

DAFTAR ISI

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

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Identifikasi Penelitian dan Batasan Masalah	5
E. Manfaat Penelitian	5
F. Penegasan Istilah	6
G. Sistematika Penulisan Skripsi	8

BAB II LANDASAN TEORI

A. Karakteristik Bisnis Islam	10
1. Konsep Bisnis dalam Islam	10

2. Prinsip-prinsip dan Karakteristik Bisnis dalam Islam.....	13
3. Orientasi Bisnis dalam Islam.....	23
B. Harga Jual.....	24
1. Pengertian Harga Jual.....	24
2. Jenis-jenis Harga Jual.....	27
3. Tujuan Penetapan Harga Jual.....	29
C. Produksi.....	31
1. Pengertian Produksi.....	31
2. Proses Produksi.....	33
3. Teori Produksi dalam Perspektif Islam.....	34
4. Faktor-faktor Produksi dalam Islam.....	36
5. Indikator Produksi dalam Islam.....	40
D. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).....	41
1. Pengertian Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).....	41
2. Kriteria Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).....	44
3. Peran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).....	46
E. Tinjauan Tentang Penerapan Karakteristik Bisnis Islam guna Meningkatkan Harga Jual dan Produksi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).....	48
F. Penelitian Terdahulu.....	51
G. Kerangka Konseptual.....	54

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	57
B. Lokasi Penelitian.....	59
C. Kehadiran Peneliti.....	60
D. Sumber Data.....	61
1. Data Primer.....	61
2. Data Sekunder.....	62
E. Teknik Pengumpulan Data.....	63
1. Observasi.....	63

2. Wawancara	63
3. Dokumentasi	64
F. Teknik Analisis Data	65
1. Reduksi Data	65
2. Penyajian Data	66
3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi	67
G. Pengecekan Keabsahan Data	68
H. Tahap-tahap Penelitian	70

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Paparan Data Penelitian	72
B. Hasil Temuan Penelitian	80
C. Analisis Data	109

BAB V PEMBAHASAN

A. Pemahaman Produsen Terhadap karakteristik Bisnis Islam pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kabupaten Trenggalek	116
B. Karakteristik Bisnis Islam dapat Meningkatkan Harga Jual dan Produksi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kabupaten Trenggalek	120

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan	126
B. Saran	127

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN