

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	I
PERSETUJUAN PROMOTOR.....	I
PENGESAHAN	II
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	III
MOTTO.....	IV
PERSEMBAHAN	V
KATA PENGANTAR.....	VI
DAFTAR ISI	VIII
DAFTAR TABEL.....	XIV
DAFTAR GAMBAR	XV
TRANSLITERASI.....	XVI
ABSTRAK	XVIII
ABSTRACT	XIX
المخلص	XX
BAB I PENDAHULUAN	1
A. KONTEKS PENELITIAN.....	1
B. FOKUS PENELITIAN	17
C. PERTANYAAN PENELITIAN	18
D. TUJUAN PENELITIAN	18

E.	MANFAAT PENELITIAN	19
1.	Manfaat secara Teoretis.....	19
2.	Manfaat secara Praktis	20
F.	PENEGASAN ISTILAH	22
6.	SISTEMATIKA PEMBAHASAN.....	25
BAB II KAJIAN TEORI.....		31
A.	SISTEM PENETAPAN HARGA DALAM EKONOMI ISLAM.....	31
1.	Konsep Harga dalam Ekonomi Islam	35
2.	Fondasi Epistemologis Sistem Penetapan Harga dalam Ekonomi Islam	
	53	
3.	Sistem dan Mekanisme Penetapan Harga dalam Islam.....	71
B.	MEKANISME DAN INTERAKSI DALAM PENETAPAN HARGA PERSPEKTIF	
	EKONOMI ISLAM	85
1.	Rasionalitas Ekonomi Islam dalam Sistem Penetapan Harga.....	85
2.	Mekanisme Pasar, Struktur Pasar dan Perilaku Pelaku Usaha.....	98
3.	Dimensi Sosio-Religius dalam Rasionalitas Ekonomi.....	107
4.	Interaksi Faktor Sosial, Ekonomi, dan Religius dalam Mekanisme	
	Penetapan Harga.....	115
C.	USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH	119
1.	Usaha Mikro Kecil dan Menengah	119
2.	Karakteristik Usaha Mikro Kecil dan Menengah.....	126
3.	Regulasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah	129
D.	PENELITIAN TERDAHULU	133

E. KERANGKA KONSEPTUAL	152
BAB III METODE PENELITIAN.....	156
A. RANCANGAN PENELITIAN	156
B. KEHADIRAN PENELITI	159
C. LOKASI PENELITIAN.....	160
D. DATA DAN SUMBER DATA.....	161
E. TEKNIK PENGUMPULAN DATA.....	165
F. TEKNIK ANALISIS DATA	167
G. PENGECEKAN KEABSAHAN DATA.....	168
BAB IV SISTEM PENETAPAN HARGA YANG DIPRAKTIKKAN	
PRODUSEN UMKM TULUNGAGUNG.....	174
A. PAPARAN DATA	174
1. Kajian Pasar sebagai Fondasi Penetapan Harga.....	174
2. Pendekatan Biaya-Plus (Cost-Plus Pricing).....	187
3. Perbandingan Harga Pesaing (Market-Oriented Pricing)	197
4. Penyesuaian Tingkat Harga Berdasarkan Kemampuan Ekonomi (Tiered Pricing).....	206
B. ANALISIS DATA	217
C. PEMBAHASAN	224
1. Cost-Plus Pricing sebagai Pilar Rasionalitas Ekonomi dalam Penetapan Harga.....	224

2.	Strategi Differensiasi Margin dan Segmentasi Pasar dalam Sistem Penetapan Harga UMKM.....	232
3.	Transparansi Harga sebagai Prasyarat Keberterimaan Sistem Penetapan Harga.....	248
D.	PROPOSISI PENELITIAN.....	261
1.	Proposisi 1: Rasionalitas Ekonomi Islam dalam Sistem Penetapan Harga Berbasis Efisiensi dan Keadilan Biaya	261
2.	Proposisi 2: Strategi Diferensiasi Margin dan Segmentasi Pasar sebagai Instrumen Adaptif dalam Sistem Penetapan Harga UMKM.....	262
3.	Proposisi 3: Transparansi Harga sebagai Prasyarat Keberterimaan dan Keberlanjutan Sistem Penetapan Harga UMKM	264
BAB V MEKANISME DAN INTERAKSI SOSIAL, EKONOMI DAN RELIGIUS DALAM PENETAPAN HARGA UMKM		
A.	PAPARAN DATA	266
1.	Interaksi Penawaran dan Permintaan dalam Pasar UMKM.....	266
2.	Peran Nilai Sosial dan Religius dalam Keputusan Harga	276
3.	Harga sebagai Mekanisme Adaptasi dan Keberlanjutan Usaha	283
B.	ANALISIS DATA	289
C.	PEMBAHASAN	299
1.	Interaksi Ekonomi, Sosial, dan Religius dalam Praktik Harga UMKM	299
2.	Harga sebagai Mekanisme Adaptasi Sosio Ekonomi dan Survival UMKM.....	311

3. Penetapan Harga sebagai Representasi Sosio-Ekonomi Islam dalam Praktik Keseimbangan Moral-Material.....	321
D. PROPOSISI PENELITIAN.....	331
1. Proposisi 1: Integrasi Nilai Sosial, Ekonomi, dan Religius Membentuk Mekanisme Harga Moral.....	331
2. Proposisi 2: Harga sebagai Mekanisme Adaptasi Sosio-Spiritual dalam Ekonomi Mikro Islam	332
3. Proposisi 3: Harga sebagai Representasi Sosio-Ekonomi Islam dan Model Keseimbangan Moral–Material	334
 BAB VI MODEL PENETAPAN HARGA BERBASIS SOSIO-EKONOMI ISLAM PADA UMKM	 341
A. PAPARAN DATA	341
1. Pola Empiris Penetapan Harga pada UMKM Tulungagung	341
2. Integrasi Nilai Ekonomi, Sosial dan Religius dalam Harga.....	350
3. Dinamika Moral dan Keputusan Harga UMKM.....	360
B. ANALISIS DATA	372
C. PEMBAHASAN	386
1. Etika Spiritual sebagai Fondasi Rasionalitas Ekonomi.....	386
2. Solidaritas Sosial sebagai Mekanisme Regulator Pasar.....	398
3. Keadilan Distributif sebagai Prinsip Normatif Harga	409
D. MODEL PENETAPAN HARGA BERBASIS SOSIO-EKONOMI ISLAM INTEGRATIF	
418	
 BAB VII PENUTUP	 425

A. KESIMPULAN.....	425
B. SARAN.....	427
C. IMPLIKASI PENELITIAN.....	429
DAFTAR PUSTAKA	431