

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar

Halaman Sampul Dalam	i
Halaman Persetujuan Pembimbing	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Motto	iv
Halaman Persembahan	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar	xii
Daftar Lampiran	xiii
Abstrak	xiv
Abstrack	xv

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Identifikasi Penelitian dan Batasan Masalah	10
E. Manfaat Penelitian	11
F. Penegasan Istilah	12
G. Sistematika Penulisan Skripsi	15

BAB II : LANDASAN TEORI

A. Analisis SWOT	17
B. Daya Saing	32
C. Pasar Modern	38
D. Etika Bisnis Islam	45
E. Peneliti Terdahulu	54
F. Kerangka Berpikir	62

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	65
B. Lokasi Penelitian	67
C. Kehadiran Peneliti	67
D. Data dan Sumber Data	68
E. Teknik Pengumpulan Data	69
F. Teknik Analisis Data	71
G. Pengecekan Keabsahan Temuan	77
H. Tahap – tahap Penelitian	78

BAB IV : HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	80
1. Profil dBelga Mart Tulungagung	80
2. Visi dan Misi dBelga Mart Tulungagung.....	81
3. Struktur Organisasi dBelga Mart Tulungagung	82
B. Temuan Penelitian	86
1. Temuan tentang Analisis Strengths, Weakness, Opportunity, Threats Pada dBelga Mart Tulungagung	86
2. Strategi yang dilakukan oleh dBelga Mart Tulungagung untuk meningkatkan daya saing	95
3. Upaya dBelga Mart Tulungagung untuk meningkatkan daya saing.....	98
4. Implementasi Etika Bisnis Islam Pada dBelga Mart Tulungagung dalam meningkatkan daya saing	102
C. Analisis Data	
1. Analisis faktor-faktor Internal dan Eksternal SWOT pada dBelga Mart Tulungagung	108
2. Strategi yang tepat dilakukan oleh dBelga Mart Tulungagung untuk meningkatkan daya saing	119
3. Peningkatan daya saing pasar modern pada dBelga Mart Tulungagung	120

4. Etika Bisnis Islam yang diterapkan oleh dBelga Mart Tulungagung untuk meningkatkan daya saing	120
BAB V : PEMBAHASAN	
A. Analisis Strengths, Weakness, Opportunity, Threats Pada dBelga Mart Tulungagung	122
B. Strategi yang tepat untuk meningkatkan daya saing pasar modern pada dBelga Mart Tulungagung	127
C. Upaya Peningkatan Daya Saing Pasar Modern oleh dBelga Mart Tulungagung	129
D. Implementasi Etika Bisnis Islam Pada dBelga Mart Tulungagung Dalam Meningkatkan Daya Saing	141
BAB VI : PENUTUP	
A. Kesimpulan	135
B. Saran.....	136
DAFTAR PUSTAKA	138
LAMPIRAN - LAMPIRAN	142