

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS WARUNG MADURA DI  
JALAN KH MAS MANSYUR KAWASAN WISATA RELIGI  
SUNAN AMPEL SURABAYA PERSPEKTIF ETIKA BISNIS  
ISLAM**

**SKRIPSI**

Oleh

**AHMAD ZAKARIA NUGRAHA**

**NIM: 08010420003**



**UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL  
SURABAYA**

**2024**

## PERNYATAAN

Saya, Ahmad Zakaria Nugraha, 08010420003, menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (*plagiarism*) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di UIN Sunan Ampel Surabaya, maupun di perguruan tinggi lainnya
2. Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar Pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 1 Maret 2024



Ahmad Zakaria Nugraha

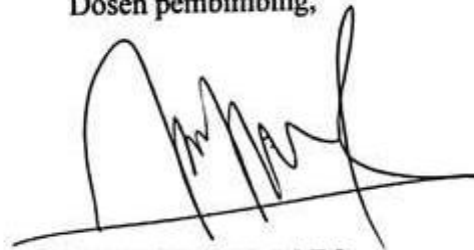
NIM 08010420003

## **HALAMAN PERSETUJUAN**

Surabaya, 1 Maret 2024

**Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji**

Dosen pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Sri Wigati', written over a horizontal line.

Dr. Hj. Sri Wigati, M.E.I  
NIP. 197302212009122001

**LEMBAR PENGESAHAN**  
**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS WARUNG MADURA DI**  
**JALAN KH MAS MANSYUR KAWASAN WISATA RELIGI**  
**SUNAN AMPEL SURABAYA PERSPEKTIF ETIKA BISNIS**  
**ISLAM**

Oleh  
Ahmad Zakaria Nugraha  
NIM: 08010420003

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada  
tanggal 19 Maret 2024 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk  
diterima

**Susunan Dewan Penguji:**

1. Dr. Hj. Sri Wigati, M.E.I.  
NIP. 197302212009122001  
(Penguji 1)
2. Masadah, M.H.I.  
NIP. 197812052006042003  
(Penguji 2)
3. Ahmadun Najah, M.H.I.  
NIP. 197709152005011004  
(Penguji 3)
4. Dra. Susilowati, M.M.  
NIP. 196006131990032002  
(Penguji 4)

**Tanda Tangan:**

  
.....

  
.....

  
.....

  
.....

Surabaya, 19 Maret 2024



Dr. Abdul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I  
197005142000031001



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA  
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300  
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Ahmad Zakaria Nugraha  
NIM : 08010420003  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah  
E-mail address : zakazakaria0123@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi  Tesis  Desertasi  Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Strategi Pengembangan Bisnis Warung Madura di Jalan KH Mas Mansyur Kawasan Wisata

Religi Sunan Ampel Surabaya Perspektif Etika Bisnis Islam

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 4 April 2024

Penulis

(Ahmad Zakaria Nugraha)

## ABSTRAK

Salah satu warung yang banyak terdapat di masyarakat sekitar adalah Warung Madura. Warung Madura ini secara umum memenuhi berbagai kebutuhan masyarakat, bahkan bisa dikatakan segala kebutuhan pokok sehari-hari tersedia disini. Warung Madura memiliki persaingan usaha dengan toko kelontong serupa dan minimarket. Oleh karena itu Penelitian ini berjudul “Strategi Pengembangan Bisnis Warung Madura di Jalan KH Mas Mansyur Kawasan Wisata Religi Sunan Ampel Surabaya perspektif Etika Bisnis Islam”. Rumusan masalah yang diteliti ialah 1.) bagaimana strategi pengembangan bisnis Warung Madura di Jalan KH Mas Mansyur Kawasan Wisata Religi Sunan Ampel Surabaya dan 2.) bagaimana strategi pengembangan bisnis Warung Madura perspektif etika bisnis islam. Tujuannya ialah untuk mengetahui strategi pengembangan bisnis Warung Madura di Jalan KH Mas Mansyur serta untuk mengetahui dalam perspektif etika bisnis islam-nya

Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif dilakukan melalui observasi, dokumentasi dan wawancara kepada penjual Warung Madura yang berjualan di Jalan KH Mas Mansyur Kawasan Wisaata Religi Sunan Ampel Surabaya.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan bisnis Warung Madura yang diterapkan yaitu strategi penetrasi pasar meningkatkan penjualan dengan membuka warung 24 jam nonstop, harga terjangkau untuk masyarakat umum, lokasi penjualan warung madura strategis dan ramai banyak dilewatin orang, memasang banner di depan warung dan memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen. Pengembangan produk Warung Madura menambahkan penjualan bensin eceran, menambahkan produk sesuai minat beli konsumen dan memanfaatkan teknologi pengisian elektronik pulsa, token listrik, ovo, shoope pay, dana, dan lainnya. Pengembangan pasar berjualan di kota-kota besar dan lokasi yang strategis. Berdasarkan analisis etika bisnis islam, yang diterapkan sudah sesuai prinsip-prinsip etika bisnis islam, meliputi tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebajikan/kebenaran/kejujuran.

Bagi penjual Warung Madura di Jalan KH Mas Masnyur Kawasan Wisata Religi Sunan Ampel Surabaya diharapkan untuk terus mempertahankan kualitas pelayanan yang baik sesuai prinsip etika bisnis islam, perlu mencatat secara rinci dan jelas manajemen keuangan dalam pemasukan dan pengeluaran Warung Madura. Diharapkan penjual Warung Madura memanfaatkan teknologi, seperti kasir peletakan uang, struk digital untuk pembeli, dan kebersihan Warung Madura agar pembeli nyaman untuk membeli di Warung Madura

Kata Kunci: Strategi pengembangan bisnis, Etika Bisnis Islam



## **ABSTRACT**

*One of the many stalls found in the surrounding community is Warung Madura. In general, Warung Madura meets various community needs, it could even be said that all basic daily needs are available here. Warung Madura has business competition with similar grocery stores and minimarkets. Therefore, this research is entitled "Warung Madura Business Development Strategy in Increasing Business Income on Jalan KH Mas Mansyur, Sunan Ampel Religious Tourism Area, Surabaya from the perspective of Islamic Business Ethics". The formulation of the problem studied is 1.) what is the business development strategy of Warung Madura in increasing income on Jalan KH Mas Mansyur in the Sunan Ampel Religious Tourism Area, Surabaya and 2.) what is the business development strategy of Warung Madura in increasing income from an Islamic business ethics perspective. The aim is to find out Warung Madura's business development strategy in increasing business income on Jalan KH Mas Mansyur and to find out the perspective of Islamic business ethics.*

*Data collection in this research using qualitative methods was carried out through observation, documentation and interviews with Warung Madura sellers who sell on Jalan KH Mas Mansyur in the Wisaata Religi Sunan Ampel area, Surabaya.*

*The results of this research show that 1.) Warung Madura's business development strategy in increasing business income is implemented, namely the market penetration strategy to increase sales by opening a stall 24 hours non-stop, prices are affordable to the general public, the Madura stall's sales location is strategic and busy with lots of people passing by, installing banner in front of the shop and provide good service to consumers. Product development strategy to add products according to consumer buying interests and utilize electronic charging technology. Market development strategy for selling in big cities and strategic locations. 2.) Based on the analysis of Islamic business ethics, implemented is in accordance with the principles of Islamic business ethics, including monotheism, balance, free will, responsibility, and virtue/truth/honesty.*

*For sellers of Warung Madura on Jalan KH Mas Masnyur in the Sunan Ampel Religious Tourism Area, Surabaya, they are expected to continue to maintain good quality service in accordance with the principles of Islamic business ethics, they need to record in detail and clearly the financial management of Warung Madura's income and expenses. It is hoped that Warung Madura sellers will utilize technology, such as cashiers placing money, digital receipts for buyers, and the cleanliness of Warung Madura so that buyers are comfortable buying at Warung Madura*

*Keywords: Business development strategy, Islamic Business Ethics*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>TRANSLITERASI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi dan Batasan Masalah .....	11
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	11
1.2.2 Batasan Masalah .....	11
1.3 Rumusan Masalah.....	12
1.4 Tujuan Penelitian.....	12
1.5 Manfaat Penelitian .....	13
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	13
1.5.2 Manfaat Praktis .....	13
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>15</b>
2.1 Strategi Bisnis Islam .....	15
2.1.1 Pengertian Strategi bisnis islam.....	15
2.1.2 Prinsip Strategi Bisnis Islam.....	19
2.1.3 Fungsi Strategi Bisnis Islam.....	20
2.2 Strategi Pengembangan Bisnis .....	21
2.2.1 Pengertian pengembangan bisnis .....	21
2.2.2 Aspek Pengembangan Bisnis.....	23
2.3 Etika Bisnis Islam.....	26
2.3.1 Pengertian Etika Bisnis Islam.....	26



2.3.2	Konsep Etika Islam .....	29
2.3.3	Prinsip Etika Bisnis Islam .....	35
2.4	Penelitian Terdahulu .....	39
2.5	Kerangka Konseptual.....	50
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>51</b>
3.1	Jenis Penelitian .....	51
3.2	Tempat atau Lokasi Penelitian.....	52
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	52
3.3	Teknik Pengumpulan Data .....	53
3.4	Teknik Pengolahan Data .....	56
3.5	Teknik Analisis Data.....	57
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>60</b>
4.1	Gambaran Umum Objek .....	60
4.2	Strategi pengembangan Bisnis Warung Madura di Jalan KH Mas Mansyur Kawasan Wisata Religi Sunan Ampel Surabaya .....	71
4.3	Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Warung Madura di Jalan KH Mas Mansyur Kawasan Wisata Religi Sunan Ampel Surabaya perspektif Etika Bisnis Islam .....	86
<b>BAB V PENUTUP.....</b>		<b>100</b>
1.1	Kesimpulan .....	100
5.2	Saran.....	101
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>103</b>

## DAFTAR TABEL

**Tabel 1.1** Minimarket dan toko kelontong yang berjualan di Jalan KH Mas Mansyur 4

**Tabel 3.1** Daftar Narasumber Wawancara ..... 55



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2.1</b> Ansoff Matrix.....	24
<b>Gambar 2.2</b> Kerangka pemikiran .....	50
<b>Gambar 4.1</b> Jalan KH Mas Mansyur Kawasan Wisata Religi Sunan Ampel Surabaya .....	60
<b>Gambar 4.2</b> Warung Madura Ainul Yaqin .....	63
<b>Gambar 4.3</b> Warung Madura Mohammad Fajri Alfaruq .....	64
<b>Gambar 4.4</b> Warung Madura Mohammad Kholiq .....	65
<b>Gambar 4.5</b> Warung Madura Nur Cholis.....	66
<b>Gambar 4. 6</b> Warung Madura Nur Fadilah .....	68
<b>Gambar 4.7</b> Warung Madura Anisa Rahmawati .....	69

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: CV. syakir Media Press.
- Ainul Yaqin, Wawancara, Desember. (2023).
- Amalia, F. (2014). ETIKA BISNIS ISLAM: KONSEP DAN IMPLEMENTASI PADA PELAKU USAHA KECIL. *Etika Bisnis Islam: Konsep Dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil*, 6(1), 116–125. Retrieved from <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/30987>
- Amang, A., Mulyadi, & Prandipta Utama, A. (2023). *Strategi Pengembangan Bisnis*. Yogyakarta: Sulur Pustaka.
- Anisa Rahmawati, Wawancara, Januari. (2024).
- Ardansyah, Patmarina, H., & Sitanggang, D. P. (2023). Pengembangan Umkm Toko Kelontong Konvensional Src Tata Di Bandar Lampung. *Jurnal Pengabdian UMKM*, 2(2), 104–112.
- Arifin, J. (2009). *Etika Bisnis Islam*. Semarang: Walisongo Press.
- Aziz, A. (2013). *Etika Bisnis Perspektif Islam*. Bandung: Alfabeta.
- Badroen, F. (2006). *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Kencana.
- Creswell, J. W. (2015). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Daymon, C., & Holloway, I. (2008). *Metode-Metode Riset Kualitatif Dalam Public Relations & Marketing Communications*. yogyakarta: Bentang.
- Djakfar, M. (2007). *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*. Malang: UIN-Maliki Press.
- Djakfar, M. (2012). *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral*. Jakarta: Penebar Plus.
- Dwiningwarni, S. S., & Amrulloh, A. Z. (2020). Peranan Pengelolaan Dana Desa Untuk Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Di Jombang Jawa Timur. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi dan Keuangan)*, 4(1), 1–20. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2020.v4.i1.4128>
- Fahmi, I. (2013). *Manajemen Strategis Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.

- Faizah, F. N. (2013). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Islam Pada Umkm Mekar Abadi Kabupaten Grobogan. *UIN Walisongo Semarang*, (112411103), Bandung: Alfabeta. Retrieved from <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/3575>
- Fakhrizal, R. Z., Agustin, E. D., & Al Farisi, M. J. (2022). Fungsi Digital Marketing Bagi (Usaha mikro kecil menengah) Warung Madura Di Kawasan Ketintang. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS)*, 1, 784–797.
- Gunawan, C. E. P. (2017). ANALISIS STRATEGI BISNIS PADA PT . OMEGA INTERNUSA SIDOARJO, 5(1).
- Hamzah, Y., & Hafied, H. (2014). *Etika Bisnis Islami*. KRETAKUPA Print Makassar.
- Hasan, A. (2009). *Manajemen Bisnis Syariah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hidayat, M. A. (2023). Mengenal Lebih Jauh Jejaring Bisnis Warung Madura. Retrieved February 27, 2024, from <https://republika.id/posts/44434/mengenal-lebih-jauh-jejaring-bisnis-warung-madura>
- Husain, S., Khattak, J., Rizwan, A., & Latif, M. A. (2013). Matriks ANSOFF, lingkungan, dan pertumbuhan-segitiga interaktif.
- Iffah, M., Sutikno, F. R., & Sari, N. (2011). Pengaruh Toko Modern terhadap Toko Usaha Kecil Skala Lingkungan (Studi Kasus : Minimarket Kecamatan Blimbing , Kota Malang). *Jurnal Tata Kota dan Daerah*, 3, 55–64.
- Indahsari, K., & Wulandari, R. D. (2023). Analisis Pengembangan Pariwisata Halal Pada Destinasi Taman Wisata Laut Desa Labuhan, Kecamatan Sepulu, Kabupaten Bangkalan, Madura. *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam*, 11(1), 45–65. <https://doi.org/10.37812/aliqtishod.v11i1.631>
- J. Erly. (2016). Etika Bisnis Dalam Persepektif Islam. *Jurnal Ummul Qura*, VII(1), 63–74.
- John J. Wild. (2003). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kasmir. (2012). *Analisis Laporan Keuangan. Edisi Pertama Cetakan Kelima*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Khoiri Abdi, M., & Febriyanti, N. (2020). Penyusunan Strategi Pemasaran Islam dalam Berwirausaha di Sektor Ekonomi Kreatif Pada Masa Pandemi Covid-19. *El-Qist : Journal of Islamic Economics and Business (JIEB)*, 10(2), 160–178. <https://doi.org/10.15642/elqist.2020.10.2.160-178>
- Koni, A., Albayan, A., Hatta, I. M., & Kurniawan, W. (2020). Perilaku Pedagang Padi

- Ditinjau Dari Sosiologi Ekonomi Islam Dan Etika Bisnis Islam. *Value : Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 15(2), 215–223.  
<https://doi.org/10.32534/jv.v15i2.1478>
- Kotler, P., & Amstrong, G. (1997). *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 3 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.
- Malau, S. I. P., & Nawawi, Z. M. (2022). Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Sikap Kewirausahaan, 1, 78–84.
- Mohammad Fajri Alfaruq, *Wawancara, Januari*. (2024).
- Mohammad Kholiq, *Wawancara, Desember*. (2023).
- Muhammad Irham Ilahi. (2019). Strategi pemasaran dalam perspektif ekonomi islam terhadap peningkatan penjualan pada toko CHOCOLICIOUS INDONESIA Skripsi.
- Muhzinat, Z., & Achiria, S. (2019). Dampak Keberadaan Minimarket terhadap Toko Kelontong di Pasar Klampis Kabupaten Bangkalan Madura. *IQTISHADIA Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*, 6(2), 203–211.  
<https://doi.org/10.19105/iqtishadia.v6i2.2448>
- Mulyana, D. (2004). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mundir. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. (H. Hasanah, Ed.), *STAIN Jember press*. Jember: STAIN Jember Press.
- Muslich. (2004). *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: Ekosiana.
- Nasional, D. pendidikan. (2008). *Kamus besar bahasa Indonesia (4th ed.)*. Jakarta: Gramedia pustaka utama.
- Nugrahani, farida. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif dalam penelitian pendidikan bahasa*. Deepublish. Retrieved from <http://e-journal.usd.ac.id/index.php/LLT>
- Nur Cholis, *Wawancara, Januari*. (2024).
- Nur Fadilah, *Wawancara, Desember*. (2023).
- Pemerintah Kota Surabaya. (2023). Retrieved October 5, 2023, from <https://surabaya.go.id/id/berita/60749/umkm-surabaya-capai-60-ribu-leb>
- Pemi, & Beni, S. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Toko Sembako Injek Balanja Menggunakan Asset Based Community Development. *Business, Economics and*



- Entrepreneurship*, 3(2), 77–85. <https://doi.org/10.46229/b.e.e..v3i2.317>
- Prananta, K. A. S., & Ayuningsari, A. A. K. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima di Kecamatan Denpasar Selatan. *E-Jurnal EP Unud*, 8(11), 2778–2806.
- R Fauroni, L. (2006). *Etika Bisnis dalam Al-Qur'an*. Yogyakarta: Lkis Printing Cemerlang.
- Radar, S. (2021). Menelusuri Sejarah Jalan KH Mansyur. Retrieved from <https://www.uc.ac.id/library/menelusuri-sejarah-jalan-kh-mansyur-13-habis-meski-berganti-zaman-tetap-jadi-kawasan-ramai-radar-surabaya-23-juni-2021-hal-3-lib-chrisyandi/>
- Rahmadani, S. (2021). Analisis Strategi Pengembangan UMKM dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Desa Padang Brahrang Kec.Selesai Kab.Langkat (Studi Kasus Pada Home Industri Krupuk & Keripik). *Maslahah: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 115–129. <https://doi.org/10.56114/maslahah.v2i3.160>
- Rianti. (2021). Analisis Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam Terhadap Transaksi Jual Beli Pada Marketplace Lazada. *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 1(1). <https://doi.org/10.21154/niqosiya.v1i1.57>
- Rofiki, Putri, A. A., & Zahra, A. N. (2022). Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Warung Madura “Azzam” Rofiki1,. *PT. Mitra Gemilang Otista di Gerendeng Kota Tangerang*.
- Saifullah, M. (2011). ETIKA BISNIS ISLAMI DALAM PRAKTEK BISNIS RASULULLAH. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Sugiyono. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif da R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukirno, S. (2006). *Teori Pengantar Mikro Ekonomi*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Sukmadinata. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Suryana. (2006). *Kewirausahaan: Pedoman Praktis (Kiat dan proses menuju sukses)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Umar, A., Sasongko, A. H., Aguzman, G., & Sugiharto. (2016). Strategi

Pengembangan Bisnis Pada Bisnis Pariwisata. *Jurnal Ekonomi Universitas Esa Unggul*, 7(2), 79225. Retrieved from <https://media.neliti.com/media/publications/79225-ID-strategi-pengembangan-bisnis-pada-bisnis.pdf>

Widiyastuti, A., & Ningtyassari, S. A. V. (2024). Kupas Tuntas Strategi Toko Kelontong Madura untuk Menghadapi Persaingan Bisnis di Yogyakarta, 3(4), 9–16.

Widyastuti, A. (2019). STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KULINER KHAS PATI DALAM UPAYA MENGOPTIMALKAN LABA (Studi pada Warung Nasi Gandul Romantis HS Sardi) Disusun.

Wigati, S. (2014). *Kewirausahaan Islam*. Surabaya: UIN Sunan Ampel Press.

Wiryaatmadja, A. sasqia putri. (2023). STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM WARUNG MADURA DALAM MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN PENGELOLA WARUNG DI KELURAHAN CEMPAKA PUTIH TANGERANG SELATAN, 31–41.

Wulandari, R., Polla, J. R., & Novita. (2016). ANALISIS PENINGKATAN DAYA SAING EKSPOR UMKM CENDERAMATA DI JAKARTA.

Yaqin, A., Fajri, Kholiq, Holis, Anisa, & Fadilah, N. (2024). *Wawancara*.

Yohanna Meilani Putri, Rica Agatha, & Reefadhinta Novta Amelia. (2023). Strategi Bertahannya Warung Kelontong Dalam Gempuran Market Modern. *Jurnal Sosial Humaniora dan Pendidikan*, 2(2), 164–170. <https://doi.org/10.55606/inovasi.v2i2.1423>

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A