

## DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Sertifikasi .....	ii
Halaman Pengesahan Tesis .....	iii
Motto dan Persembahan .....	iv
<i>Abstract</i> .....	v
Abstrak .....	vi
Kata Pengantar .....	vii
Daftar Isi.....	ix

### **BAB I PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.4.1 Manfaat Teoretis .....	7
1.4.2 Manfaat Praktis .....	7

### **BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN MODEL PENELITIAN**

2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Manajemen Bisnis Konvesional.....	9
2.1.2 Prinsip-prinsip Manajemen Bisnis Islam .....	11
2.1.2.1 Pandangan Islam.....	11
2.1.2.2 Sistem Etika Islam .....	13
2.1.2.3 Etika Islam .....	15
2.1.3 Praktik Nilai-nilai Islam dalam Perspektif Manajemen .....	19
2.1.4 Praktik Nilai-nilai Islam dalam Perspektif SDM .....	22
2.1.5 Praktik Nilai-nilai Islam dalam Perspektif Pemasaran.....	23
2.1.5.1 Produk .....	24

2.1.5.1.1	Konsep Produk .....	24
2.1.5.1.2	Unsur-unsur Dasar dari Strategi Pemasaran Produk Menurut Islam .....	27
2.1.5.1.3	Harga ( <i>Price</i> ) .....	30
2.1.5.1.4	Promosi ( <i>Promotion</i> ) .....	33
2.1.5.1.5	Tempat ( <i>Place</i> ) .....	36
2.2	Penelitian Terdahulu .....	43
2.3	Kerangka Pikir Penelitian .....	47

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1	Jenis Penelitian.....	49
3.2	Jenis dan Sumber Data.....	50
3.3	Narasumber .....	50
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	51
3.5	Uji Keabsahan Data .....	54
3.6	Metode Analisis Data.....	56
3.6.1.	Reduksi Data .....	56
3.6.2.	Penyajian Data.....	57
3.6.3.	Penarikan Kesimpulan.....	57

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1	Hasil Penelitian .....	58
4.1.1.	Gambaran Umum PT. Identix Pratama Indonesia .....	58
4.1.2.	Narasumber .....	60
4.1.3.	Praktik Penerapan Manajemen Bisnis Islam di PT. Identix Pratama Indonesia .....	60
4.1.3.1	Penerapan Manajemen Bisnis Islam dalam SDM .....	62
4.1.3.2	Penerapan Manajemen Bisnis Islam dalam Pemasaran.....	64
4.1.4.	Faktor Penghambat Praktik Penerapan Manajemen Bisnis Islam di PT. Identix Pratama Indonesia.....	69
4.2	Pembahasan.....	71

**BAB V PENUTUP**

5.1 Kesimpulan .....83  
5.2 Implikasi Manajerial .....83  
5.3 Keterbatasan Penelitian.....85  
5.4 Saran .....86

**DAFTAR PUSTAKA .....87**