

ISI KANDUNGAN	MUKA SURAT
Penghargaan	i
Abstrak	ii
Abstract	iii
Isi Kandungan	iv
Senarai Rajah	vii
BAB 1 PENDAHULUAN	
Pengenalan	1
1.1 Objektif Kajian	10
1.2 Kepentingan Kajian	10
1.3 Batasan Kajian	11
1.4 Kaedah Kajian	12
1.4.1 Kaedah Pengumpulan Data	12
1.4.2 Kaedah Analisis Data	13
1.4.3 Kaedah Temubual	13
1.4.4 Kaedah Keperpustakaan	14
1.4.5 Kaedah Pemantauan dan Pemerhatian	14
1.5 Kajian-Kajian Lepas	14
1.6 Pernyataan Masalah	
1.6.1 Konsep Rezeki	26
1.6.2 Konsep Berkat	37
1.6.3 Konsep Malu	46
1.6.4 Konsep Riba	50
1.7 Sistematik Penulisan	55
Kesimpulan	55
BAB 2 LATAR BELAKANG TEMPAT KAJIAN : PERNIAGAAN MAKANAN DI USJ (UTARA SUBANG JAYA)	
Pengenalan	57
2.1 Penjenisan Kedai Menjual Makanan di Kawasan Kajian	64
2.1.1 Restoran Eksklusif	65
2.1.2 Restoran Sederhana Eksklusif	66
2.1.3 Restoran Biasa	67

2.1.4 Gerai	68
2.1.5 Gerai-Gerai Hantu	70
2.2 Jenis Makanan yang Dijual	71
2.2.1 Nasi Campur	71
2.2.2 Masakan Utara	72
2.2.3 Masakan Padang dan Sumatera	72
2.2.4 Masakan dan Makanan Bervariasi	73
2.2.5 Masakan Ala Thai	74
2.2.6 Sate	76
2.3 Pengurusan Perniagaan	77
2.3.1 Modal	78
2.3.2 Tenaga Pekerja	80
2.3.3 Upah (Gaji)	83
2.4 Lokasi	84
Kesimpulan	87

BAB 3 KONSEP REZEKI DAN BERKAT DALAM PERNIAGAAN MAKANAN

Pengenalan	89
3.1 Konsep Rezeki Dalam Pemikiran Melayu	90
3.1.1 Konsep Rezeki Dalam Perniagaan	93
3.1.2 Pengaruh dan Kesan Konsep Rezeki	103
3.1.2.1 Ikhtiar (Tidak Berserah)	106
3.1.2.2 Merantau (Berhijrah)	110
3.1.2.3 Berani Menanggung Risiko	112
3.2 Konsep Berkat Dalam Perniagaan	116
3.2.1 Konsep Berkat Mengikut Perspektif Peniaga	121
3.2.2 Pengaruh dan Kesan Konsep Berkat dalam Perniagaan	128
3.2.2.1 Kejujuran dan Ketelusan	131
3.2.2.2 Menginfaikkan Harta Pengeluaran Zakat dan Pemberian Bonus	134
Kesimpulan	137

BAB 4 PERSEPSI MALU DAN RIBA DALAM PERNIAGAAN

Pengenalan	140
4.1 Konsep Malu dalam Budaya Melayu	142
4.1.1 Pengaruh Konsep Malu di Kalangan Peniaga	147
4.1.2 Kesan Konsep Malu Kepada Perniagaan	150
4.2 Konsep Riba dalam Agama dan Perniagaan	155
4.2.1 Konsep Riba Mengikut Prespektif Peniaga	159
4.2.2 Pengaruh dan Kesan Konsep Riba dalam Perniagaan	162
4.2.2.1 Saiz Perniagaan Mengikut Kemampuan	165
4.2.2.2 Konsep Mudharabah (Perkongasian)	170
4.2.2.3 Konsep Penaung	174
Kesimpulan	176
BAB 5 PENUTUP	179
Kesimpulan	203
BIBLIOGRAFI	
LAMPIRAN	