

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Persetujuan Pembimbing	ii
Pengesahan Munaqosyah	iii
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	
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian	6
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian	7
F. Sistematika Penulisan	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Kajian Teori Terkait Judul	9
1. Pendefinisian Strategi Pemasaran	9
2. Merancang Strategi Pemasaran	10
3. Bauran Pemasaran	13
4. Pengertian Syariah <i>Marketing</i>	15
5. Bauran Pemasaran Syariah	19
B. Penelitian Terdahulu	24
C. Kerangka Berfikir	31
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	33
B. Setting Penelitian	33
C. Subjek Penelitian	34
D. Sumber Data	35
E. Teknik Pengumpulan Data	36

F. Pengujian Keabsahan Data	37
G. Teknik Analisis Data	38

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Objek Penelitian	40
1. Gambaran Umum UMKM Kopi Jetak Mentari	40
2. Visi dan Misi UMKM Kopi Jetak Mentari	42
3. Struktur Organisasi UMKM Kopi Jetak Mentari	42
4. Standar Operasional Prosedur (SOP) UMKM Kopi Jetak Mentari	44
5. Fasilitas	45
B. Deskripsi Data Hasil Penelitian	45
1. Data tentang Strategi <i>Marketing</i> yang Diterapkan UMKM Kopi Jetak Mentari	45
2. Data tentang Pelaksanaan Strategi <i>Marketing</i> pada UMKM Kopi Jetak Mentari berdasarkan Perspektif Syariah	50
3. Data tentang faktor pendukung dan faktor penghambat dalam Melaksanakan Strategi <i>Marketing</i>	52
C. Analisis Data Penelitian	54
1. Analisis Strategi <i>Marketing</i> pada UMKM Kopi Jetak Mentari	54
2. Analisis Strategi <i>Marketing</i> UMKM Kopi Jetak Mentari Menurut Perspektif Syariah	59
3. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Strategi <i>Marketing</i> UMKM Kopi Jetak Mentari dalam Pengembangan Usaha	66

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	73
B. Saran-saran	74

DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian-penelitian Terdahulu 24
 Tabel 4.1 Daftar Harga Produk UMKM Kopi Jetak Mentari
 Tahun 2020 47
 Tabel 4.2 Data Penjualan UMKM Kopi Jetak Mentari Periode
 Oktober 2019 – Januari 2020 50



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	31
Gambar 4.1 Struktur Organisasi UMKM Kopi Jetak Mentari	43

