

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 Masalah	1
B. Identifikasi dan Batasan Masalah	13
C. Rumusan Masalah	14
D. Tujuan Penelitian	15
E. Kegunaan Penelitian	15
F. Kerangka Berfikir Penelitian	16
G. Penelitian Terdahulu	19
H. Sistematika Pembahasan	23
 BAB II. BISNIS SEKTOR RIIL DAN PEMASARAN DALAM ISLAM	
A. Bisnis dalam Sektor Riil	25

B. Spiritual Bisnis Islam.....	35
C. Pemasaran dan Ekspektasi Dalam Bisnis	48
D. <i>Worldview</i> , Konstruksi dan Model Sarana Pembangunan Teori	55
E. Aksioma Dasar Rancang Bangun Spritual Bisnis Islam	59
1. Norma Shari'ah	59
2. Norma Etika	76
3. Norma Transaksi	82
4. Norma Kreatif	85

BAB III. METODE PENELITIAN

A. <i>Setting</i> Penelitian	93
B. Pendekatan dan Fokus Penelitian	93
C. Akses Penelitian dan Alur Berfikir Penelitian	95
D. Situasi Sosial, dan Informan penelitian	97
E. Prosedur dan Langkah Penelitian	98
F. Teknik Pengumpulan Data	99
G. Teknik Analisa Data	106
H. Keabsahan Data	109

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Lokasi Penelitian	112
1. Kondisi Biografis dan Demografis Kabupaten Penajam Paser Utara	112
2. Visi & Misi Kabupaten Penajam Paser Utara	115

3. Potensi Sosial Ekonomi di Kabupaten Penajam Paser Utara ...	116
B. Implementasi Bauran Pemasaran Kelapa Sawit di Kabupaten	
Penajam Paser Utara	118
1. <i>Product</i> (Produk) Kelapa Sawit	123
2. <i>Price</i> (Harga) Kelapa Sawit	128
3. <i>Place</i> (Tempat Sistem Distribusi)	137
4. <i>Promotion</i> (Kegiatan Promosi)	150
5. <i>People</i> (Orang)	154
6. <i>Physical Evidence</i> (Lingkungan Bisnis)	159
7. <i>Process</i> (Proses)	163
C. Ekspektasi Pemasaran Kelapa Sawit	165
1. Membangun Jaringan Pemasaran	165
2. Membangun Profesionalisme Pemasaran	170
3. Pengendalian dan Analisis Segmentasi Pasar	172
4. Membangun Komunikasi Bisnis	177
5. Pemanfaatan Teknologi Informasi	184
D. Pembahasan Hasil Penelitian	187
1. Spiritual Bisnis Islam	188
2. Bauran Pemasaran Bisnis Aplikasi Terpadu	191
3. Ekspektasi Pasar dalam Bisnis	199
E. Keterbatasan Kajian dan Penelitian	203

Bab V. PENUTUP

A. Simpulan	208
B. Implikasi Teoritik	209
DAFTAR PUSTAKA	212
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	