatif serta Sektor Industri Kreatif.....	15
d. Pengembangan Ekonomi Kreatif.....	16
e. Ekonomi Kreatif dalam Perspektif Ekonomi Islam.....	18
3. Teori Penjualan.....	21
a. Pengertian Penjualan.....	21
b. Tujuan Penjualan.....	23
c. Jenis-Jenis Penjualan.....	23
d. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan.....	24
e. Macam-Macam Penjualan.....	25
4. Ekonomi Syariah.....	25
a. Definisi Ekonomi Syariah.....	25
b. Konsep Dasar dan Prinsip Ekonomi Syariah.....	26

c. Perdagangan atau Jual Beli dalam Fikih
 Muamalah 28

 B. Penelitian Terdahulu 29

 C. Kerangka Berfikir 38

BAB III METODE PENELITIAN..... 39

 A. Jenis Pendekatan 39

 B. *Setting* Penelitian 39

 C. Sumber Data..... 40

 D. Teknik Pengumpulan Data..... 40

 E. Penguji Keabsahan Data 42

 F. Teknik Analisis Data..... 44

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 48

 A. Gambaran Obyek Penelitian 48

 1. Gambaran Umum Aneka Keripik Ibu Siti 48

 a. Sejarah Singkat Berdirinya Usaha 48

 b. Visi Misi Usaha Aneka Keripik Ibu Siti 48

 c. Struktur Organisasi 49

 B. Deskripsi Data Penelitian..... 50

 1. Deskripsi Data Peran Marketing *Mix Strategy* dalam Upaya Peningkatan
 Penjualan UMKM Aneka Keripik Ibu Siti 50

 C. Analisis Data Penelitian 61

 1. Analisis Peran Marketing *Mix Strategy* dalam Upaya Peningkatan Penjualan
 UMKM Aneka Keripik Ibu Siti 61

 2. Analisis Peran Marketing *Mix Strategy* dalam Upaya Peningkatan Penjualan
 UMKM Aneka Keripik Ibu Siti Ditinjau dalam Perspektif Ekonomi Islam 67

BAB V PENUTUP 73

 A. Kesimpulan..... 73

 B. Saran..... 73

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu..... 29



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir 38

