

DAFTAR ISI

PERNYATAAN.....	i
KATA PENGANTAR	ii
UCAPAN TERIMAKASIH.....	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi Masalah Penelitian	9
1.3. Rumusan Masalah Penelitian	10
1.4. Tujuan Penelitian.....	10
1.5. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TELAAH PUSTAKAN DAN KERANGKA PEMIKIRAN	12
2.1. Telaah Pustaka.....	12
2.1.1. Perkembangan Konsep <i>Balance Scorecard</i>	12
2.1.2. Definisi <i>Balanced Scorecard</i>	15
2.1.3. Karakteristik dan Mekanisme <i>Balance Scorecard</i>	16
2.1.4. Hubungan <i>Balanced Scorecard</i> dengan Visi, Misi dan Strategi Perusahaan.....	19
2.1.5. <i>Balance Scorecard</i> Sebagai Sistem Manajemen Strategis.....	20
2.1.6. Konsep <i>Sharia Principle Adherence (SPA)</i>	22
2.1.7. Implementasi <i>Sharia Principle Adherence (SPA)</i>	26
2.1.8. <i>Sharia Principle Adherence</i> dalam <i>Balanced Scorecard</i>	28
2.1.9. Penelitian Terdahulu	35
2.2. Kerangka Penelitian	40
BAB III METODE PENELITIAN.....	42
3.1. Objek Penelitian	42
3.2. Metode Penelitian.....	42
3.3. Desain Penelitian.....	43
3.3.1. Definisi Operasional Variabel.....	43
3.3.2. Sumber Data.....	45
3.3.3. Populasi dan Sampel Penelitian	45
3.3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.3.5. Pedoman Skoring	49
3.3.6. Teknik Analisis Data.....	50
3.3.7. Mengukur 4 Dimensi Key Performance Index.....	54

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	57
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	57
4.1.1. Profil Wanoja Hijab	57
4.1.2. Visi dan Misi Wanoja Hijab.....	57
4.1.3. Perkembangan Bisnis Wanoja Hijab.....	58
4.1.4. Struktur Organisasi Wanoja Hijab	60
4.1.5. Pemimpin Perusahaan	63
4.1.6. Konsumen Wanoja Hijab	64
4.1.7. Karyawan Wanoja Hijab	65
4.2 Hasil Penelitian	66
4.2.1. Gambaran Umum Bisnis Syariah Wanoja Hijab	66
4.2.2. Pencapaian Implementasi <i>Sharia Principle Adherence</i> (SPA) bisnis syariah Wanoja Hijab yang dihitung dengan metode <i>Balanced Scorecard</i>	79
4.3 Pembahasan	90
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI	99
5.1. Simpulan.....	99
5.2. Implikasi dan Rekomendasi Hasil Penelitian	100
DAFTAR PUSTAKA	102
Buku	102
Internet.....	103
Jurnal	103

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Permasalahan Bisnis Syariah.....	5
Tabel 2.1.	Indikator <i>Sharia Principle Adherence General Principles of Muamalat Transactions</i>	24
Tabel 2.2.	Daftar Penelitian Terdahulu	38
Tabel 3.1.	Operasionalisasi Variabel Penelitian	44
Tabel 3.2.	Populasi dan Sampel Penelitian.....	45
Tabel 3.3.	Pola Skor Alternatif Respon Kepuasan Konsumen dan Karyawan.....	50
Tabel 3.4.	Pola Skor Alternatif Respon Kepatuhan Syariah dalam Bertransaksi dan Konsep Tenaga Kerja	50
Tabel 3.5.	Neraca Kinerja <i>Key Performance Index (KPI)</i> Berdasarkan Data <i>Balance Scorecard</i>	53
Tabel 3.1.	Kriteria Tingkat Kepuasan Konsumen	55
Tabel 3.2.	Kriteria Tingkat Kepatuhan Prinsip Syariah	55
Tabel 4.1.	Kuesioner Kepatuhan Syariah Dalam Konsep Permodalan <i>Syirkah</i>	81
Tabel 4.2.	Data Kepuasan Pelanggan	82
Tabel 4.3.	Data Kepatuhan Syariah Dalam Bertransaksi	84
Tabel 4.4.	Data Kepuasan Karyawan	88
Tabel 4.5.	Kepatuhan Syariah dalam Konsep Tenaga Kerja.....	89
Tabel 4.6.	<i>Neraca Balance Scorecard</i>	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.	Muslim Market di Dunia pada Tahun 2010	1
Gambar 1.2.	Info Grafis Perbankan Syariah Sep 2017	3
Gambar 2.1.	Konsep <i>Balanced Scorecard</i>	13
Gambar 2.2.	Metode <i>Balance Scorecard</i>	13
Gambar 2.3.	Konsep <i>Key Perfomance Index</i>	14
Gambar 2.4.	Kerangka <i>Balanced Scorecard</i> dalam Tahap Manajemen Strategis	21
Gambar 2.5.	Kerangka Penelitian	41
Gambar 4.1.	Tolak Ukur Berdasar Teori Kaplan dan Norton (1996)	55
Gambar 4.1.	Perkembangan Bisnis Wanoja Hijab	60
Gambar 4.2.	Struktur Organisasi Wanoja Hijab	61
Gambar 4.3.	Karakteristik Konsumen Wanoja Hijab	64
Gambar 4.4.	Karakteristik Karyawan Wanoja Hijab	65
Gambar 4.5.	Situs Penjualan Online Wanoja Hijab (Facebook).....	71
Gambar 4.6.	Contoh Produk Wanoja Hijab	74
Gambar 4.7.	Kenyamanan Kerja yang Terlihat dari Karyawan.....	78