

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	I
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
DECLARATION	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAKSI	viii
ABSTRACT	ix
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB – LATIN	xi
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	6
1.5. Sistematika Skripsi	7
BAB II: TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Pustaka	8
2.1.1. Pengertian <i>Amanah</i>	8
2.1.2. Strategi Bisnis Konvensional	11
2.1.2.1. Definisi Strategi	11
2.1.2.2. Definisi Manajemen Strategis	13
2.1.2.3. Definisi Strategi Bisnis	13
2.1.2.4. Model Manajemen Strategi Komprehensif	13
2.1.2.4.1. Pernyataan Visi dan Misi	15
2.1.2.4.2. Peluang dan ancaman Eksternal	15
2.1.2.4.3. Kekuatan dan Kelemahan Internal	16
2.1.2.4.4. Menetapkan Tujuan Jangka Panjang	18
2.1.2.4.5. Menciptakan, Mengevaluasi, dan Memilih Strategi.....	19
2.1.2.4.6. Implementasi Strategi Isu - Isu Manajemen	19
2.1.2.4.7. Implementasi Strategi Pemasaran, Keuangan/Akuntansi, Litbang, dan Isu MIS.....	20
2.1.2.4.8. Mengukur dan Mengevaluasi Kinerja	20

2.1.3. Tahap - Tahap Manajemen Strategis	21
2.1.4. Tipe – Tipe Strategi	22
2.1.5. Strategi Utama Fred R. David	23
2.1.6. Strategi Generik Michael Porter	26
2.1.7. Strategi Generik Glueck	27
2.1.8. Strategi Pemasaran STP (Segmentasi, Positioning dan Targeting).....	29
2.1.9. Strategi Fungsional	32
2.1.10. Strategi Bisnis Perspektif Syariah	37
2.1.10.1. Manajemen Strategis Bisnis Syariah	37
2.1.10.2. Definisi Bisnis dan Muamalah	39
2.1.10.3. Prinsip – Prinsip Bisnis Rasulullah yang Universal	40
2.1.10.4. Implementasi Strategi Bisnis Rasulullah SAW.	42
2.1.10.5. Perencanaan atau Planning dalam Bisnis Islam	43
2.1.10.5.1. Kendala dan Perencanaan Bisnis Islam	44
2.1.10.5.2. Tahapan – Tahapan Perencanaan dalam Bisnis Islam	45
2.1.10.5.3. Visi dan Misi dalam Perspektif Islam	46
2.1.10.6. Pengorganisasian dalam Bisnis Islam	47
2.1.10.7. Pengawasan dalam Bisnis Islam.....	48
2.1.11. Pentingnya Amanah Sebagai Strategi Bisnis Islam	49
2.2. Penelitian Terdahulu	50
2.3. Proposisi	51
2.4. Kerangka Berpikir	52
BAB III: METODE PENELITIAN	
3.1. Pendekatan Penelitian	54
3.2. Ruang Lingkup Penelitian	56
3.3. Jenis dan Sumber Data	57
3.4. Prosedur Pengumpulan Data	58
3.5. Teknik Analisis	59
BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	61
4.1.1. Sejarah Umum Rumah Makan Wong Solo	61
4.1.2. Sejarah Umum Rumah Makan Wong Solo Cabang Gresik	64
4.1.2.1. Visi Rumah Makan Wong Solo Cabang Gresik	65
4.1.2.2. Misi Rumah Makan Wong Solo Cabang Gresik	65
4.1.2.3. Struktur Organisasi Rumah Makan Wong Solo Cabang Gresik	65
4.2. Data Penelitian	68
4.3. Pembahasan	84
4.3.1. Nilai – Nilai Amanah	85
4.3.1.1. Tanggung Jawab	85
4.3.1.2. Keterbukaan	85
4.3.1.3. Kejujuran	86
4.3.1.4. Berbuat Baik	87
4.3.2. Strategi Fungsional	88
4.3.2.1. Strategi Pemasaran	88

4.3.2.2. Strategi Operasional	89
4.3.2.2.1. Kendala	89
4.3.2.2.2. Standarisasi	89
4.3.2.3. Strategi Sumber Daya Manusia	90
4.3.2.3.1. Pelatihan	90
4.3.2.3.2. Penilaian Kerja	90
4.3.2.4. Strategi Teknologi	90
4.4. Keterbatasan Penelitian	91
BAB V: SIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Simpulan	92
5.2. Saran	93
DAFTAR PUSTAKA	94



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. : Matriks SWOT.....	18
Tabel 2.2. : Karakteristik Manajemen Strategis dalam Organisasi Islami vs Non Islami.....	38



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	: Model Manajemen Komprehensif	14
Gambar 2.2	: Tahapan dalam STP	33
Gambar 2.3	: Kerangka Berpikir.....	52



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Pertanyaan dan Hasil Wawancara 10 Karyawan Rumah Makan
Wong Solo Cabang Gresik.

