

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Penduduk Indonesia terdiri dari berbagai suku dan etnis yang berasal dari seluruh Indonesia. Keanekaragaman kegiatan ekonomi, sosial, dan budaya di Indonesia pasti sangat dipengaruhi oleh banyaknya suku dan etnis yang ada di sana. Mentalitas dan cara hidup orang-orang dari berbagai etnis juga berbeda; ini termasuk prinsip kerja, yang harus dimiliki oleh setiap orang atau kelompok. Tiga kelompok etnis di Indonesia: Minang, Madura, dan Bugis. Mereka bergelut dalam bisnis dan petualangan. Banyak orang dari ketiga kelompok etnis ini dapat ditemukan di kota dan di mana-mana, terutama kedua kelompok etnis pertama yaitu Minang dan Madura. Mereka sangat gigih dalam mengejar bidang informal sehingga tidak diragukan lagi independen dalam bidang bisnis. Khususnya untuk pedagang etnis Madura yang menjadi subjek penelitian ini, ada banyak dari mereka yang tinggal di kota, meskipun jumlah sebenarnya tidak diketahui. Mereka mungkin memiliki etos kerja yang kuat secara genetik atau terpola oleh situs sosial-budaya yang mereka gunakan setiap hari, atau mungkin karena gabungan keduanya.¹

Bagi orang Madura tidak ada pekerjaan yang bakal dianggapnya berat, kurang menguntungkan, atau hina, selama kegiatannya bukan tergolong maksiat, sehingga hasilnya akan halal dan di Ridhoi sang Maha Penciptanya. Kesempatan bisa bekerja

¹ Iwan Triyuwono, *Spiritualitas Etos Kerja Dan Etika Bisnis Orang Meddhurah, Dalam Muhammad Djakfar*, 2009.

akan dianggapnya sebagai rahmat dari Allah SWT, sehingga mendapatkan pekerjaan merupakan panggilan hidup yang bahkan ditekuninya dengan sepenuh hati.² Sebagai akibatnya orang Madura tidak takut kehilangan tanah atau hartanya, akan tetapi mereka sangat takut kehilangan pekerjaannya. Menurut Rivai dkk,³ Islam mewajibkan setiap muslim (khususnya) mempunyai tanggungan untuk bekerja. Bekerja merupakan salah satu sebab pokok yang memungkinkan manusia mencari nafkah (rezeki). Allah melapangkan bumi dan seisinya dengan berbagai fasilitas yang dapat dimanfaatkan oleh manusia untuk mencari rezeki, seperti dalam QS. Al-Jumu'ah ayat 10:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

Artinya: “Apabila salat (Jumat) telah dilaksanakan, bertebaranlah kamu di bumi, carilah karunia Allah, dan ingatlah Allah sebanyak-banyaknya agar kamu beruntung.” (QS. Al-Jumu'ah [62]:10).⁴

Ayat ini menjelaskan bahwa Islam mendorong umatnya untuk bekerja dan mencari rezeki yang halal setelah melaksanakan kewajiban ibadah. Aktivitas ekonomi bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan hidup, tetapi juga merupakan bagian dari bentuk pengabdian kepada Allah SWT apabila dilakukan dengan cara yang benar.

Salah satu penggerak perekonomian yang memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan perekonomian masyarakat di Indonesia adalah usaha UMKM, baik itu UMKM kecil, maupun UMKM menengah. Berdasarkan keputusan presiden RI No. 99 Tahun 1998, usaha kecil menjadi bagian kegiatan ekonomi rakyat berskala kecil dengan bidang usaha yang mayoritas berupa kegiatan usaha kecil yang perlu

² M M Drs. Ec Gazali, *Mengungkap Etos Kerja Petani Garam Madura* (MNC Publishing, 2019).

³ M A Rifai, *Manusia Madura: pembawaan, perilaku, etos kerja, penampilan, dan pandangan hidupnya seperti dicitrakan peribahasanya* (Pilar Media, 2007).

⁴ QS. Al-Jumu'ah [62]:10.

dilindungi untuk mencegah terjadinya persaingan yang tidak sehat. Usaha keluarga atau industri rumah tangga adalah cikal bakal berdirinya UMKM, sehingga masyarakat dapat mempunyai peluang untuk menjadi pelaku dalam UMKM (UUD RI NO.13 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal). Selain itu secara syariat Islam terdapat beberapa syarat yang harus terpenuhi bagi pelaku usaha atau produk halal yang akan diproduksinya, yaitu seperti memastikan kebersihannya, kualitasnya, dan serta memastikan keamanan proses produksinya harus di bawah sistem manajemen mutu yang halal.⁵

Perekonomian di Indonesia saat ini ditopang oleh sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang menjadi penggerak utama aktivitas ekonomi masyarakat. UMKM berkontribusi besar dalam penyediaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, dan penguatan ekonomi lokal. Keberadaan warung sebagai bentuk usaha mikro turut berperan penting dalam memenuhi kebutuhan masyarakat sehari-hari dengan harga yang terjangkau. Warung menjadi bagian dari sistem ekonomi rakyat yang fleksibel dan adaptif terhadap dinamika pasar. Fenomena ini semakin tampak di kota-kota besar seperti Surabaya, di mana aktivitas ekonomi berbasis warung tumbuh seiring meningkatnya mobilitas dan kebutuhan masyarakat perkotaan. Di Surabaya, sebagai kota metropolitan dengan dinamika bisnis yang tinggi, UMKM seperti warung Madura telah berkembang pesat, namun tantangan seperti persaingan ketat dan

⁵ Rosita Ramadhani, Taufiqur Rahman, Farid Ardyansyah, Kurnia Fitri Salsabila, "Pendampingan Sertifikasi Halal Produk Usaha Mikro dan Kecil Bagi Masyarakat Desa Bajeman Kecamatan Tragah Kabupaten Bangkalan," *Keris: Journal of Community Engagement*, 05 no. 02 (2026): 2006.

perubahan perilaku konsumen menuntut penerapan etos kerja yang kuat untuk mempertahankan kelangsungan usaha.⁶

Warung Madura merupakan fenomena unik di Surabaya, di mana pedagang asal Madura mengusung budaya dan nilai-nilai etos kerja yang kuat, sering kali dikombinasikan dengan prinsip Islami. Pelaku usaha warung Madura dikenal dengan dedikasinya yang tinggi, seperti membuka warung sejak dini hari hingga malam, menjaga kebersihan, dan memberikan pelayanan yang ramah, yang mencerminkan etos kerja Islami seperti sabar dan ikhlas. Warung ini juga dikenal karena jam operasionalnya yang panjang (banyak yang buka 24 jam), pengelolaan berbasis jaringan sosial antar sesama perantau Madura, serta pola pelayanan yang khas. Warung Madura tidak hanya berfungsi sebagai tempat transaksi ekonomi, tetapi juga sebagai wadah sosial yang memperkuat solidaritas dan semangat kewirausahaan masyarakat Madura di perantauan.⁷ Penelitian Ilham et al, menunjukkan bahwa pelaku Warung Madura memiliki sistem manajemen sederhana namun efektif, ditopang oleh nilai kejujuran, kerja keras, dan kebersamaan. Etos kerja yang menonjol ini diduga kuat memiliki akar pada keyakinan Islam, yang memandang kerja sebagai jihad ekonomi atau upaya sungguh-sungguh untuk mencari nafkah yang halal dan berkah. Namun, belum banyak penelitian yang menganalisis secara mendalam bagaimana etos kerja Islami ini diterapkan secara spesifik oleh pelaku usaha warung Madura di Surabaya,

⁶ Raden Bagus et al., “Strategi Meningkatkan Kesejahteraan Pengelola Warung Madura Di Kawasan Sidosermo , Surabaya,” *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial* 1, no. July (2024): 444–50.

⁷ Astrian Anik Widiastuti Sukidin, Abshor, Faqih Ulil Ani, Hety Mustika Kusumawati, “Etos Kerja Dan Strategi Survival Warung Madura Di Tengah Tantangan Ekonomi Digital,” *Jurnal Economia* 21, no. 3 (2025): 417–31.

terutama dalam konteks peningkatan kepercayaan konsumen yang semakin kritis di era digital.

Keberhasilan sebuah usaha mikro seperti Warung Madura tidak hanya bergantung pada kualitas produk, melainkan juga pada tingkat kepercayaan konsumen. Kepercayaan menjadi dasar dalam membangun hubungan jangka panjang antara penjual dan pembeli, yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas konsumen. Penelitian Kurniadi dan Rana,⁸ menegaskan bahwa kepercayaan konsumen memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan, bahkan dalam konteks bisnis digital. Karena itu, perilaku dan nilai yang dianut oleh pelaku usaha menjadi faktor penting dalam mempertahankan kepercayaan konsumen.

Kepercayaan konsumen merupakan elemen kunci dalam bisnis, terutama untuk UMKM yang bergantung pada reputasi mulut ke mulut dan interaksi pribadi. Etos kerja Islami dapat meningkatkan kepercayaan melalui praktik seperti transparansi harga, kualitas produk yang halal, dan komitmen terhadap janji, yang selaras dengan nilai-nilai Islam seperti amanah dan *sidq*. Di Surabaya, di mana konsumen semakin sadar akan etika bisnis, analisis etos kerja Islami pada warung Madura dapat memberikan wawasan tentang bagaimana nilai-nilai ini berkontribusi pada pembentukan kepercayaan, yang pada gilirannya mendukung pertumbuhan ekonomi lokal.⁹

⁸ Hadi Kurniadi dan Junaid Ali Saeed Rana, "The power of trust: How does consumer trust impact satisfaction and loyalty in Indonesian digital business?," *Innovative Marketing* 19, no. 2 (2023): 236–49.

⁹ Agus Sarwo Edi dan Erwan Arisyanto, "Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Konsumen Sakinah Swalayan di Surabaya," *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan* 6, no. 1 (2021): 251–66.

Kurniadi dan Rana (2023) menjelaskan bahwa kepercayaan konsumen merupakan aset penting bagi keberlangsungan usaha, terutama pada usaha mikro seperti Warung Madura yang mengandalkan hubungan langsung antara penjual dan pembeli. Konsumen cenderung memilih dan tetap berbelanja pada usaha yang dianggap jujur, bertanggung jawab, serta mampu memberikan pelayanan yang konsisten. Tingginya tingkat persaingan usaha ritel saat ini membuat kepercayaan konsumen menjadi faktor pembeda yang dapat menentukan keberhasilan suatu usaha. Apabila konsumen memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap pelaku usaha, maka akan muncul kepuasan, loyalitas, dan kecenderungan untuk melakukan pembelian ulang serta merekomendasikan usaha tersebut kepada orang lain.¹⁰

Perspektif ekonomi Islam, menjelaskan bahwa kepercayaan konsumen tidak hanya dibangun melalui kualitas produk, tetapi juga melalui penerapan nilai-nilai moral dan etika dalam aktivitas bisnis. Konsumen Muslim cenderung memberikan kepercayaan yang lebih tinggi kepada pelaku usaha yang menunjukkan sikap jujur, amanah, dan bertanggung jawab dalam menjalankan usahanya. Kepercayaan tersebut muncul karena konsumen merasa bahwa pelaku usaha tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata, tetapi juga memperhatikan aspek kehalalan, keadilan, dan kemaslahatan dalam setiap transaksi.¹¹

¹⁰ M. Edo Suryawan Siregar Desyana Pratiwi, Agung Kresnamurti Rivai, "Efek Mediasi Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Layanan, Citra Merek Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan," *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan* 3, no. 2 (2022): 489–501.

¹¹ Zahra Fakhrana, "Peran Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Dalam Membangun Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan," *Keberlanjutan : Jurnal Manajemen Dan Jurnal Akuntansi* 5, no. 2 (2020): 160.

Perspektif Islam, menjelaskan bahwa nilai-nilai yang berkaitan dengan perilaku kerja dikenal dengan istilah **Etos Kerja Islami** (*Islamic Work Ethic/IWE*). Etos kerja Islami menekankan pentingnya kerja keras, kejujuran, tanggung jawab, disiplin, dan niat ikhlas sebagai bentuk ibadah kepada Allah SWT. Konsep ini tidak hanya mengatur hubungan antara manusia dengan pekerjaannya, tetapi juga menuntun interaksi dengan orang lain secara etis. Purnomo (2023) menyatakan bahwa penerapan nilai-nilai etos kerja Islami mampu meningkatkan kinerja dan integritas individu dalam bekerja. Demikian, penerapan etos kerja Islami dalam konteks usaha mikro dapat menjadi landasan moral bagi pelaku usaha untuk menjalankan kegiatan ekonominya secara profesional dan bernilai ibadah.¹²

Etos kerja Islami merupakan konsep yang berasal dari ajaran Islam yang menekankan nilai-nilai seperti kejujuran, disiplin, tanggung jawab, dan dedikasi dalam bekerja, yang diinspirasi oleh prinsip-prinsip Al-Qur'an dan Hadis. Konsep ini tidak hanya berlaku dalam konteks kehidupan sehari-hari, tetapi juga telah menjadi landasan etika bisnis di berbagai masyarakat Muslim di seluruh dunia. Dalam era globalisasi saat ini, etos kerja Islami semakin relevan karena mampu memberikan arah moral bagi individu dan organisasi untuk mencapai keberhasilan yang berkelanjutan, sekaligus membedakannya dari etos kerja sekuler yang sering kali lebih menekankan aspek material semata. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa etos kerja Islami dapat

¹² Istiar Purnomo, Nasor, dan Erike Anggraeni, "Peran Islamic Work Ethic Pada Kinerja Karyawan Dengan Di Moderasi Religiusitas," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9, no. 01 (2023): 867–75.

meningkatkan produktivitas dan kepuasan kerja, sehingga menjadi fondasi penting dalam pembangunan ekonomi berbasis nilai.

Etos kerja Islami diyakini berperan penting dalam membangun kepercayaan konsumen. Pelaku usaha yang bekerja dengan prinsip kejujuran dan tanggung jawab akan lebih mudah mendapatkan kepercayaan dari pelanggan. Hal ini sangat relevan bagi pelaku Warung Madura yang dikenal ulet, sederhana, namun memiliki disiplin tinggi dalam menjalankan usahanya. Seperti yang dijelaskan dalam penelitian Wafi, Bashofi, dan Setiawan,¹³ perilaku ekonomi masyarakat Madura sangat dipengaruhi oleh nilai religiusitas dan budaya kerja keras yang diwariskan turun-temurun. Oleh karena itu, analisis terhadap penerapan etos kerja Islami dalam konteks Warung Madura menjadi penting untuk memahami bagaimana nilai-nilai tersebut dapat membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen di tengah persaingan usaha yang semakin ketat.

Penelitian ini berfokus pada **“Analisis Etos Kerja Islami Pada Pelaku Usaha Warung Madura Di Surabaya Dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen”**. Kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik berupa pemahaman empiris mengenai hubungan antara nilai-nilai Islam dan perilaku bisnis dalam konteks usaha mikro. Selain itu, hasil penelitian diharapkan mampu memberikan rekomendasi praktis bagi pelaku UMKM untuk mengembangkan etika bisnis yang berlandaskan nilai-nilai Islami guna meningkatkan reputasi dan kepercayaan konsumen. Penelitian

¹³ Abd. Wafi, Ferdinan Bashofi, dan Hendri Setiawan, “Dinamika Sosial Ekonomi Pedagang Warung Kelontong Madura di Kota Malang,” *Maharsi: Jurnal Pendidikan Sejarah dan Sosiologi* 6, no. 3 (2024): 241–255.

ini juga dapat menjadi referensi bagi pembuat kebijakan daerah dalam mengembangkan program pemberdayaan ekonomi yang selaras dengan prinsip-prinsip moral Islam dan kearifan lokal.

1.2 Identifikasi Masalah

Setelah melihat adanya permasalahan yang telah dijelaskan pada latar belakang, maka penulis menjelaskan identifikasi masalahnya sebagai berikut:

1. Kurangnya penelitian yang dilakukan secara empiris mengenai penerapan etos kerja Islami pada pelaku usaha Warung Madura di Surabaya. Serta tidak banyak peneliti yang secara khusus mengaitkan nilai-nilai etos kerja Islami (seperti kejujuran, amanah, dan kerja keras) dengan perilaku bisnis pelaku usaha Warung Madura di Surabaya yang tentunya masih terbatas.
2. Belum terukur sejauh mana etos kerja Islami dapat mempengaruhi kepercayaan konsumen terhadap Warung Madura, karena kepercayaan konsumen merupakan elemen penting dalam mempertahankan usaha mikro. Namun, belum diketahui sejauh mana nilai-nilai Islam yang diterapkan oleh pelaku usaha Warung Madura dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan.
3. Kurangnya pemahaman konsep tentang hubungan antara nilai-nilai budaya kerja Madura dengan nilai-nilai etos kerja Islami, serta etos kerja masyarakat Madura yang dikenal dengan keras dan disiplin sering kali dianggap sebagai bagian dari budaya lokal, namun belum banyak dikaji dalam konteks nilai-nilai Islam yang lebih universal.

1.3 Pembatasan Masalah

Penelitian yang berjudul “Analisis Etos Kerja Islami Pada Pelaku Usaha Warung Madura Di Surabaya Dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen”, batasan masalahnya yaitu Penelitian ini dibatasi pada kajian mengenai penerapan etos kerja Islami oleh pelaku usaha Warung Madura di Kota Surabaya serta pengaruhnya terhadap tingkat kepercayaan konsumen. Penelitian ini hanya berfokus menelaah perilaku kerja yang mencerminkan nilai-nilai Islami seperti kejujuran, amanah, tanggung jawab, disiplin, kerja keras, dan keikhlasan yang dijalankan oleh pelaku usaha dalam kegiatan bisnis sehari-hari. Penelitian ini tidak membahas aspek manajerial, keuangan, atau strategi pemasaran secara mendalam, melainkan menitikberatkan pada nilai-nilai moral dan spiritual Islam yang diinternalisasikan dalam aktivitas usaha. Selain itu, penelitian ini hanya difokuskan pada hubungan antara penerapan etos kerja Islami dengan tingkat kepercayaan konsumen terhadap warung Madura, kualitas produk, dan integritas penjual, tanpa mengkaji faktor eksternal seperti kebijakan pemerintah, kondisi ekonomi makro, atau pengaruh media digital. Objek penelitian ini dibatasi pada pelaku usaha warung Madura yang berdomisili dan beroperasi di wilayah Surabaya, sehingga hasilnya tidak dimaksudkan untuk mewakili seluruh pelaku usaha Madura di daerah lain. Dengan pembatasan ini, penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas dan mendalam mengenai bagaimana analisis etos kerja Islami pada pelaku usaha Warung Madura di Surabaya dapat meningkatkan kepercayaan konsumen.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, Analisis Etos Kerja Islami Pada Pelaku Usaha Warung Madura Di Surabaya Dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen, tersusun rumusan masalah yang akan dikaji yaitu:

1. Bagaimana penerapan etos kerja Islami pada pelaku usaha Warung Madura di Surabaya?
2. Bagaimana etos kerja Islami pada pelaku usaha Warung Madura di Surabaya dalam meningkatkan kepercayaan konsumen?

1.5 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan dari penelitian ini adalah:
 - a. Untuk menganalisis bagaimana penerapan etos kerja Islami pada pelaku usaha Warung Madura di Surabaya dalam menjalankan aktivitas usahanya sehari-hari, seperti aspek kejujuran, amanah, kerja keras, disiplin, pelayanan, dan nilai-nilai Islami lainnya.
 - b. Untuk memahami bagaimana etos kerja Islami tersebut berkontribusi dalam meningkatkan kepercayaan konsumen, khususnya dalam konteks warung sebagai usaha mikro yang mengandalkan interaksi langsung dengan konsumen.
2. Manfaat dari penelitian yang diteliti oleh penulis ini diharapkan agar dapat memberikan kontribusi yang bernilai ilmiah dikategorikan sebagai berikut:

- a. Bagi Peneliti

Penelitian ini memberikan pengalaman dan pengetahuan langsung mengenai penerapan etos kerja Islami dalam dunia usaha mikro, khususnya pada

pelaku Warung Madura di Surabaya. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan peneliti tentang hubungan antara nilai-nilai Islam dan peningkatan kepercayaan konsumen dalam praktik bisnis sehari-hari.

b. Bagi Akademisi

Dari adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi penelitian-penelitian berikutnya yang ingin mengkaji lebih dalam tentang etos kerja Islami, perilaku bisnis umat Islam, maupun kepercayaan konsumen dalam konteks ekonomi syariah. Penelitian ini juga dapat memperkaya literatur akademik dalam bidang ekonomi Islam, khususnya pada aspek etika kerja dan perilaku konsumen.

c. Bagi Masyarakat Umum

Dengan adanya Penelitian ini diharapkan dapat memberikan inspirasi bagi pelaku usaha mikro, khususnya Warung Madura dan UMKM lainnya, untuk menerapkan etos kerja Islami dalam aktivitas bisnis. Nilai-nilai seperti jujur, amanah, disiplin, dan tanggung jawab diharapkan mampu meningkatkan kepercayaan konsumen serta memperkuat keberlanjutan usaha. Selain itu, masyarakat dapat memperoleh wawasan tentang pentingnya etika Islami dalam kegiatan ekonomi sehari-hari.

1.6 Kajian Pustaka

Untuk mendapatkan hasil yang maksimal dalam penelitian ini maka penulis akan menguraikan penelitian yang terdahulu sebagai penunjang penelitian ini yang berkaitan dengan pembahasannya:

1. Jurnal, Muhammad Ersya Faraby, dan Siti Inayatul Faiza, Tahun 2014 dengan judul “Etos Kerja Pedagang Etnis Madura Di Pusat Grosir Surabaya Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam”.

Penelitian ini menjelaskan bahwa, Sumber daya alam di Madura belum terkelola dengan baik dan rendahnya sumber daya manusia menyebabkan masyarakat etnis Madura merantau untuk memperoleh kehidupan yang layak dengan menerapkan etika kerja yang tinggi. Serta membahas karakteristik etos kerja pedagang etnis Madura di pusat grosir Surabaya dengan pendekatan etika bisnis Islam. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa pedagang Madura memiliki budaya kerja keras, disiplin jam kerja, kejujuran dalam transaksi, dan jaringan komunitas yang kuat dan nilai-nilai tersebut sering kali dimaknai sebagai implementasi prinsip-prinsip Islami (amanah, jujur, kerja keras).

Perbedaan dari penelitian penulis dengan penulis sebelumnya yaitu penelitian ini berfokus pada penerapan Etos Kerja Islami pada pelaku usaha Warung Madura di Surabaya, yang bertujuan untuk menganalisis bagaimana nilai-nilai Islami seperti kejujuran, amanah, dan tanggung jawab dapat memengaruhi serta meningkatkan kepercayaan konsumen. Sedangkan pada penelitian sebelumnya berfokus pada kajian etos kerja pedagang etnis Madura di pusat grosir Surabaya dengan menyoroti nilai-nilai budaya dan etika kerja yang dianut oleh masyarakat Madura dalam aktivitas perdagangan. Fokus utamanya terletak pada karakter kerja seperti kedisiplinan, kerja keras, serta solidaritas komunitas tanpa mengkaji lebih jauh dampak penerapan etos kerja tersebut terhadap persepsi atau tingkat kepercayaan

konsumen. Persamaannya dapat dilihat pada fokus utama, yaitu penelitian ini sama-sama menggunakan nilai-nilai etika Islam sebagai sudut pandang utama dalam memahami perilaku ekonomi pedagang Madura.¹⁴

2. Jurnal, Ahmad Choiri, dan Aminuddin Aminuddin, Tahun 2026 dengan judul “Etos Kerja Islam untuk Kesuksesan Usaha Warung Madura di Yogyakarta”.

Penelitian ini menjelaskan bahwa, bagaimana komitmen terhadap Etos Kerja Islam untuk Kesuksesan Usaha Warung Madura di Yogyakarta dapat mendorong keberhasilan operasional warung Madura, yang mencakup manajemen sederhana berbasis kekeluargaan, pembagian kerja yang adil, serta praktik jujur dan disiplin.

Perbedaan dari penelitian penulis dengan penulis sebelumnya yaitu penelitian ini berfokus pada kepercayaan konsumen sebagai variabel utama yang ingin diungkap, seperti menganalisis secara lebih spesifik mekanisme penerapan nilai-nilai Islami seperti penyajian produk halal, dan pelayanan yang ramah yang berperan dalam membentuk kepercayaan konsumen terhadap warung Madura di Surabaya. Sedangkan pada penelitian sebelumnya berfokus mengeksplorasi bagaimana nilai-nilai seperti kejujuran, tanggung jawab, disiplin, dan profesionalisme tidak hanya berkontribusi pada kinerja individu tetapi juga meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Persamaannya dapat dilihat pada fokus utama, yaitu penelitian ini sama-sama menggunakan nilai-nilai etika

¹⁴ Siti Inayatul Faiza Muhammad Ersya Faraby, “Etos Kerja Pedagang Etnis MADURA Di Pusat Grosir SURABAYA Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam,” *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan* 1, no. 3 (2014): 178–93.

Islam sebagai sudut pandang utama dalam memahami perilaku ekonomi pedagang Madura.¹⁵

- 3. Jurnal,** Aziz Maulana Akhsan, Irham Zaki, dan Mursyidi Abror, Tahun 2023 dengan judul “Etos Kerja Islami Pada Keberhasilan Usaha Pedagang Etnis Arab di Pasar Ampel Surabaya”.

Penelitian ini menjelaskan bahwa, bagaimana etos kerja Islami seperti (disiplin, kejujuran, dan pelayanan) dapat diaplikasikan oleh pedagang etnis Arab di kawasan Pasar Ampel (Surabaya) dan bagaimana nilai-nilai tersebut berkontribusi terhadap keberhasilan usaha mereka. Metode kualitatif dengan observasi dan wawancara digunakan untuk menangkap praktik sehari-hari pedagang, termasuk ritual kerja, jam operasional, serta strategi hubungan sosial yang dapat membangun kepercayaan pelanggan.

Perbedaan dari penelitian penulis dengan penulis sebelumnya yaitu penelitian ini berfokus pada penerapan Etos Kerja Islami pada pelaku usaha Warung Madura di Surabaya, yang bertujuan untuk menganalisis bagaimana nilai-nilai Islami seperti kejujuran, amanah, dan tanggung jawab dapat memengaruhi serta meningkatkan kepercayaan konsumen. Sedangkan pada penelitian sebelumnya berfokus pada mempelajari bagaimana pedagang etnis Arab menekankan keberhasilan usaha secara umum di kawasan Pasar Ampel (Surabaya). Persamaannya dapat dilihat pada

¹⁵ Ahmad Choiri, “Islamic Work Ethic for the Success of Madura Warung Business in Yogyakarta,” *Josh-E: Journal of Sharia Economics* 1, no. 1 (2026): 44–59.

fokus utama, yaitu penelitian ini sama-sama menggunakan nilai-nilai etika Islam sebagai sudut pandang utama dalam meningkatkan kepercayaan konsumen.¹⁶

- 4. Jurnal,** Tri Wahyuni Widowati, Risma Margaretha Sinaga, dan Herpratiwi, Tahun 2022 dengan judul “Etos Kerja Pedagang Etnis Madura Perantau Di Pasar Natar Ditinjau Dari Etika Bisnis”.

Penelitian ini menjelaskan bahwa, bagaimana meneliti karakter etos kerja pedagang etnis Madura yang merantau, dengan fokus pada pola kerja, strategi bertahan, dan norma sosial budaya yang mendorong ketekunan. Metode studi kasus dan wawancara digunakan untuk menggali motif, kebiasaan kerja (seperti jam operasional panjang), serta nilai agama dan budaya. Hasil menunjukkan bahwa etos kerja pedagang Madura itu keras, ulet, dan religius dalam membangun jaringan sosial yang mendukung usaha kecil dan kepercayaan pelanggan.

Perbedaan dari penelitian penulis dengan penulis sebelumnya yaitu penelitian ini berfokus pada penerapan Etos Kerja Islami pada pelaku usaha Warung Madura di Surabaya, yang bertujuan untuk menganalisis bagaimana nilai-nilai Islami seperti kejujuran, amanah, dan tanggung jawab dapat memengaruhi serta meningkatkan kepercayaan konsumen. Sedangkan pada penelitian sebelumnya berfokus pada deskripsi karakter etos kerja pedagang Madura serta aspek budaya dalam merantau, dan untuk mengetahui secara mendalam tentang etos kerja pedagang etnis Madura di Pasar Natar ditinjau dari etika bisnis. Persamaannya dapat dilihat pada fokus

¹⁶ Aziz Maulana Akhsan, “Etos Kerja Islami Pada Keberhasilan Usaha Pedagang Etnis Arab di Pasar Ampel Surabaya,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9, no. 3 (2023): 4272.

utama, yaitu penelitian ini sama-sama berfokus pada etos kerja khas etnis Madura, dan bagaimana nilai budaya dan agama dalam membentuk perilaku usaha yang dapat meningkatkan kredibilitas atau kepercayaan oleh konsumen.¹⁷

5. Jurnal, Nihro Afandi, Tahun 2024 dengan judul “Strategi Bisnis dan Etos kerja Toko Sembako Madura dalam perspektif ekonomi syariah”.

Penelitian ini menjelaskan bahwa, bagaimana Etika kerja dan prinsip ekonomi syariah mempengaruhi kinerja karyawan dalam Toko Sembako Madura. Faktor-faktor seperti etos kerja Islami, komitmen afektif, gaya kepemimpinan, motivasi, dan disiplin kerja berdampak positif pada kualitas kehidupan kerja dan kinerja karyawan. Dengan demikian, Toko Sembako Madura bukan hanya sebuah usaha kecil dalam sektor sembako, tetapi juga menjadi representasi dari penerapan prinsip-prinsip ekonomi syariah yang memberikan manfaat lebih luas bagi masyarakat sekitar.

Perbedaan dari penelitian penulis dengan penulis sebelumnya yaitu penelitian ini berfokus pada penerapan Etos Kerja Islami pada pelaku usaha Warung Madura di Surabaya, yang bertujuan untuk menganalisis bagaimana nilai-nilai Islami seperti kejujuran, amanah, dan tanggung jawab dapat memengaruhi serta meningkatkan kepercayaan konsumen. Sedangkan pada penelitian sebelumnya berfokus pada kontribusi toko sembako terhadap perekonomian lokal, preferensi konsumen, dan daya saingnya dengan minimarket modern. Persamaannya dapat dilihat pada fokus

¹⁷ Tri Wahyuni Widowati, Risma Margaretha Sinaga, dan Herpratiwi Herpratiwi, “Etos Kerja Pedagang Etnis Madura Perantau Di Pasar Natar Ditinjau Dari Etika Bisnis,” *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis* 11, no. 1 (2023): 685–94.

utama, yaitu penelitian ini sama-sama menggunakan nilai-nilai etika Islam seperti amanah, dan kejujuran serta praktik operasional yang baik dalam meningkatkan kepercayaan konsumen.¹⁸

1.7 Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan pembaca dalam memahami isi skripsi ini, maka penulis menyusun sistematika pembahasan sebagai berikut:

1. BAB I (Pendahuluan): Dalam bab ini berisi sebagai pengantar dari penulisan penelitian ini secara keseluruhan. Terdiri dari latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kajian pustaka, dan sistematika pembahasan.
2. BAB II (Kajian Teori): Dalam bab ini berisi penjelasan mengenai teori-teori yang bertujuan sebagai landasan pembahasan yang berkaitan dengan etos kerja islami, warung Madura (toko sembako/kelontong), kepercayaan konsumen dalam penulisan penelitian ini.
3. BAB III (Metode Penelitian): Bab ini menjelaskan tata cara penulis dalam melakukan penelitian. Dalam bab ini terdiri dari jenis penelitian, sifat penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknis analisis data dan lain-lain.
4. BAB IV (Pembahasan Dan Hasil): Bab ini membahas hasil mengenai analisis penerapan etos kerja Islami pada pelaku usaha Warung Madura di Surabaya dalam menjalankan aktivitas usahanya sehari-hari, serta memahami penerapan etos kerja

¹⁸ Nihro Afandi, "Strategi Bisnis dan Etos kerja Toko Sembako Madura dalam perspektif ekonomi syariah," *Jurnal Kolaboratif Sains* 7, no. 6 (2024): 2037–43.

Islami yang berkontribusi dalam meningkatkan kepercayaan konsumen, khususnya dalam konteks warung sebagai usaha mikro yang mengandalkan interaksi langsung dengan konsumen.

5. BAB V (Penutup): Bab ini berisi jawaban yang sah yang di dalamnya terdapat kesimpulan yang merupakan hasil analisa serta penghitungan dari hasil penelitian. Dalam bab ini juga disertakan saran yang bermanfaat untuk penelitian berikutnya.