

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN SURAT PERNYATAAN	iv
HALAMAN ABSTRAK	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
HALAMAN KATA PENGANTAR	ix
HALAMAN ABSTRAK	xi
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Penelitian	5
C. Rumusan Masalah.....	5
D. Tujuan Penelitian	5
E. Manfaat Penelitian	6
F. Sistematika Penulisan	6
BAB II : KAJIAN PUSTAKA	
A. Deskripsi Manajemen Strategi	9
1. Pengertian Strategi Manajemen Marketing	9
2. Macam-macam Strategi.....	9
3. Tahap-tahap dalam proses Manajemen Strategi	11
B. Strategi Pengemangan Bisnis Usaha Kecil dan Menengah.....	15
1. Mengembangkan Strategi Produk	15
2. Strategi penetapan harga	17
3. Strategi Pemasaran	21
4. Promosi Penjualan.....	22
5. Teknik Pengembangan Usaha	26
C. Pendapatan.....	28
1. Pengertian Pendapatan	28
2. Sumber-Sumber Pendapatan	29
3. Konsep pendapatan karyawan.....	30

	D. Konsep pendapatan dalam perspektif ekonomi Islam	31
	E. Strategi pengemangan UMKM dalam Perspektif Ekonomi Islam.....	36
	1. Etika Bisnis Islam dalam Pengembangan UKM	36
	2. Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam.....	38
	3. Pengertian Ekonomi Islam	39
	4. Prinsip dan Tujuan Sistem Ekonomi Islam.....	40
	5. Nilai-Nilai Dasar Ekonomi Islam.....	40
	F. Penelitian Terdahulu	40
	G. Kerangka Berpikir	43
BAB III	: METODE PENELITIAN	
	A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	50
	B. Setting Penelitian	50
	C. Subyek Penelitian	50
	D. Sumber Data	51
	E. Teknik Pengumpulan Data	51
	F. Pengujian Keabsahan Data	53
	G. Analisis Data	54
BAB IV	: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	A. Profil CV. Seleksi Alam Muria	58
	1. Sejarah CV. Seleksi Alam Muria	58
	2. Visi dan Misi CV. Seleksi Alam Muria ...	60
	3. Organisasi dan Kepengurusan CV Seleksi Alam Muria.....	60
	B. Deskripsi Hasil Penelitian.....	60
	1. Strategi Pengembangan Bisnis UMKM pada CV. Seleksi Alam Muria yang Eksis di Tengah Pandemi Covid-19.....	60
	2. Pandangan Ekonomi Islam Tentang Strategi Pengembangan Bisnis UMKM pada CV. Seleksi Alam Muria dalam Pasar Digital dalam Kondisi Covid-19.....	69
	C. Analisa Data Penelitian	71
	1. Strategi Pengembangan Bisnis UMKM pada CV. Seleksi Alam Muria yang Eksis di Tengah Pandemi Covid-19.....	71

	2. Pandangan Ekonomi Islam Tentang Strategi Pengembangan Bisnis UMKM pada CV. Seleksi Alam Muria dalam Pasar Digital dalam Kondisi Covid-19.....	82	
BAB V	:	PENUTUP	
	A. Simpulan.....	99	
	B. Saran.....	101	

DAFTAR PUSTAKA
RIWAYAT HIDUP PENULIS
LAMPIRAN-LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	:	Varian Harga Produk CV Seleksi Alam Muria.....	65
Tabel 4.2	:	Harga Produk.....	75



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Kerangka Berfikir 43

