

## ABSTRAK

**Muhammad Ihya.** 2025. Tinjauan Etika Bisnis Islam Pada Warung H Amid Sate Nagara Kabupaten Hulu Sungai Selatan. Skripsi Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Dr. Muhaimin, S. Ag., MA dan H. Badrian, S. Ag, M. Ag

### **Kata Kunci:**

Warung H. Amid Sate Nagara merupakan salah satu usaha kuliner yang sudah berjalan lebih dari 50 tahun dan dikenal luas oleh masyarakat Kabupaten Hulu Sungai Selatan. Di tengah persaingan usaha yang semakin ketat, penerapan etika bisnis Islam menjadi hal penting untuk menjaga keberlangsungan dan kepercayaan pelanggan. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya nilai-nilai kejujuran, keadilan, amanah, dan tanggung jawab sosial dalam praktik bisnis, khususnya bagi usaha kecil dan menengah yang berbasis syariah.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field reseach*) dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Informan terdiri atas 1 orang pemilik, 3 orang karyawan, 3 orang pelanggan. Menggunakan tektik pengumpulan data yaitu dengan wawancara. Dengan Teknik analisis data menggunakan data Miles dan Huberman.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Warung H. Amid secara konsisten menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam operasionalnya. Pemilik warung menjaga kualitas produk, memberikan pelayanan yang adil, memperhatikan kesejahteraan karyawan, serta aktif dalam kegiatan sosial kemasyarakatan. Etika bisnis ini tidak hanya membangun hubungan harmonis antara pemilik, karyawan, dan pelanggan, tetapi juga berkontribusi dalam memperkuat posisi warung sebagai contoh usaha mikro yang beretika dan berkelanjutan. Temuan ini memperlihatkan bahwa nilai-nilai Islam dalam bisnis dapat diimplementasikan secara nyata dan berdampak positif bagi keberlangsungan usaha.

**Kata Kunci:** Etika Bisnis Islam, Kejujuran, Keadilan, Amanah, kesejahteraan umum, Warung H. Amid Sate Nagara, UMKM, Hulu Sungai Selatan.