

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh berkembangnya usaha Warung Madura di Kota Surabaya yang mampu bertahan dan memperoleh kepercayaan masyarakat di tengah persaingan usaha modern. Keberhasilan tersebut tidak terlepas dari penerapan etos kerja Islami yang diterapkan oleh para pelaku usaha dalam aktivitas berdagang. Etos kerja Islami seperti kejujuran (*ṣidq*), amanah, kerja keras (*mujāhadah*), disiplin (*istiqāmah*), dan keikhlasan (*ikhhlās*) menjadi nilai penting dalam membangun hubungan baik dengan konsumen. Selain itu, kepercayaan konsumen juga dipengaruhi oleh sikap dan perilaku penjual dalam memberikan pelayanan serta menjalankan usaha secara jujur dan bertanggung jawab. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan etos kerja Islami pada pelaku usaha Warung Madura serta mengetahui faktor-faktor yang membentuk kepercayaan konsumen terhadap Warung Madura di Kota Surabaya.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini terdiri dari tujuh pelaku usaha Warung Madura dan tujuh konsumen. Analisis data dilakukan melalui tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa para pelaku usaha Warung Madura telah menerapkan etos kerja Islami dengan baik dalam kegiatan usahanya. Penerapan tersebut terlihat melalui sikap jujur dalam menetapkan harga dan memberikan informasi barang, menjaga amanah terhadap pelanggan, bekerja keras dalam menjalankan usaha, disiplin dalam pelayanan dan transaksi, serta melayani pelanggan dengan ikhlas dan ramah. Selain itu, faktor pembentuk kepercayaan konsumen terhadap Warung Madura dipengaruhi oleh kejujuran penjual, kualitas pelayanan, keterbukaan informasi, kualitas barang, dan hubungan sosial yang baik antara penjual dan pelanggan. Penerapan etos kerja Islami tersebut terbukti mampu meningkatkan rasa percaya, kenyamanan, dan loyalitas konsumen sehingga mendukung keberlangsungan usaha Warung Madura di Kota Surabaya.

Kata Kunci: Etos Kerja Islami, Kepercayaan Konsumen, Pelaku Usaha, Warung Madura.

ABSTRACT

This research is motivated by the growth of Warung Madura businesses in Surabaya, which have managed to survive and gain public trust amidst modern business competition. This success is inseparable from the implementation of an Islamic work ethic by these business owners in their trading activities. Islamic work ethics, such as honesty (ṣidq), trustworthiness (amanah), hard work (mujaḥadah), discipline (istiḳamah), and sincerity (ikhlās), are essential values in building good relationships with consumers. Furthermore, consumer trust is also influenced by the attitudes and behavior of sellers in providing service and conducting their business honestly and responsibly. This study aims to determine the application of an Islamic work ethic among Warung Madura business owners and to identify the factors that shape consumer trust in Warung Madura in Surabaya.

This study employed a qualitative research method with a descriptive approach. Data collection techniques included observation, interviews, and documentation. The informants in this study consisted of seven Warung Madura business owners and seven consumers. Data analysis was conducted through data reduction, data presentation, and conclusion drawing.

The research results show that Warung Madura business owners have effectively implemented an Islamic work ethic in their business activities. This implementation is evident through honesty in pricing and providing product information, maintaining trust with customers, working hard in running the business, being disciplined in service and transactions, and serving customers with sincerity and friendliness. Furthermore, factors that shape consumer trust in Warung Madura are seller honesty, service quality, transparency of information, product quality, and good social relationships between sellers and customers. The implementation of this Islamic work ethic has been proven to increase consumer trust, comfort, and loyalty, thus supporting the sustainability of Warung Madura businesses in Surabaya.

Keywords: *Islamic Work Ethic, Consumer Trust, Business Owners, Warung Madura.*