

**SISTEM PRODUKSI DAN PEMASARAN PADA
PERUSAHAAN DAGANG NURJATI DESA WARUJAYA
KECAMATAN DEPOK KABUPATEN CIREBON
(Studi Analisis Perspektif Ekonomi Islam)**

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat
untuk Memperoleh Gelar Megister Ekonomi (M.E.)
Program Studi Ekonomi Syariah



Oleh :

FERDI

NIM: 18086050014

**PROGRAM PASCASARJANA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) SYEKH NURJATI CIREBON
2021**

LEMBAR PERSETUJUAN

**SISTEM PRODUKSI DAN PEMASARAN PADA
PERUSAHAAN DAGANG NURJATI DESA WARUJAYA
KECAMATAN DEPOK KABUPATEN CIREBON
(Studi Analisis Perspektif Ekonomi Islam)**

TESIS

Program Studi: Ekonomi Syariah

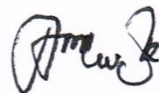
Oleh:

FERDI
NIM: 18086050014

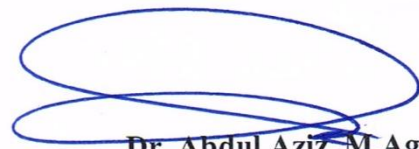
Telah disetujui pada tanggal 09 April 2021

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. H. Kosim, M.Ag.
NIP. 196401041992031004



Dr. Abdul Aziz, M.Ag
NIP. 197301072009012004

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ferdi
NIM : 18086050014
Jenjang Program : Megister
Program Studi : Ekonomi Syariah
Pada Program Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri
(IAIN) Syekh Nurjati Cirebon

Menyatakan bahwa tesis ini secara keseluruhan adalah ASLI hasil penelitian saya, kecuali pada bagian-bagian yang ditunjuk sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini dibuat dengan sejujurnya dan dengan penuh kesungguhan hati, disertai kesiapan untuk menanggung segala resiko yang mungkin diberikan sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Cirebon, 09 April 2021

Penulis



FERDI

NIM. 18086050014



Dr. H. Kosim, M.Ag.
Program Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri
(IAIN) Syekh Nurjati Cirebon

NOTA DINAS

Lampiran : 5 (Lima) Lembar
Hal : Penyerahan Tesis

Kepada Yth,
Direktur Program Pascasarjana
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon
Di
CIREBON

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, dan merevisi seperlunya, kami berpendapat bahwa tesis saudara **FERDI NIM:18086050014** yang berjudul "**SISTEM PRODUKSI DAN PEMASARAN PADA PERUSAHAAN DAGANG NURJATI DESA WARUJAYA KECAMATAN DEPOK KABUPATEN CIREBON (Studi Analisis Perspektif Ekonomi Islam)**" telah dapat diujikan.

Bersama ini kami kirimkan naskahnya untuk diujikan dalam sidang ujian tesis Program Pascasarjana IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassamualaikum Wr. Wb.

Cirebon, 09 April 2021
Pembimbing I



Dr. H. Kosim, M.Ag.
NIP. 196401041992031004

Dr. Abdul Aziz, M.Ag
Program Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri
(IAIN) Syekh Nurjati Cirebon

NOTA DINAS

Lampiran : 5 (Lima) Lembar
Hal : Penyerahan Tesis

Kepada Yth,
Direktur Program Pascasarjana
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon
Di
CIREBON

Assalamualaikum Wr. Wb.

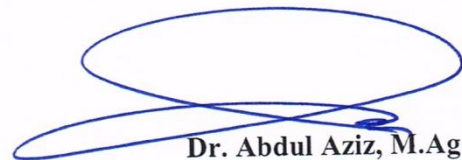
Setelah membaca, meneliti, dan merevisi seperlunya, kami berpendapat bahwa tesis saudara **FERDI NIM:18086050014** yang berjudul "**SISTEM PRODUKSI DAN PEMASARAN PADA PERUSAHAAN DAGANG NURJATI DESA WARUJAYA KECAMATAN DEPOK KABUPATEN CIREBON (Studi Analisis Perspektif Ekonomi Islam)**" telah dapat diujikan.

Bersama ini kami kirimkan naskahnya untuk diujikan dalam sidang ujian tesis Program Pascasarjana IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassamualaikum Wr. Wb.

Cirebon, 09 April 2021
Pembimbing II



Dr. Abdul Aziz, M.Ag
NIP.197301072009012004

LEMBAR PENGESAHAN

**SISTEM PRODUKSI DAN PEMASARAN PADA
PERUSAHAAN DAGANG NURJATI DESA WARUJAYA
KECAMATAN DEPOK KABUPATEN CIREBON
(Studi Analisis Perspektif Ekonomi Islam)**

Disusun oleh:

FERDI

NIM:18086050014

Telah diujikan pada tanggal 09 April 2021 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Magister Ekonomi (M.E.)

Dewan Penguji

Ketua/Anggota,

Sekretaris/Anggota,

Prof. Dr. H. Dedi Djubaedi, M.Ag.
NIP. 195903201984031002006

H. Didin Nurul Rosidin, Ph.D.
NIP. 197304041998031005

Pembimbing I/Penguji,

Pembimbing II/Penguji,

Dr. H. Kosim, M.Ag.
NIP. 196401041992031004

Dr. Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 197301072009012004

Penguji Utama,

Dr. Siti Fatimah, M.Hum.
NIP. 19650914199802001

Direktur,

Prof. Dr. H. Dedi Djubaedi, M.Ag.
NIP. 195903201984031002006



ABSTRAK

FERDI. NIM: 18086050014. “SISTEM PRODUKSI DAN PEMASARAN PADA PERUSAHAAN DAGANG NURJATI DESA WARUJAYA KECAMATAN DEPOK KABUPATEN CIREBON (Studi Analisis Perspektif Ekonomi Islam)”

Dalam berbisnis itu memerlukan sebuah strategi sehingga dalam berbisnis dapat menguntungkan dan mempunyai prospek yang bagus. Salah satu strategi yang diaplikasikan dalam bisnis yaitu strategi *marketing mix*. Dalam strategi ini bagaimana cara mengaplikasikan 4P yang terdiri dari *product*, *price*, *promotion*, dan *place* yang dikombinasikan dengan metode *segmentasi*, *targeting*, dan *positioning*, seperti yang dilakukan oleh Perusahaan Dagang Nurjati untuk merebut persaingan pasar dalam perspektif ekonomi Islam tetapi Perusahaan Dagang Nurjati mempunyai kendala untuk dapat merebut persaingan pasar diantaranya modal usaha yang sedikit, kendala bahan baku, dan kendala *finishing*. Dari hal tersebut terdapat tiga rumusan masalah yaitu: a) Bagaimana sistem produksi di Perusahaan Dagang Nurjati?; b) Bagaimana strategi pemasaran di Perusahaan Dagang Nurjati?; dan c) Bagaimana perspektif ekonomi Islam tentang strategi pemasaran di Perusahaan Dagang Nurjati?.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis sistem produksi di Perusahaan Dagang Nurjati; untuk menganalisis strategi pemasaran di Perusahaan Dagang Nurjati; dan untuk menganalisis perspektif ekonomi Islam tentang strategi pemasaran di Perusahaan Dagang Nurjati.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif fenomenologis dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan sekunder. Sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Untuk teknik analisis data adalah teknik analisis data kualitatif, deskriptif, dan triangulasi.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah (1) Perusahaan Dagang Nurjati dalam memproduksi mebel menggunakan dua sistem yaitu pertama dengan pemesanan atau orderan langsung konsumen dan yang kedua produk dipasarkan setelah produk diproduksi dengan keadaan telah jadi; (2) Strategi pemasarannya menggunakan strategi *Marketing Mix* yaitu produk, distribusi, promosi, dan harga; (3) Berdasarkan hasil analisis *Marketing Mix*, diketahui bahwa pengaplikasian *product*, *price*, *promotion*, dan *place* ini sudah sesuai dengan strategi pemasaran syariah, dimana produk yang dijual tidak haram, harganya tidak memberatkan konsumen, promosinya menggunakan metode pemasaran yang sudah sesuai dengan ajaran Islam, dan distribusinya masih mengandalkan kedatangan konsumen ke tempat produksi. Sedangkan STP (*segmentasi*, *targeting*, dan *positioning*) yang digunakan untuk merebut persaingan pasar dengan cara memberikan pelayanan yang memuaskan, testimony dari konsumen, memperluas jaringan, dan meningkatkan kualitas dan standar produk.

Kata Kunci: Sistem Produksi, Strategi Pemasaran, Marketing Mix, STP

ABSTRACT

FERDI. NIM: 18086050014. "THE SYSTEM OF PRODUCTION AND MARKETING TO CORPORATE NURJATI VILLAGE WARUJAYA DISTRICT DEPOK MUNICIPALITY CIREBON (The Islamic Economic Perspective Analysis Study)"

In the business it requires a strategy so that the business can be profitable and have a good prospect. One of the strategies applied to business is the marketing mix strategy. In this strategy how to apply 4p of product, price, promotion, and place combined with segmentation, submission, and positioning methods, such as by the Nurjati to reposition market competition in an Islamic economic perspective, but the Nurjati trade has obstacles to hold market competition between small business capital, raw materials, and constraints to finish. Of these are the three sets of problems: a) what is the production system of the Nurjati trading company?; b) what about marketing strategies at the Nurjati trading company?; and c) what is the Islamic economic perspective on marketing startegi at the Nurjati trading company?.

The purpose of this study was to analyze the production system at the Nurjati trading company; to analyze the marketing strategies at the Nurjati trading company; and to analyze the Islamic economic perspective on marketing strategies at the Nurjati trading company.

The study USES phenomena 'descriptive methods using a qualitative approach. The data sources used are primary and secondary data sources. Whereas the data-collection techniques used are interviews, observations, and documentation. For data analysis techniques are qualitative, descriptive, and triangulation data analysis techniques.

The conclusion of the study is (1) the enterprise of commerce in the manufacturing of furniture used the first two systems with direct order or order of the consumer and the second product was marketed after product was produced under the circumstances; (2) marketing strategies use mixed marketing strategies of product, distribution, promotion, and price; (3) based on the analysis of the trading mix, it is known that product, price, subsidized, and place is already in line with sharia marketing, where the product is clean, the price is no to the consumer, the promotions are already in accordance with Islamic teachings, and the distribution is still relying on consumers' coming into production. Whereas the STP (segmentation, contraction, and positioning) which is used to usurp market rivalry by delivering centralized services, the testimony of consumers, expanding networks, and improving product quality and standards.

Keywords: Production Systems, Marketing Strategies, Marketing Mix, STP

الملخص

فيردي. نيم: 18086050014. "انظمة الإنتاج والتسويق في شركة نورجاتي التجارية قرية وروجايا مقاطعة ديبوك سيريبون ريجنسي (دراسات تحليل المنظور الاقتصادي الإسلامي)"

في ممارسة الأعمال التجارية، يتطلب الأمر استراتيجية حتى تكون ممارسة الأعمال التجارية مربحة ولها آفاق جيدة. إحدى الاستراتيجيات المطبقة في مجال الأعمال هي استراتيجية المزيج التسويقي. في هذه الاستراتيجية كيفية تطبيق 4P والتي تتكون من المنتج والسعر والترويج والمكان جنباً إلى جنب مع أساليب التجزئة والاستهداف وتحديد المواقع، مثل تلك التي تستخدمها شركة نورجاتي التجارية للفوز بمنافسة السوق من منظور اقتصادي إسلامي لكن الشركة التجارية نورجاتي تواجه عقبات في التمكن من الاستيلاء على المنافسة في السوق، بما في ذلك قلة رأس المال التجاري، وقيود المواد الخام، وقيود التشطيب. ومن هنا تبرز ثلاث صيغ إشكالية وهي: (أ) ما هو نظام الإنتاج في شركة نورجاتي التجارية؟، (ب) ما هي استراتيجية التسويق في شركة نورجاتي التجارية؟، (ج) ما هو المنظور الاقتصادي الإسلامي فيما يتعلق باستراتيجية التسويق في شركة نورجاتي التجارية؟.

الغرض من هذا البحث هو تحليل نظام الإنتاج في شركة نورجاتي التجارية؛ وتحليل استراتيجية التسويق في شركة نورجاتي التجارية؛ وتحليل المنظور الاقتصادي الإسلامي حول استراتيجية التسويق في شركة نورجاتي التجارية.

تستخدم هذه الدراسة المنهج الوصفي الظاهري باستخدام المنهج النوعي. مصادر البيانات المستخدمة هي مصادر البيانات الأولية والثانوية. بينما تقنيات جمع البيانات المستخدمة هي المقابلات والملاحظة والتوثيق. لتقنيات تحليل البيانات هي تقنيات تحليل البيانات النوعية والوصفية والتثليل.

استنتاجات هذه الدراسة هي (1) شركة نورجاتي التجارية في إنتاج الأثاث يستخدم نظامين، الأول عن طريق الطلب أوامر المستهلك المباشرة، وثانياً يتم تسويق المنتج بعد إنتاج المنتج بحالة نهائية؛ (2) تستخدم إستراتيجية التسويق إستراتيجية مزيج التسويق، أي المنتج والتوزيع والترويج والسعر؛ (3) بناءً على نتائج تحليل المزيج التسويقي، من المعروف أن تطبيق هذا المنتج والسعر والترويج والمكان يتوافق مع استراتيجية اتيجية التسويق الشرعية، حيث المنتجات التي يتم بيعها ليست حراماً، يكون السعر غير مرهق للمستهلكين فالعرض الترويجي يستخدم أساليب تسويقية تتفق مع تعاليم الإسلام، ولا يزال التوزيع يعتمد على وصول المستهلكين إلى موقع الإنتاج. وفي الوقت نفسه، STP (التجزئة والاستهداف وتحديد المواقع) التي تستخدم للاستيلاء على المنافسة في السوق من خلال تقديم خدمات مرضية، وشهادات العملاء، وتوسيع الشبكات، وتحسين جودة المنتج والمعايير.

الكلمات المفتاحية: نظم الإنتاج، إستراتيجية التسويق، المزيج التسويقي، STP

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat, inayah, taufik dan hidayah-Nya peneliti dapat menyelesaikan tesis yang berjudul: **SISTEM PRODUKSI DAN PEMASARAN PADA PERUSAHAAN DAGANG NURJATI DESA WARUJAYA KECAMATAN DEPOK KABUPATEN CIREBON (Studi Analisis Perspektif Ekonomi Islam)**. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada junjungan Nabi besar Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat, serta para pengikutnya yang baik hingga akhir zaman.

Tesis ini dibuat dengan maksud untuk memberikan suatu sumbangan pemikiran dalam bentuk penelitian ilmiah untuk pengembangan ekonomi syariah, khususnya dapat dimanfaatkan oleh pihak yang berkepentingan sehingga dapat dijadikan tambahan referensi. Walaupun pada dasarnya ditulisnya penelitian ini didorong karena sebagai syarat kelulusan guna memperoleh gelar Megister Ekonomi (M.E) pada Program Pascasarjana IAIN Syekh Nurjati Cirebon, namun tidak menghilangkan upaya terbaik dalam penulisan tesis ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa baik dalam pengungkapan, penyajian, dan pemilihan teori maupun pembahasan materi dalam tesis ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, dengan penuh kerendahan hati penulis mengharapkan saran, masukan, dan arahan dari semua pihak untuk proses perbaikan tesis ini.

Banyak pihak yang telah tulus ikhlas memberikan bantuan, baik itu melalui kata-kata ataupun dorongan semangat untuk menyelesaikan penulisan tesis ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terimakasih disertai penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Dr. H. Sumanta, M.Ag., selaku Rektor IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Prof. Dr. H. Dedi Djubaedi, M.Ag., selaku Direktur Program Studi Pascasarjana IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
3. Dr. H. Kosim, M.Ag., selaku Kaprodi Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
4. Dr. H. Kosim, M.Ag., selaku dosen pembimbing I yang telah membantu mengarahkan dan memberikan saran serta perhatian dan dorongan sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.
5. Dr. Abdul Aziz, M.Ag., selaku dosen pembimbing II yang telah membantu mengarahkan dan memberikan saran serta perhatian dan dorongan sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.
6. Para dosen Program Studi Pascasarjana IAIN Syekh Nurjati Cirebon yang telah memberikan ilmunya dan membimbing penulis dengan proses belajar.
7. Para Staff administrasi Program Pascasarjana IAIN Syekh Nurjati Cirebon yang telah banyak membantu dan mempermudah penulis dalam menyelesaikan studi di Program Studi Pascasarjana IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
8. Segenap Staff Perpustakaan.

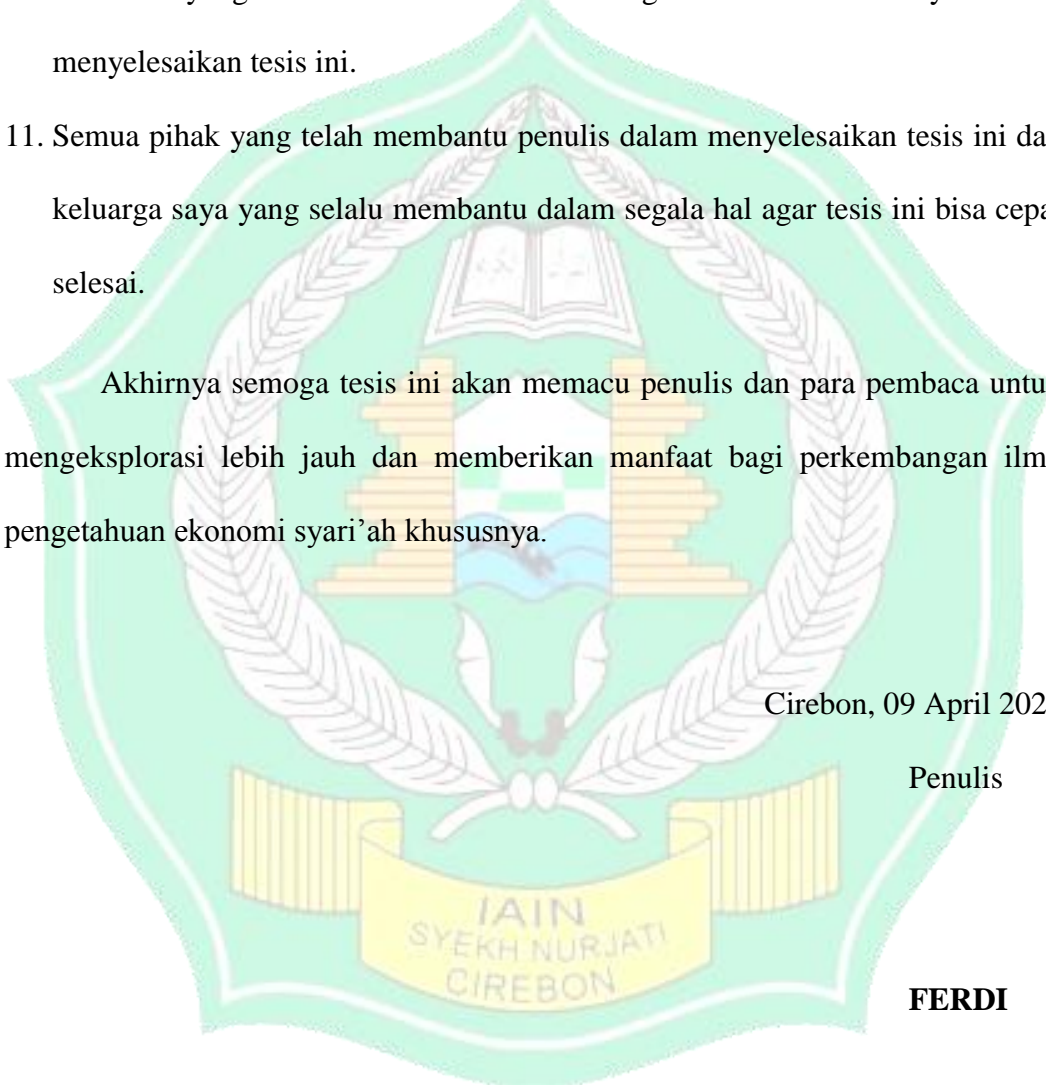
9. Teman-teman kuliah yang telah memberikan dukungan, semangat serta sebuah persahabatan dan kerjasama yang baik selama kuliah di Program Studi Pascasarjana IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
10. Teman-teman pondok Al-Jadid Kebon Melati Pesantren Babakan Ciwaringin Cirebon yang telah memberikan dukungan atau motivasinya untuk menyelesaikan tesis ini.
11. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan tesis ini dan keluarga saya yang selalu membantu dalam segala hal agar tesis ini bisa cepat selesai.

Akhirnya semoga tesis ini akan memacu penulis dan para pembaca untuk mengeksplorasi lebih jauh dan memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan ekonomi syari'ah khususnya.

Cirebon, 09 April 2021

Penulis

FERDI



MOTTO

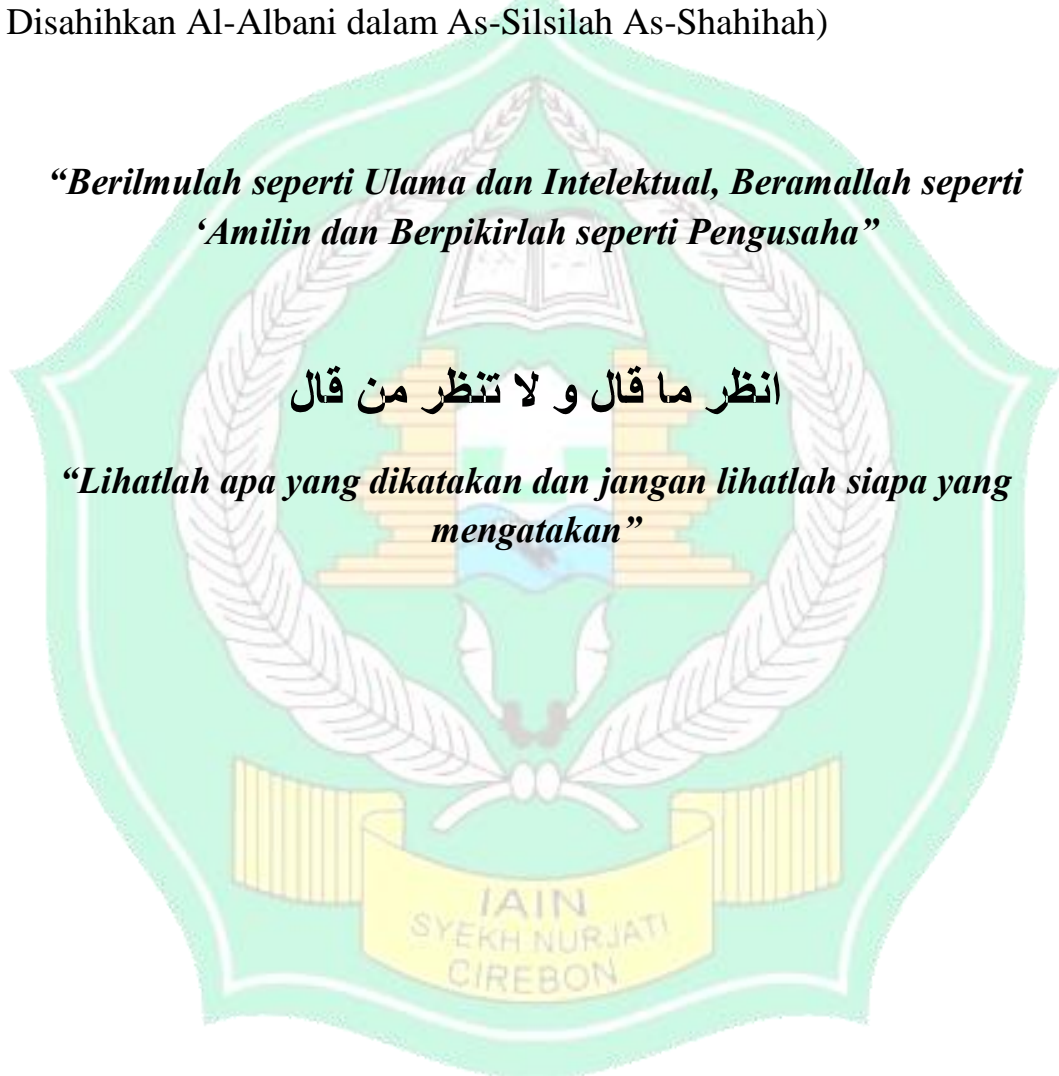
خير الناس انفعهم للناس

“Sebaik-baiknya manusia adalah orang yang memberi manfaat bagi orang lain”. (HR. Ahmad, Thabrani, Daruqutni. Disahihkan Al-Albani dalam As-Silsilah As-Shahihah)

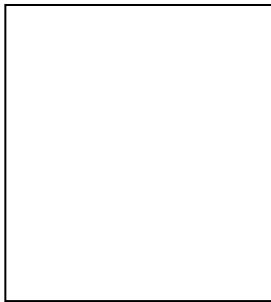
“Berilmulah seperti Ulama dan Intelektual, Beramallah seperti Amilin dan Berpikirlah seperti Pengusaha”

انظر ما قال و لا تنظر من قال

“Lihatlah apa yang dikatakan dan jangan lihatlah siapa yang mengatakan”



RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama **FERDI** lahir di Jakarta 28 Mei 1995 dari pasangan suami isteri Bapak Apdi dan Ibu Masiah. Penulis adalah anak ke-lima dari enam bersaudara. Penulis menyelesaikan Sekolah Dasar Negeri (SDN) 03 Meruya Utara Kembangan Jakarta Barat pada tahun 2007. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 207 Jakarta

Barat lulus pada tahun 2010. Setelah menyelesaikan studi di Jakarta penulis melanjutkan mesantren di Pondok Al-Jadid Kebon Melati Babakan Ciwaringin Kabupaten Cirebon yang diasuh oleh KH. Moh. Syafi'i Atsmari. Selain mondok penulis juga bersekolah di Madrasah Aliyah Negeri (MAN) Model dan lulus pada tahun 2013. Selepas lulus dari MAN Model penulis melanjutkan kuliah di STAIMA Cirebon atas saran pengasuh dan penulis memilih jurusan Hukum Ekonomi Syariah.

Pengalaman Organisasi baik formal maupun non formal:

1. Menjadi anggota MBD di MAN Model tahun 2011;
2. Kepala kamar Imam Al-Ghozali Pondok Al-Jadid Kebon Melati tahun 2012;
3. Devisi Pendidikan Pondok Al-Jadid Kebon Melati tahun 2013;
4. Devisi Kebersihan Pondok Al-Jadid Kebon Melati tahun 2014;
5. Devisi Keamanan Pondok Al-Jadid Kebon Melati tahun 2015;
6. Kepala Pondok Al-Jadid Kebon Melati tahun 2016;
7. Dan menjadi Dewan Pengarah Pondok Al-Jadid Kebon Melati tahun 2017-sekarang.

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN	iii
NOTA DINAS	iv
LEMBAR PENGESAHAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
المخلص	ix
KATA PENGANTAR	x
MOTO	xiii
RIWAYAT HIDUP	xiv
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	10
E. Kegunaan Penelitian.....	11
F. Kerangka Teori.....	12
G. Kajian Kepustakaan	18
H. Langkah-Langkah Penelitian	22
1. Jenis Penelitian.....	22
2. Lokasi Penelitian.....	23
3. Sumber Data.....	24
4. Teknik Pengumpulan Data.....	25
5. Teknik Analisa Data.....	26

I. Sistematika Pembahasan	28
---------------------------------	----

BAB II KAJIAN TEORI TENTANG PRODUKSI DAN PEMASARAN 29

A. Teori Produksi	29
1. Pengertian Produksi	29
2. Sistem Produksi.....	36
3. Perencanaan Produksi dan Pengawasan Produksi.....	37
4. Fungsi Produksi.....	39
5. Strategi Produk.....	40
6. Prinsip-Prinsip Produksi Islam dan Implementasinya	43
B. Teori Pemasaran.....	49
1. Pengertian Pemasaran	49
2. Strategi Pemasaran	51
3. Unsur-Unsur Strategi Pasar.....	52
4. Fungsi Pemasaran	54
5. Sistem Pemasaran, Lingkungan Pemasaran, dan Prinsip-Prinsip Pemasaran	57
6. Target Pemasaran dan Segmen Pasar.....	62
7. Program Penjualan	63
C. Teori Pemasaran dalam Islam	68
1. Pengertian Pemasaran dalam Islam.....	68
2. Strategi pemasaran dalam Islam.....	71
3. Konsep Marketing Mix dalam Ekonomi Islam.....	75
4. Nilai-nilai pemasaran syariah.....	76
5. Karakteristik syariah marketing	79
6. Etika dalam fungsi pemasaran	80

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAGANG NURJATI.. 89

A. Desa Warujaya Depok Cirebon.....	89
B. Sejarah berdirinya Perusahaan Dagang Nurjati	92
C. Produk-Produk Mebel Perusahaan Dagang Nurjati	97

D. Pemasaran Mebel Perusahaan Dagang Nurjati	99
--	----

BAB IV ANALISIS SISTEM PRODUKSI DAN PEMASARAN

PERUSAHAAN DAGANG NURJATI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

.....	106
-------	------------

A. Analisis Sistem Produksi Perusahaan Dagang Nurjati	106
---	-----

B. Analisis Strategi Pemasaran Perusahaan Dagang Nurjati	113
--	-----

C. Strategi Pemasaran Perusahaan Dagang Nurjati ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam	119
---	-----

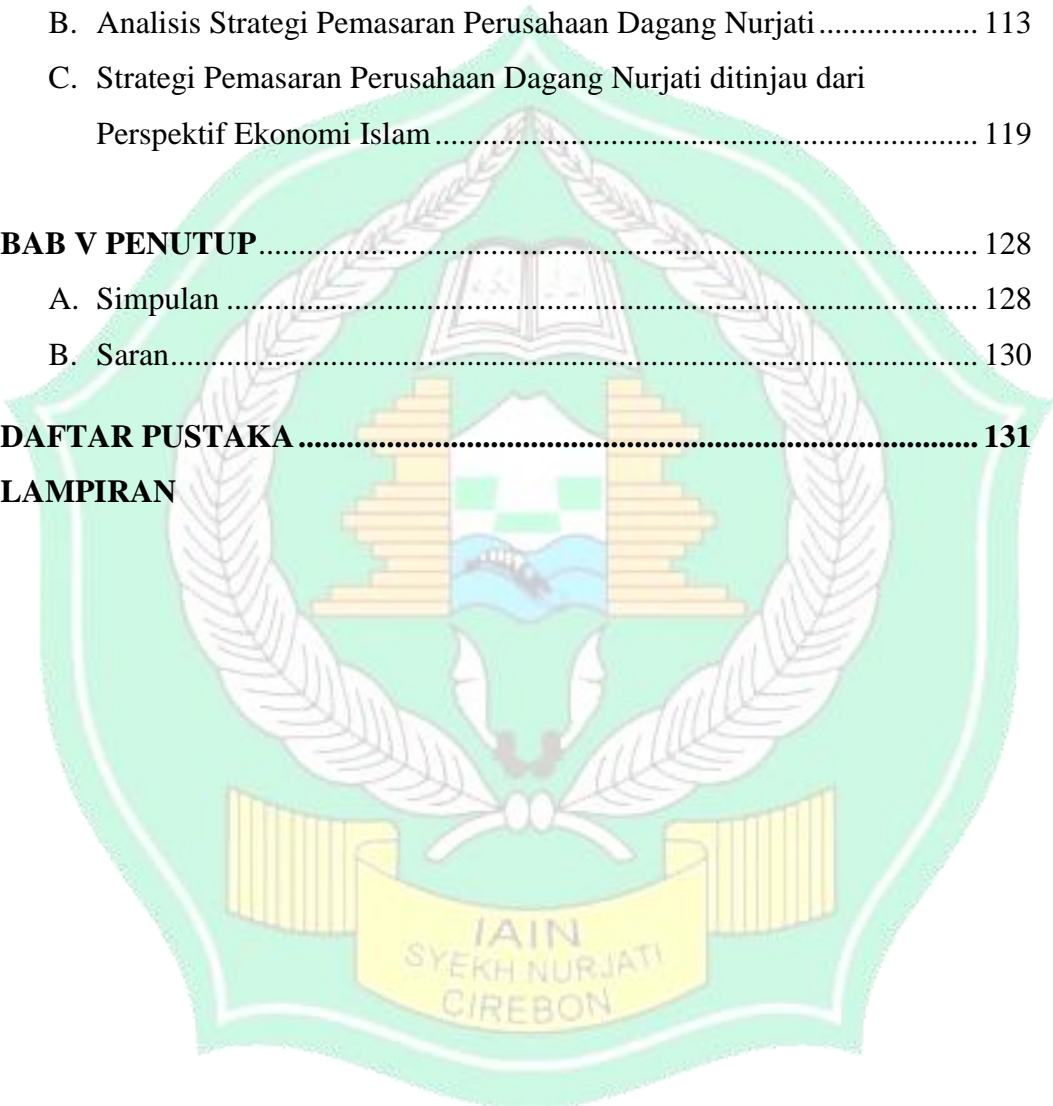
BAB V PENUTUP	128
----------------------------	------------

A. Simpulan	128
-------------------	-----

B. Saran.....	130
---------------	-----

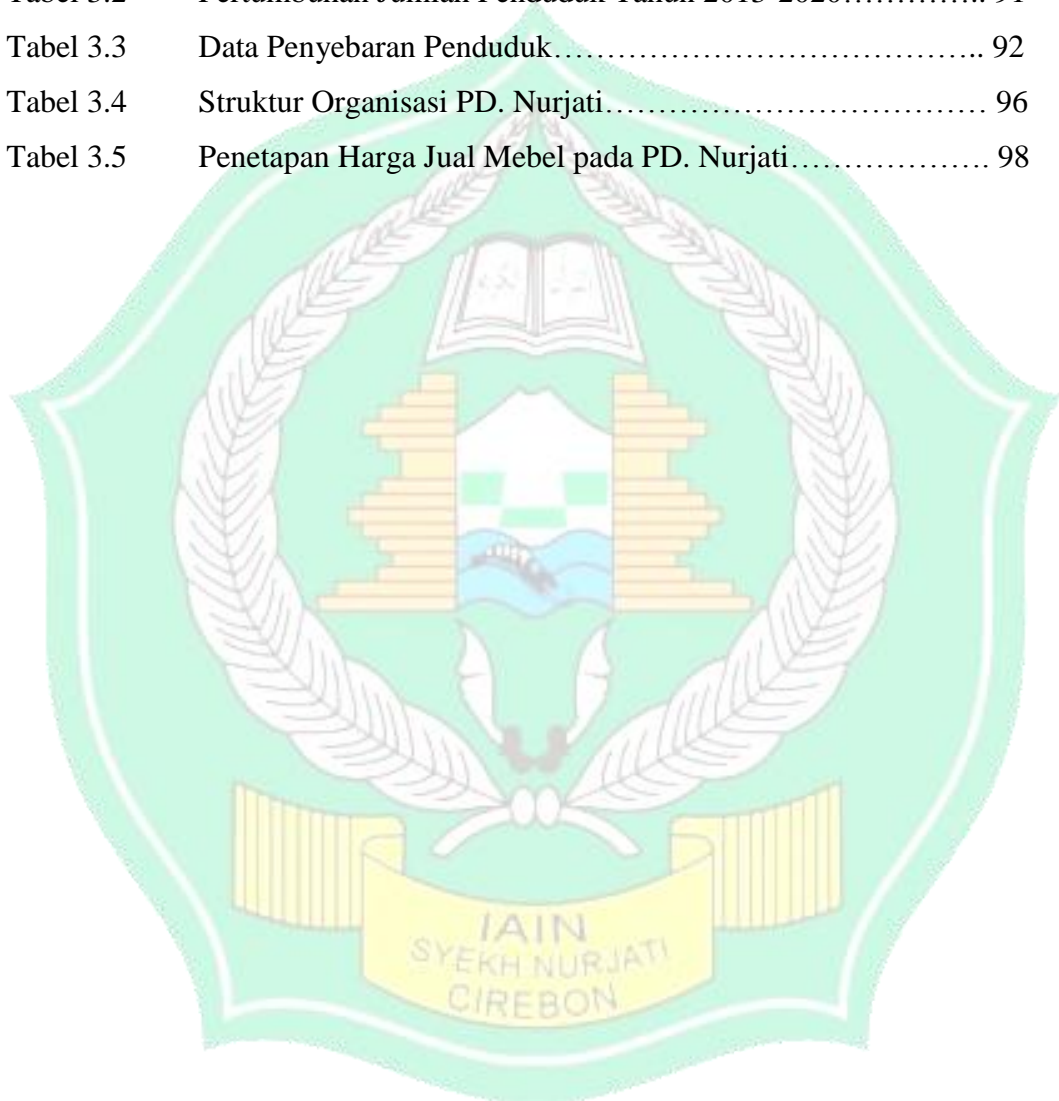
DAFTAR PUSTAKA	131
-----------------------------	------------

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Laporan Penjualan PD. Nurjati tahun 2020.....	8
Tabel 1.2	Daftar Informan.....	24
Tabel 3.1	Daftar nama Kuwu Warujaya dari masa ke masa.....	89
Tabel 3.2	Pertumbuhan Jumlah Penduduk Tahun 2013-2020.....	91
Tabel 3.3	Data Penyebaran Penduduk.....	92
Tabel 3.4	Struktur Organisasi PD. Nurjati.....	96
Tabel 3.5	Penetapan Harga Jual Mebel pada PD. Nurjati.....	98



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Kerangka Teori	18
Gambar 2.1	<i>Personal Selling</i>	66
Gambar 2.2	Kerangka Pemasaran dalam Islam.....	81
Gambar 3.1	Peta Administrasi Desa Warujaya.....	90
Gambar 3.2	Wawancara dengan pemilik PD. Nurjati.....	93
Gambar 3.3	Kayu Jati bahan utama pembuatan mebel.....	102
Gambar 3.4	Mesin Pemotong Kayu PD. Nurjati.....	104
Gambar 4.1	Wawancara dengan bapak Masna selaku karyawan PD. Nurjati.....	107
Gambar 4.2	Design lemari pakaian PD. Nurjati.....	109
Gambar 4.3	Proses Produksi pada PD. Nurjati.....	110
Gambar 4.4	Bapak Rahmat pengusaha mebel PT. Bintang Rahmat	112
Gambar 4.5	Wawancara dengan Bapak H. Ma'sum	123

