

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Motto	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xi
Daftar Lampiran	xii
Abstrak	xiii
Abstract	xiv

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Definisi Istilah	6
F. Sistematika Penulisan Skripsi	7

BAB II : LANDASAN TEORI

A. Pengertian Etika Bisnis	10
B. Prinsip Etika Bisnis	11
C. Pengertian Etika Bisnis Islam	16
D. Prinsip Etika Bisnis Islam	16
E. Indikator Etika	23
F. Indikator Etika Bisnis	23
G. Tujuan Kode Etik	25
H. Kendala Etika Bisnis	25
I. Pengertian Pasar	27
J. Jenis Pasar	27
K. Mekanisme Pasar dalam Islam	29
L. Kajian Penelitian Terdahulu	30

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	36
B. Lokasi Penelitian	37
C. Data dan Sumber Data	37
D. Teknik Pengumpulan Data	38
E. Teknis Analisis Data	42
F. Pengecekan Keabsahan Temuan	43
G. Tahap-Tahap Penelitian	45

BAB IV : HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Pasar Senggol.....	48
B. Praktik Penerapan Etika Bisnis di Pasar Senggol.....	56
C. Perilaku Pedagang Cerminan Etika Bisnis dalam Transaksi.....	62
D. Cerminan Etika Bisnis Islam terhadap Kesuksesan Usaha.....	64
E. Wawancara	
1. Pengelola Pasar	65
2. Pedagang	70
3. Pengunjung.....	73

BAB V : PEMBAHASAN

1. Praktik Etika Bisnis di Pasar Senggol.....	77
2. Faktor Penghambat dan Pendukung dalam Penerapan Etika	85
3. Perilaku Pedagang dalam Kegiatan Jual Beli	90
4. Cerminan Etika Bisnis Islam Terhadap Kesuksesan Usaha	97

BAB VI : PENUTUP

A. Kesimpulan	108
B. Saran/Rekomendasi	110

DAFTAR RUJUKAN

LAMPIRAN-LAMPIRAN

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP.