ABSTRAK

Muhammad Ibrahim, 2016. "*Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Bisnis Orang Madura (Studi Kasus di Kota Banjarmasin)*". Skripsi, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam. Pembimbing: (I) Dr. Muhaimin, S.Ag., M.A(II) Arie Sulistyoko, S. Sos, M.H

Kata kunci: Keberhasilan, Bisnis Orang Madura.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kenyataan bahwakota Banjarmasin merupakan satu kota sekaligus Ibu kota dari provinsi Kalimantan Selatan, Indonesia. Mayoritas penduduk kota Banjarmasin adalah SukuBanjar, juga banyak terdapat para pendatang dari berbagai suku yaitu Sukujawa, Madura, Arab, Tionghoa dan yang lain-lain yang mendiami kota Banjarmasin. Para pendatang yang tinggal di kota Banjarmasin telah banyak berhasil dengan tercapainya tujuan yang bersifat peningkatan keadaan, terutama dibidang bisnis. Menjadi sesuatu yang sangat menarik untuk diamati, ditengah keterbelakangan ekonomi umat Islam, terdapat gejala dan fenomena keberhasilan/kesejahteraan ekonomi yang jarang bias diwujudkan itutampaknya dijumpai kelompok pebisnis muslim terutama orang Madura.

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan karakteristik dan faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan bisnis orang Madura di kota Banjarmasin. Pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah: Pertama, karakteristik pebisnis/pedagang orang Madura. Kedua, apa saja faktor yang mempengaruhi keberhasilan bisnis orang Madura.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) penelitian bersifat diskriptip kualitatif, dimana data-data yang dikumpulkan adalah dengan wawancara, dokumentasi. Hasilnya diolah dengan teknik editing, kategorisasi. Kemudian dianalisis secara kualitatif dan ditarik kesimpulan.

Dari hasil analisis yang diketahui dalam penelitian ini adalah: *Pertama*, karakteristik pebisnis/pedagang orang Madura yaitu sebagai berikut: pekerja keras, jujur, budaya merantau, keberanian mengambil resiko, hidup sederhana, komitmen, inovatif. *Kedua*, faktor yang mempengaruhi keberhasilan bisnis orang Madura yaitu sebagai berikut: faktor agama, factor social budaya, factor ekonomi, factor kualitas produk, factor harga, factor lokasi yang strategis.