DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR i
HALAMAN SAMPUL DALAM ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING iii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI iv
HALAMAN MOTTO v
HALAMAN PERSEMBAHAN vi
KATA PENGANTAR vii
DAFTAR ISI ix
DAFTAR TABEL xii
DAFTAR GAMBAR xiii
DAFTAR LAMPIRAN xiv
ABSTRAK xv
ABSTRACK xvi
BAB I PENDAHULUAN
A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 7
C. Tujuan Penelitian 8
D. Batasan Masalah 8
E. Manfaat Penelitian 8
F. Definisi Istilah 9
G. Sistem Penulisan 11
BAB II KAJIAN PUSTAKA
A. Strategi Pemasaran 13
B. Etika Bisnis Islam 32
1. Pengertian Etika Bisnis Islam 32
2. Landasan Hukum Etika Bisnis Islam 35
C. Persaingan Bisnis 38
1. Pengertian Persaingan bisnis 38
D. Penelitian Terdahulu 44

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian 48
B. Lokasi Penelitian 49
C. Kehadiran Peneliti 50
D. Data dan Sumber Data 51
1. Data Primer 51
2. Data Sekunder 52
E. Teknik Pengumpulan Data 52
1. Observasi 52
2. Wawancara 53
F. Teknik Analisis Data 54
1. Reduksi data 54
2. Penyajian data 55
3. Verifikasi 56
G. Pengecekan Keabsahan Temuan 56
H. Tahap-tahap penelitian 58
1. Tahap persiapan 58
2. Tahap pelaksanaan 59
3. Tahap analisis data 59
4. Tahap pelaporan 59

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian 60
1. Sejarah Desa Rejoagung 60
2. Kondisi desa Rejoagung 61
3. Kependudukan 63
B. Data Temuan Penelitian 67
C. Analisis Data 84

BAB V PEMBAHASAN

A. Strategi Pemasaran Budidaya Ikan Mas Koki di desa Rejoagung 89
B. Strategi Pemasaran Budidaya Ikan Mas Koki di desa Rejoagung Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam 98

BAB VI PENUTUP
A. Kesimpulan..... 103
B. Saran..... 104
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN