

DAFTAR ISI

PERNYATAAN.....	ii
PENGESAHAN	iii
REKOMENDASI PEMBIMBING	iv
NOTA DINAS.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
MOTTO.....	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR.....	x
TRANSLITERASI ARAB LATIN.....	xiii
DAFTAR ISI	xxi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Sistematika Penulisan	9
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Tinjauan Pustaka.....	11
B. Pengertian UMKM	20
C. Keberhasilan Usaha	23
D. Manajemen	32
1. Pengertian Manajemen.....	32
E. Fungsi manajemen	33
F. Manajemen Pemasaran	33
1. Pengertian Manajemen Pemasaran	33
2. Perencanaan Pemasaran	34

3.	Implementasi Pemasran	37
4.	Pengendalian atau Evaluasi kegiatan pemasran	37
5.	Konsep pemasran dan Tujuan	37
6.	Fungsi Pemasaran.....	39
7.	Bauran Pemasaran (marketing mix)	40
G.	Manajemen Pemasaran syariah	32
1.	Karakteristik Syariah Marketing	33
2.	Prinsip Etika Pemasaran Islami.....	34
BAB III	METODE PENELITIAN	
A.	Jenis Penelitian	39
B.	Sifat Penelitian	39
C.	Lokasi Dan Objek Penelitian	39
D.	Sumber Data Penelitian	39
1.	Data primer	40
2.	Data sekunder	40
E.	Teknik Pengumpulan data	40
1.	Wawancara / interview.....	40
2.	Study pustaka	40
F.	Teknis dan Analisis Data	41
1.	Implementasi Kegiatan Manajemen Pemasaran	41
2.	Implementasi prinsip ekonomi islam	41
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS	
A.	Profil Ayam Geprek Mbok Moro	42
1.	kepemilikan Ayam Geprek Mbok Moro	43
2.	kepengurusan Ayam Geprek Mbok Moro.....	43
B.	Peran Manajemen Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha	43
1.	Keberhasilan Usaha	43
2.	Penerapan ekonomi islam dalam manajemen pemasaran pada Ayam Geprek Mbok Moro	48
a)	Penerapan Fungsi Manajemen pemasaran	46
b)	Penerapan Fungsi Manajemen pengorganisasian	46

c) Penerapan Fungsi Manajemen pengarahan.....	47
d) Penerapan Fungsi Manajemen pengawasan	48
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	61
B. Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	
Daftar Pustaka.....	63
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Daftar Tabel persamaan dan perbedaan dengan penelitian dahulu 66

