KOMUNIKASI SOSIAL SPIRITUAL PEDAGANG MADURA MART DI KOTA SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Surabaya untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.kom)

Oleh
Syaiful Anwar
NIM 04040522136

Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Dakwah Dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya 2025

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Syaiful Anwar

NIM : 04040522136

Prodi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berjudul **KOMUNIKASI SOSIAL SPIRITUAL PEDAGANG MADURA MART DI KOTA SURABAYA.** adalah benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda rujukan dan ditunjukan dalam daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas karya skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya terima dari skripsi tersebut.

Surabaya, 10 Desember 2025
Yang membuat pernyataan,



Syaiful Anwar
04040522136

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Nama : Syaiful Anwar
NIM : 04040522136
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul : Komunikasi Sosial Spiritual Pedagang Madura Mart di Kota Surabaya

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 15 Desember 2025

Dosen Pembimbing

Dr. Agoes Moh. Moefad, SH, M.Si

NIP. 197008252005011004

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Komunikasi Sosial Spiritual Pedagang Madura Mart Di Kota Surabaya

SKRIPSI
Disusun oleh
Syaiful Anwar
04040522136

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata Satu pada tanggal 23 Desember 2025

Tim Penguji,

Penguji I	Penguji II
Dr. Agoes Moh. Moefad, S.H, M.Si.	Dr. Hj. Lilik Hamidah, S.Ag, M.Si.
NIP. 1970082252005011004	NIP.197312171998032002
Penguji III	**Penguji IV**
Advan Navis Zubaidi, S.ST, M.Si.	Ummy Chairiyah, M.I.Kom.
NIP.198311182009011006	NIP.199110132020122021

Surabaya, 29 Desember 2025
Dekan,

Dr. Moch Chotrul Arif, S.Ag. M.Fil.I.
NIP. 197110171998031001

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	: Syaiful Anwar
NIM	: 04040522136
Fakultas/Jurusan	: Fakultas Dakwah Dan Komunikasi / Ilmu Komunikasi
E-mail address	: syaifulxanwar17@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 :

Komunikasi Sosial Spiritual Pedagang Madura Mart Di Kota Surabaya.

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif 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, 02 Februari 2026

Penulis

(Syaiful Anwar)

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji pola Komunikasi Sosial Spiritual yang diterapkan oleh pedagang Madura Mart di Kota Surabaya. Fokus penelitian adalah untuk memahami pentingnya nilai-nilai spiritual dalam praktik dagang serta upaya mempertahankannya di era modern. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif etnografi, data dikumpulkan melalui observasi partisipatif dan wawancara mendalam dengan pedagang di Kelurahan Pegirian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai-nilai spiritual (kejujuran, amanah, solidaritas, keyakinan pada rezeki) menjadi landasan etika dan strategi identitas bisnis yang khas. Nilai-nilai tersebut dipertahankan melalui interaksi sosial yang hangat dan personal, integrasi ritual keagamaan dalam operasional toko (seperti jam buka 24 jam), serta penggunaan simbol-simbol budaya dan agama. Dari perspektif Teori Interaksi Simbolik, praktik komunikasi ini membangun identitas kolektif "pedagang Madura yang religius dan terpercaya". Sementara, dalam pandangan dakwah Islam, hal ini merupakan bentuk dakwah nyata (*dakwah bil-hal*). Kesimpulannya, Madura Mart berfungsi sebagai ruang sosio-spiritual yang dinamis, di mana nilai-nilai tradisional beradaptasi untuk membangun kepercayaan, solidaritas, dan keberlanjutan usaha di tengah masyarakat urban Surabaya.

Kata Kunci: Komunikasi Sosial Spiritual, Pedagang Madura, Madura Mart, Bisnis Ritel, Nilai Spiritual, Etnografi, Interaksi Simbolik, Dakwah Islam, Surabaya.

http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/

ABSTRAK BAHASA INGGRIS

This study examines the patterns of Social Spiritual Communication practiced by traders of Madura Mart in the city of Surabaya. The research focuses on understanding the importance of spiritual values in trading practices and the efforts to maintain them in the modern era. Using a qualitative ethnographic approach, data were collected through participatory observation and in-depth interviews with traders in Pegirian Village. The results show that spiritual values (honesty, trustworthiness, solidarity, belief in divine provision) form the ethical foundation and a distinctive business identity strategy. These values are maintained through warm and personal social interactions, the integration of religious rituals into store operations (such as 24-hour service), and the use of cultural and religious symbols. From the perspective of Symbolic Interaction Theory, this communication practice constructs a collective identity of "religious and trustworthy Madurese traders." Meanwhile, from an Islamic da'wah perspective, it is a form of practical preaching (da'wah bil-hal). In conclusion, Madura Mart functions as a dynamic socio- spiritual space where traditional values adapt to build trust, solidarity, and business sustainability within Surabaya's urban society.

Keywords: Social Spiritual Communication, Madurese Traders, Madura Mart, Retail Business, Spiritual Values, Ethnography, Symbolic Interaction, Islamic Da'wah, Surabaya.

http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/

ABSTRAK BAHASA ARAB

تتناول هذه الدراسة أنماط التواصل الاجتماعي والروحي التي يمارسها بائعو سوق مادورا في سورابايا. ويركز البحث على فهم أهمية القيم الروحية في الممارسات التجارية والجهود المبذولة للحفاظ عليها في العصر الحديث. وباستخدام منهج إثنوغرافي نوعي، جُمعت البيانات من خلال الملاحظة بالمشاركة والمقابلات المعمقة مع البائعين في قرية بيغيريان. وتشير النتائج إلى أن القيم الروحية (الصدق، والأمانة، والتضامن، والإيمان بالرزق) تُشكل أساسًا لهوية تجارية مميزة واستراتيجية أخلاقية فعّالة. ويتم الحفاظ على هذه القيم من خلال التفاعلات الاجتماعية الدافئة والشخصية، ودمج الطقوس الدينية في عمليات المتجر (مثل ساعات العمل على مدار 24 ساعة)، واستخدام الرموز الثقافية والدينية. ومن منظور نظرية التفاعل الرمزي، تُساهم ممارسات التواصل هذه في بناء هوية جماعية لـ"بائعي مادورا المتدينين والأمينين". علاوة على ذلك، ومن منظور الدعوة الإسلامية، يُشكل هذا شكلاً من أشكال الدعوة الملموسة. في الختام، يُمثّل سوق مادورا فضاءً اجتماعيًا روحيًا ديناميكيًا، حيث تتكيّف القيم التقليدية لبناء الثقة والتضامن واستدامة الأعمال داخل المجتمع الحضري في سورابايا.

الكلمات المفتاحية: التواصل الاجتماعي الروحي، تجار مادورا، سوق مادورا، تجارة التجزئة، القيم الروحية، الإثنوغرافيا، التفاعل الرمزي، الدعوة الإسلامية، سورابايا.

http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/

DAFTAR ISI

COVER I

LEMBAR PERSETUJUAN II

LEMBAR PERSEMBAHAN IV

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI ..**ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.**

ABSTRAK VI

ABSTRAK BAHASA INGGRIS VII

ABSTRAK BAHASA ARAB VIII

KATA PENGANTAR IX

DAFTAR ISI X

DAFTAR GAMBAR XII

BAB I PENDAHULUAN 1

A. LATAR BELAKANG 1

B. RUMUSAN MASALAH 5

C. TUJUAN PENELITIAN 5

D. MANFAAT PENELITIAN 5

E. DEFINISI KONSEP 6

F. SISTEMATIKA PEMBAHASAN 10

1. BAGIAN AWAL BERISI JUDUL PENELITIAN (COVER) 10
2. BAB I: PENDAHULUAN 10
3. BAB II: KERANGKA TEORITIK 11
4. BAB III: METODE PENELITIAN 11
5. BAB IV: HASIL PEMBAHASAN 11
6. BAB V: PENUTUP 11

BAB II KAJIAN TEORI 12

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A
http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/

A. KERANGKA TEORITIK 12
B. KAJIAN PERSPEKTIF DAKWAH ISLAM 22
C. PENELITIAN TERDAHULU YANG RELEVAN 28
BAB III METODE PENELITIAN 34
A. PENDEKATAN DAN JENIS PENELITIAN 34
B. SUBJEK PENELITIAN 35
C. JENIS DAN SUMBER DATA 35
D. TEKNIK PENGUMPULAN DATA 37
E. TEKNIK ANALISA DATA 40
F. TEKNIK VALIDITAS DATA 41
BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA 42
A. GAMBARAN UMUM SUBJEK PENELITIAN 42
1. LOKASI PENELITIAN 42
2. SUBJEK PENELITIAN 45
3. KARAKTERISTIK INFORMAN 47
B. PENYAJIAN DATA 50
C. ANALISIS DATA 70
1. PERSPEKTIF TEORETIK 70
2. PERSPEKTIF DAKWAH ISLAM 77
BAB V PENUTUP 83
1. KESIMPULAN 83
2. REKOMENDASI 84
3. KETERBATASAN PENELITIAN 85
DAFTAR PUSTAKA 86
LAMPIRAN 91

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A
http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Bagan Kerangka Teori 13
Gambar 4.1 Peta Wilayah Kelurahan Pegirian 43
Gambar 4.2 Data Jumlah Penduduk Kelurahan Pegirian 44

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/

DAFTAR PUSTAKA

A Latar Belakang, "Adam Sofian, Indikator Kesejahteraan Rakyat, (Jurnal Administrasi Publik, Vol 52,) Hal 08 1" 52 (2023): 1–16.

Ade Rikka Umassari, "Interaksi Simbolik Dalam Proses Komunikasi Jual Beli Ternak 'Marosok' Di Payakumbuh Sumatera Barat," *Jurnal Ilmu Komunikasi* 8, no. 3 (2018): 258–71, http://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/21782.

Adil Fihukmi Farqi, Yuzicha Nindia Safira Revizal, Wisnu Aji, & Tiara Putri Maulida. (2024). Analisis Fenomena Warung Madura 24 Jam Dalam Perspektif Solidaritas dan Pembangunan Ekonomi Modern di Desa Tegalboto, Sumbersari, Jember. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia*, *2*(3), 29–40. https://doi.org/10.61132/jepi.v2i3.640

Amarudin, A. A., Hanandany, A., & Rahmatika, A. N. M. (2025). Implementasi Belief System Dan Etika Bisnis Pada Toko Madura Dalam Pemasaran Ritel Tradisional. *Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial & Hukum*, 3(4), 4784- 4793.

Bagus et al., "Strategi Meningkatkan Kesejahteraan Pengelola Warung Madura Di Kawasan Sidosermo , Surabaya."

Bouziane Zaid et al., "Digital Islam and Muslim Millennials: How Social Media Influencers Reimagine Religious Authority and Islamic Practices," *Religions* 13, no. 4 (2022), https://doi.org/10.3390/rel13040335.

http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/

Clara Margaça et al., "The Role of Spiritual Mindset and Gender in Small Business Entrepreneurial Success," *Frontiers in Psychology* 13, no. December (2022), https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1082578.

FADHILAH, M. S. MANAJEMEN BUDAYA RELIGIUS DALAM MEMBENTUK KARAKTER SISWA DI MI MA'ARIF NU KALISALAK KEBASEN BANYUMAS.

Fauzan, A., & Basya, M. M. ANALISIS PERBANDINGAN ETOS KERJA PEDAGANG TOKO KELONTONG MADURA DENGAN TOKO KELONTONG PRIBUMI LOKAL DI KECAMATAN PRAJURIT KULON DALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH.

Firman, Menne. (2017). *Nilai-nilai Spiritual dalam entitas bisnis syariah* (Vol. 1). Celebes Media Perkasa. Hlm 8

Fitriyah, Nurul. "Etos Kerja Pedagang Muslim Madura (Studi Kasus Pasar Traditional Pakong Pamekasan)." *Proceedings of 4th International Conference on Islamic Studies (ICONIS)*, 2020, 57–68.

Haji et al., *ETOS KERJA PEDAGANG ETNIS MADURA DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM (TOKO MADURA JAYA DI DESA KEDUNGBOTO KECAMATAN PORONG KABUPATEN SIDOARJO) SKRIPSI ETOS KERJA PEDAGANG ETNIS MADURA DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM (TOKO MADURA JAYA DI DESA KEDUNGBOTO K*.

Hariyono, I. A., Wiryanto, F. S., & Fawwaz, M. F. A. (2025). *ETIKA DAN REGULASI PERDAGANGAN DALAM ISLAM KLASIK: RELEVANSI BAGI DUNIA KONTEMPORER*. *24*(12).

Kallang, Abdul, and Uus Uswatussolihah. "Dalam Kajian Dakw Ah Islam Dan Dakwah." *Al-Din: Jurnal Dakwah Dan Sosial Keagamaan* 6, no. 1 (2015): hlm 5.

http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/

Mahmud, & Masalam, F. (2024). Komunikasi Pemasaran Syariah: Sinergi Antara Nilai Religius dan Strategi Branding. *El-Fata: Jurnal of Sharia Economics and Islamic Education*, *3*(2), 270–284.

Marcel Hechler and Denise Fischer-Kreer, "Believe It or Not-Investigating the Impact of Spiritual Capital on Entrepreneurial Passion in Developing and Emerging Economies •," 2022, 292–97.

Muhammad Galih Syukron Abdillah, *Representasi Identitas Budaya Madura Melalui Toko Kelontong Di Jember*, 2024.

Muhammad Rifki Ainul Adha and Siti Hamidah , Eko Murdiyanto, "PERUBAHAN INTERAKSI MASYARAKAT MELALUI KONTAK SOSIAL DAN KOMUNIKASI SOSIAL DI DESA WISATA SINGOSAREN WUKIRSARI KECAMATAN IMOGIRI KABUPATEN BANTUL," *Jurnal Dinamika Sosial Ekonomi* 8, no. 5 (2019): 55.

Muhtar Wahyudi et al., *Identitas Kultural Masyarakat Madura: Tinjauan Komunikasi Antar Budaya*, *Madura: Masyarakat, Budaya, Media, Dan Politik*, 2015.

Muqsi. "Hubungan Dakwah Dan Komunikasi." *Media Kajian Komunikasi Islam* 1, no. 1 (2018): hlm 2

Mustajab, M. (2025). *TARÉTAN DHIBI'SEBAGAI KONSTRUKSI ASHABIYAH ORANG MADURA (Studi Etnografi Solidaritas Sosial Orang Madura di Kotalama Malang)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Malang).

Niluh Wiwik Eka Putri, "Komunikasi Sosial Dalam Mensosialisasikan Penetapan Kebijakan Gubernur Bali Tentang Pembatasan Timbulan Sampah Plastik Sekali Pakai," *Jurnal Nomosleca* 5, no. 1 (2019), https://doi.org/10.26905/nomosleca.v5i1.2783.

http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/

Nurfajriani, W. V., Ilhami, M. W., Mahendra, A., Afgani, M. W., & Sirodj, R. A. (2024). Triangulasi data dalam analisis data kualitatif. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, *10*(17), 826-833.

Pemerintahan Surabaya, "Kelurahan Pegirian," Kelurahan Cinta Statistik (Cantik) Surabaya, accessed November 16, 2025, https://pemerintahan.surabaya.go.id/kelurahan_pegirian.

Puji Hariyanti, "Generasi Muda Muslim Dan Gerakan Sosial Spiritual Berbasis Media Online," *Jurnal ILMU KOMUNIKASI* 13, no. 2 (2017): 165–78, https://doi.org/10.24002/jik.v13i2.671.

Qomariyah, N. (2023). *Teologi Islam Madura: Studi dalam Peribahasa Abhantal Syahadat Asapo' Iman Apajung Allah*. 17.+Fathorrozy,+Nurul+Qomariyah+-+Teologi+Islam+Madura++Studi+dalam+Peribahasa+Abhantal+Syahadat+Asapo'+Iman+Apajung+Allah.pdf

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.

Sandra King Kauanui et al., "Exploring Entrepreneurship through the Lens of Spirituality," *Journal of Management, Spirituality and Religion* 5, no. 2 (2008): 160–89, https://doi.org/10.1080/14766080809518698.

Sulistyowati, Eny, Hendro Rumpoko, and Eko Budiyanto. "Analisis Variabel Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pada Warung Madura." *Jurnal Eksekutif* 20, no. 02 (2024): 282–92. https://doi.org/10.60031/jeksekutif.v20i02.368.

http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/

Suranto Aw, “Implementasi Teori Komunikasi Sosial Budaya Dalam Pembangunan Integrasi Bangsa,” *Informasi* 45, no. 1 (2015): 65, https://doi.org/10.21831/informasi.v45i1.7771.

Syaifudin Zuhri, Moh. Moefad, A., & Maulidatus Syahrotin Naqqiyah. (2025). Social and Spiritual Communication of Togel Gamblers in Surabaya City. *Mediakita*, *9*(1), 169–187. https://doi.org/10.30762/mediakita.v9i1.2870

Tasya Aulia Maghfira and Adi Bayu Mahadian, “Interaksi Simbolik Pengajar Dan Siswa Di Komunitas Matahari Kecil,” *Jurnal Komunikasi Global* 7, no. 1 (2018): 87–104, https://doi.org/10.24815/jkg.v7i1.10540.

Wiryaatmadja, A. S. P. (2023). *Strategi pengembangan UMKM warung madura dalam meningkatkan kesejahteraan pengelola warung di Kelurahan Cempaka Putih* (Bachelor's thesis, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/