

ABSTRAK

Muhamad Rahmani Abduh. 2020. *Kiat Bisnis Orang Tionghoa di Kota Banjarmasin menurut Ekonomi Islam*. Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: (I) Dra. Hj. Fithriana Syarqawie, M.H.I (II) Pati Matu Jahra, S.Ag. M.S.I.

Kata Kunci: Kiat Bisnis, Orang Tionghoa, Ekonomi Islam.

Penelitian ini dilatar belakangi fenomena di Kota Banjarmasin di mana orang Tionghoa yang merupakan kaum minoritas, mampu bersaing bahkan melebihi orang Banjar yang merupakan kaum mayoritas dalam hal bisnis.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kiat sukses pebisnis Tionghoa di Kota Banjarmasin, kemudian dilakukan analisis menggunakan perspektif ekonomi Islam.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Subjek pada penelitian ini adalah pebisnis Tionghoa di Kota Banjarmasin. Penggalan data yang diperlukan dilakukan dengan cara wawancara, observasi, dan studi dokumen. Kemudian data yang diperoleh diolah dengan teknik *editing*, *klasifikasi*, dan *deskripsi* setelah itu dianalisis secara *kualitatif* untuk menarik kesimpulannya.

Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa kiat bisnis orang Tionghoa di Kota Banjarmasin terdiri dan terbagi menjadi lima faktor, yaitu; (1) Faktor mental, yaitu memiliki mental yang kuat sebagai seorang pebisnis. (2) Faktor modal, yaitu memiliki modal bisnis yang kuat. (3) Faktor etika, yaitu melakukan bisnis dengan cara yang baik. (4) Faktor agama, yaitu menerapkan ajaran agama dalam berbisnis. Dan (5) Faktor budaya, yaitu kebiasaan atau budaya yang dilakukan dalam berbisnis. Kemudian, kelima faktor tersebut sesuai dengan ajaran ekonomi Islam, dimana; (1) Faktor mental sesuai dengan etos kerja bisnis Islam. (2) Faktor modal sesuai dengan aktivitas ekonomi dalam bisnis Islam khususnya aktivitas produksi. (3) Faktor etika sesuai dengan aktivitas ekonomi dalam bisnis Islam, pemasaran dalam bisnis Islam, larangan dalam bisnis Islam, etika bisnis Islam, dan etos kerja bisnis Islam. (4) Faktor agama sesuai dengan prinsip bisnis Islam dan etika bisnis Islam. Dan (5) Faktor budaya yang mirip dengan budaya bisnis orang Islam.