

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Kegunaan Penelitian.....	8
E. Definisi Istilah	9
F. Kajian Penelitian Terdahulu.....	11
BAB 11 KAJIAN PUSTAKA	15
A. Teori Tentang Strategi Pemasaran	15
1. Pengertian Strategi pemasarn	15
2. Tujuan Pemasaran	17
3. Konsep Strategi Pemasaran.....	18
4. Strategi Pemasaran Syariah.....	20
B. Teori Tentang Pembiayaan.....	25
1. Pengertian Pembiayaan	25
2. Fungsi Pembiayaan	26
3. Tujuan pembiayaan	26

4. Jenis-Jenis Pembiayaan	27
C. Teori Tentang UMKM	30
1. Pengertian UMKM.....	30
2. Permasalahn UMKM.....	31
BAB III METODE PENELITIAN	34
A. Pendekatan dari Jenis Penelitian	34
B. Kehadiran Penelitian	35
C. Lokasi Penelitian.....	35
D. Sumber Data.....	35
E. Prosedur Pengumpulan Data	37
F. Analisis Data	41
G. Pengecekan Keabsahan Data.....	43
H. Tahap-tahap penelitian	44
BAB IV PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN DAN	
PEMBAHASAN	45
A. Paparan Data	45
B. Temuan Penelitian	73
C. Pembahasan.....	75
BAB V PENUTUP.....	79
A. Kesimpulan	79
B. Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	82
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	85
LAMPIRANLAMPIRAN.....	86
RIWAYAT HIDUP	90