

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	13
C. Tujuan Penelitian	13
D. Manfaat Penelitian	13
BAB II LANDASAN TEORI	15
A. Kajian Pustaka.....	15
1. Fenomena <i>Live Shopping</i>	15
2. TikTok sebagai Platform <i>Live Shopping</i>	18
3. Etika Bisnis Islam.....	21
4. Ketentuan Akad Jual Beli Online (Akad Salam).....	25
5. Teori <i>Khiyar</i> sebagai Solusi Hukum	25
B. Penelitian Terdahulu	27
C. Kerangka Pemikiran.....	30
BAB III METODE PENELITIAN	32
A. Metode Penelitian.....	32
B. Sumber Data	33
1. Sumber Data Primer (Utama).....	33
2. Sumber Data Sekunder	34
C. Teknik Pengumpulan Data	35
1. Observasi	35
2. Wawancara	36
3. Dokumentasi.....	36

D. Instrumen Penelitian.....	36
1. Instrumen Utama	37
2. Instrumen Pendukung.....	37
E. Uji Kredibilitas Data	37
F. Teknik Analisis Data.....	38
1. Pengumpulan Data.....	38
2. Reduksi Data	38
3. Penyajian Data.....	39
4. Penarikan Kesimpulan.....	39
G. Tempat dan Waktu Penelitian	39
1. Tempat Penelitian	39
2. Waktu Penelitian	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	41
A. Profil UMKM.....	41
1. Logo.....	41
2. Visi	41
3. Misi.....	41
4. Statement Budaya	42
5. Produk UMKM.....	42
B. Hasil dan Pembahasan	46
C. Faktor Pendukung dan Penghambat Implementasi Etika Bisnis Islam.....	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	62
A. Kesimpulan	62
B. Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN LAMPIRAN.....	69
DOKUMENTASI WAWANCARA.....	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penggunaan Platform Media Sosial Terbanyak	3
Gambar 1.2 Platform Media Sosial yang Paling Sering Digunakan.....	4
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	31
Gambar 4.1 Logo UMKM HG GEHGER	41
Gambar 4.2 Produk Cubit-Cubitan	43
Gambar 4.3 Produk Kerupuk Sangrai	44
Gambar 4.4 Produk Popcorn	45
Gambar 4.5 Sinkronisasi Stok Barang dengan Etalase	47
Gambar 4.6 Siaran Live Berlangsung	48
Gambar 4.7 Pencetakan Resi	49
Gambar 4.8 Penilaian Customer	50
Gambar 4.9 Penilaian Customer	51
Gambar 4.10 Penilaian Customer	54
Gambar 4.11 Penilaian Customer	56
Gambar 4.12 Penilaian Customer	60
Gambar 4.13 Penilaian Customer	61

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3.1 Matriks Penelitian	40
Tabel 4.1 Daftar Harga Cubit-Cubitan.....	43
Tabel 4.2 Daftar Harga Kerupuk Sangrai	44
Tabel 4.3 Daftar Harga Popcorn	45