

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Penegasan istilah	7
C. Fokus Penelitian.....	8
D. Rumusan Masalah.....	8
E. Tujuan Penelitian	8
F. Manfaat Penelitian	9
G. Sistematika Penulisan	9
 BAB II LANDASAN TEORI	
A. Persaingan Bisnis.....	11
1. Pengertian Persaingan Bisnis.....	11
2. Landasan Syariah Persaingan Bisnis.....	14
3. Faktor Pendorong Persaingan.....	16
4. Pemegang Kepentingan Dalam Bisnis.....	17

B. Etika Bisnis Islam	18
1. Pengertian Etika Bisnis Islam	18
2. Landasan Hukum Etika Bisnis Islam.....	20
3. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Dalam Islam.....	21
4. Aksioma Dasar Etika Bisnis Islam.....	23
C. Pasar.....	25
1. Pengertian Pasar.....	25
2. Bentuk Pasar	26
3. Prinsip Dasar Pasar Islami	28
4. Mekanisme Keadilan Pasar Islami.....	29
D. Teori Tentang Produk.....	30
1. Pengertian Produk.....	30
2. Klasifikasi Produk.....	31
E. Teori Penentuan Harga	33
1. Pengertianharga	33
2. Tujuan Penetapan Harga.....	33
3. Strategi Penentuan Harga.....	36
F. Teori Tentang Pelayanan.....	39
1. Pengertian Pelayanan.....	39
2. Dimensi Kualitas Pelayanan.....	40
G. Penelitian Terdahulu	41
H. KerangkaBerfikir	45

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian	47
B. SumberData.....	47
C. Waktu Dan LokasiPenelitian	48
D. Subyek Dan Obyek Penelitian	48
E. Teknik Pengumpulan Data.....	49
F. Uji Keabsahan Data.....	50
G. Analisis Data	51

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Pasar Juwana Baru	53
1. Sejarah Singkat Berdirinya Pasar Juwana Baru.....	53
2. Dasar, Status dan Klasifikasi Pasar	53
3. Letak dan Luas Pasar	54
4. Jumlah Pedagang	55
5. Susunan Organisasi Pasar Juwana Baru.....	57
6. Deskripsi Data Penelitian.....	58
7. Hasil Penelitian.....	77
B. Analisis dan Pembahasan.....	
1. Kondisi Persaingan Bisnis di Pasar Juwana Baru Pasca Kebakaran.....	85
2. Persaingan Bisnis Ditinjau dari Etika Bisnis Islam di Pasar Juwana Baru Pasca Kebakaran	90

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	101
B. Keterbatasan Penelitian.....	104
C. Saran	104

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Pedagang Berdasarkan Tempat Jualan.....	5
Tabel 4.1	Kepala Pasar.....	57
Tabel 4.2	Petugas/Staf Kantor Pasar.....	57



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Berfikir.....	46
Gambar 4.1	Jumlah Pedagang Menurut Tempat Jualan.....	55
Gambar 4.2	Jumlah Pedagang Menurut Jenis Dagangan.....	56
Gambar 4.3	Persentase Pedagang yang Menerapkan Etika Bisnis Islam	77

