DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL..... i

PERNYATAAN KEASLIAN..... ii

PERSETUJUAN PEMBIMBING iii
PENGESAHAN TIM PENGUJI..... iv
TRANSLITERASI..... v
ABSTRAK..... vi
ABSTRACT..... ..... **vii**
MULAKHKHAS AL-BAHTH..... viii
UCAPAN TERIMA KASIH..... x
DAFTAR ISI..... xii

BAB I. PENDAHULUAN
A. Latar belakang..... 1
B. Identifikasi dan fokus penelitian..... 12
C. Rumusan masalah..... 14
D. Tujuan penelitian..... 14
E. Kegunaan penelitian..... 15
F. Posisi Teori dan Penelitian Terdahulu..... 15
G. Gambaran Singkat Metode Penelitian 17
H. Sistimatika Penelitian..... 18

BAB II. ETIKA STRATEGI DAN URGENSI ETIKA BISNIS
A. Kajian Pustaka dan Korporasi..... 21
1. Manifestasi kajian pustaka..... 21
2. Perusahaan *(business)*..... 24
B. Etika Bisnis Islam vs Konvensional..... 30
1. Konsep Etika Bisnis..... 31
2. Prinsip Etika Bisnis..... 35
3. Penerapan Etika Bisnis..... 42
C. Etika Strategi Bisnis..... 49
1. Strategi Bisnis 49
2. Proses Manajemen Strategi 55
3 Penentuan strategi bisnis 61
D. Urgensi Etika Bisnis Islam 65
1. Beberapa hal yang mendasari urgensi etika bisnis dalam kegiatan bisnis..... 66
2. Lingkup Aktivitas Bisnis Perusahaan 74
3. Urgensi etika bisnis pada aktvitas bisnis 78

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

E. Etika Bisnis Islam 90
1. Konsep Etika Bisnis Dalam Islam 91
2. Perbedaan Etika Bisnis Islam dengan Konvensional 96
3. Teori barat ditinjau dari Islam 102
F. Penelitian Terdahulu 107
G. Kerangka Pemikiran Konseptual 121

BAB III. METODA PENELITIAN

A. Setting Penelitian 125
B. Paradigma dan Pendekatan Penelitian 126
C. Alur berfikir dalam penelitian 128
D. Sumber Data dan Klasifikasi Perpustakaan 129
E. Tehnik Pengumpulan Data 132
F. Analisis Data 139
G. Pengecekan Keabsahan Temuan 143

BAB IV. PAPARAN HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam 145
1. Kesatuan *(Tauhid* dan *Khilafah)*..... 146
2. Keseimbangan dan keadilan. 148
3. Kehendak Bebas..... 157
4. Tanggungjawab dan akuntabilitas 162
5. Kebenaran dan Toleransi dalam bisnis 167
6. Komitmen yang bersifat nubuwwah (shidiq, tabligh,amanah dan fathonah 174
7 Efektif dan Efisien dalam Bisnis 180
B. Etika Strategi Bisnis Islam 183
1. Pengelolaan bisnis Profesional 185
2. Strategi berusaha dalam Islam berdasarkan Uswatun Hasanah 191
3. Strategi Untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen. 203
4. Stategi Bisnis Melalui Merek dan Citra Bisnis 208
5. Loyalitas Pelanggan 212
6. Menciptakan kultur bisnis 219
C. Urgensi Etika Bisnis Islam dalam dalam Aktivitas Bisnis 220
1. Urgensi Etika Bisnis Islam dalam Produksi 222
2. Konsumsi Dalam Islam 231
3. Distribusi Dalam Islam 240
4. Laba 246
D. Pembahasan Hasil Penelitian 253
1. Prinsip etika bisnis islam 254
2. Etika Strategi Bisnis Islam 260
3. Urgensi Etika Bisnis 264
4. Konsumsi 267
5. Distribusi 272

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB V. PENUTUP

A. Simpulan 280
B. Implikasi Temuan Teoretis dan Pragmatis 285
C. Keterbatasan Kajian Penelitian 287

DAFTAR PUSTAKA 290

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id