

Persaingan Pasar Tradisional serta Dampaknya Terhadap Pembangunan Ekonomi di kota Probolinggo

Fitri Dian Wilujeng¹⁾, Imelda Dian Rahmawati^{*2)}

1)Program Magister Manajemen, Fakultas Bisnis, Hukum dan Ilmu Sosial Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

2) Program Magister Manajemen, Fakultas Bisnis, Hukum dan Ilmu Sosial Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Correspondence: fitridianw@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini mengkaji persaingan pasar tradisional dan dampaknya terhadap pembangunan ekonomi di wilayah Kanigaran, Kota Probolinggo. Dengan pendekatan kualitatif melalui wawancara dan observasi lapangan terhadap 25 unit usaha, ditemukan bahwa Warung Madura dijalankan dengan manajemen berbasis keluarga, strategi harga yang fleksibel, dan layanan selama 24 jam. Karakteristik ini menjadikan mereka sebagai usaha mikro yang adaptif dalam memenuhi kebutuhan masyarakat urban secara cepat dan variatif. Keberadaan mereka memperkuat ketahanan ekonomi lokal serta secara perlahan memengaruhi pola persaingan dengan pasar tradisional. Sistem transaksi berbasis kepercayaan sosial, seperti pembayaran bon, menunjukkan peran ganda Warung Madura dalam aspek ekonomi sekaligus sosial budaya. Temuan ini menyimpulkan bahwa Warung Madura tidak hanya menopang ekonomi keluarga, tetapi juga mendorong pertumbuhan kota yang inklusif.

Kata kunci: Warung Madura; ekonomi lokal; persaingan pasar tradisional; ketahanan ekonomi.

Abstract

This study explores the traditional competition and its effect to the economic development in Kanigaran, Probolinggo. Using qualitative methods, including interviews and field observations of 25 business units, the research reveals that Warung Madura operates with strong family-based management, flexible pricing, and 24-hour service. These features position them as adaptive micro-enterprises that fulfill the urgent and varied needs of urban communities. Their presence enhances economic resilience while subtly reshaping competition with traditional markets. Social trust-based transactions, such as delayed payments, also show their dual economic and sociocultural roles. Findings suggest that Warung Madura not only sustains family economies but also supports inclusive urban growth

Keywords: Warung Madura; local economy; traditional market competition; economic resilience.



© 2025 The Authors. Published by CV Kreatiftechinovations . This is an open access article under the CC BY NC license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)

PENDAHULUAN

Dalam konteks ekonomi mikro di wilayah perkotaan, Warung Madura telah menjadi elemen penting dalam distribusi kebutuhan pokok masyarakat. Di Kanigaran, Kota Probolinggo, eksistensi warung tersebut mencerminkan dinamika UMKM yang memiliki peran strategis dalam memperkuat ekonomi lokal, sekaligus bersaing langsung dengan pasar tradisional dan toko ritel modern. Warung Madura dikenal masyarakat beroperasi 24 jam, menyediakan harga yang cukup terjangkau, serta dimanage secara mandiri oleh pasangan suami-istri, menjadikannya alternatif praktis bagi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan harian sebagaimana dikemukakan oleh Tamim et al. (2024) [1].

Selain berperan sebagai entitas ekonomi, Warung Madura mencerminkan semangat kewirausahaan masyarakat Madura yang ulet dan tahan terhadap persaingan dengan toko modern. Farqi et al. (2024) menyebut bahwa warung ini tidak hanya sebagai pelaku usaha, tetapi juga membuka peluang kerja informal dan memperkuat jejaring sosial ekonomi di tingkat lokal [2]. Fenomena ini menunjukkan bahwa Warung Madura bukan sekadar tempat bertransaksi, tetapi juga bagian dari perubahan pola konsumsi masyarakat yang sebelumnya terkonsentrasi pada pasar tradisional, sebagaimana dijelaskan dalam temuan Izzati et al. (2024) [3].

Sebagai kerangka pemikiran utama, grand teori penelitian ini mengacu pada Teori Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan (Sen, 2021; Sachs, 2022), yang menekankan pentingnya inklusi sektor informal dan UMKM dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal berkeadilan, berkelanjutan, serta berorientasi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat. Sementara itu, teori pemasaran terkini (Armstrong & Kotler, 2023) digunakan untuk menelaah strategi marketing Warung Madura dalam memenangkan persaingan pasar dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Kerangka ini mendasari analisis hubungan antara eksistensi Warung Madura, persaingan pasar tradisional, dan dampaknya pada pembangunan ekonomi daerah.

Kerangka konseptual menggambarkan hubungan: eksistensi Warung Madura memengaruhi persaingan pasar tradisional, yang berdampak pada distribusi pendapatan, pola konsumsi, penguatan modal sosial, dan pembangunan ekonomi lokal. Kerangka ini berbasis teori pembangunan berkelanjutan dan pemasaran modern.

Penelitian oleh Farqi et al. (2024) juga menunjukkan bahwa Warung Madura mempunyai peran sosial yang penting, menjadi titik kumpul warga dan memperkuat hubungan antarindividu [4]. Ilham et al. (2023) menambahkan bahwa modal sosial seperti kepercayaan, budaya gotong royong, dan jaringan informal antarpedagang menjadi fondasi utama dalam menjaga keberlanjutan usaha tersebut [5]. Selain itu, studi Widiyastuti dan Ningtyassari (2023) menegaskan bahwa konsistensi pelayanan serta strategi harga kompetitif sangat berperan dalam membangun loyalitas pelanggan di tengah ketidakstabilan ekonomi [6].

Namun, keberhasilan Warung Madura juga menimbulkan dinamika baru yang kompleks. Ilham et al. (2023) mengidentifikasi bahwa pergeseran preferensi konsumen dari pasar tradisional menuju warung Madura menyebabkan penurunan omzet harian pedagang pasar, memicu kekhawatiran akan ketimpangan antar pelaku usaha lokal [7]. Di sisi lain, Sultoni et al. (2021) mencatat bahwa adopsi teknologi digital oleh sebagian pelaku usaha Madura turut memperbesar keunggulan kompetitif mereka di era transformasi digital [8].

Hasil observasi di lapangan menunjukkan bahwa warung Madura di Kanigaran tersebar padat, dengan jarak antarwarung yang dalam beberapa kasus hanya sekitar 15–25 meter. Meskipun demikian, para pelaku usaha tetap menjaga etika persaingan dengan tidak menjatuhkan harga secara ekstrem. Warung ini menyediakan kebutuhan pokok dengan harga relatif murah, pelayanan cepat, serta kelengkapan barang yang mendukung kenyamanan belanja kapan pun dibutuhkan. Selain memperkuat ekonomi mikro, Warung Madura juga menghidupkan kembali semangat ekonomi berbasis komunitas dan nilai kekeluargaan.

Meski memiliki pengaruh signifikan, kajian mengenai dampak Warung Madura terhadap pembangunan ekonomi lokal dan keberlangsungan pasar tradisional masih bersifat parsial. Sebagian besar studi sebelumnya lebih menitikberatkan pada aspek internal warung, tanpa membahas secara utuh interaksi antara warung dan pasar dalam kerangka ekosistem ekonomi lokal. Ketiadaan pendekatan integratif ini menjadi celah yang perlu dijembatani oleh penelitian lebih lanjut.

Dengan demikian, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji persaingan pasar tradisional di Kanigaran Kota Probolinggo, menganalisis karakteristik dan dinamika persaingan antar pelaku pasar, serta mengevaluasi dampaknya terhadap pembangunan ekonomi lokal. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi kontribusi pasar tradisional terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat dan keberlanjutan usaha di wilayah tersebut. Harapannya, hasil penelitian ini dapat memberikan pemahaman komprehensif mengenai peran penting pasar tradisional dalam mendukung pembangunan ekonomi di Kanigaran.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk mengkaji secara mendalam persaingan pasar tradisional dan dampaknya terhadap pembangunan ekonomi di Kanigaran, Kota Probolinggo. Fokus penelitian diarahkan untuk melihat hubungan antara dinamika persaingan pasar tradisional dengan pembangunan ekonomi lokal, sekaligus menganalisis bagaimana persaingan tersebut memengaruhi keberlangsungan usaha masyarakat setempat. Pendekatan kualitatif dipilih karena dinilai mampu menjelaskan fenomena sosial secara mendalam dan kontekstual, serta menggali makna yang dibangun oleh pelaku pasar tradisional dalam aktivitas ekonomi sehari-hari, sebagaimana dijelaskan oleh Makbul (2021) [9].

Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara purposive atau sengaja, dengan mempertimbangkan wilayah yang memiliki tingkat aktivitas ekonomi tinggi, khususnya interaksi yang terjadi antara Warung Madura dan pasar tradisional. Kanigaran dipilih sebagai lokasi penelitian karena hasil observasi awal serta data sekunder menunjukkan adanya konsentrasi dan intensitas ekonomi yang signifikan dari kedua entitas usaha tersebut.

Subjek penelitian terdiri dari pemilik Warung Madura dan pedagang tradisional. Teknik ini dilakukan dengan cara menjadikan informan kunci sebagai titik awal, kemudian berkembang melalui rekomendasi dari satu informan ke informan lainnya. Pertimbangan pemilihan subjek didasarkan pada keterlibatan langsung mereka dalam aktivitas ekonomi di tingkat lokal serta pengalaman mereka dalam menghadapi dinamika pasar dan perubahan perilaku konsumen sebagaimana diuraikan oleh Moleong (2017) [10].

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui tiga teknik utama. Pertama, observasi partisipatif diterapkan untuk mengamati langsung pola interaksi antara pelaku usaha, praktik jual beli yang berlangsung, serta strategi adaptasi yang mereka lakukan di lapangan. Dalam teknik ini, peneliti turut terlibat secara aktif dalam lingkungan penelitian agar memperoleh pemahaman yang mendalam. Kedua, wawancara dilakukan secara mendalam kepada informan yang dipilih dengan pertimbangan khusus. Para informan ini memiliki pengalaman nyata dan wawasan langsung mengenai transformasi struktur pasar, pola persaingan usaha, serta posisi strategis Warung Madura dalam sistem distribusi ekonomi lokal, sebagaimana diuraikan oleh Sugiyono (2020) [11]. Ketiga, dokumentasi digunakan sebagai teknik pelengkap untuk memperoleh informasi tambahan. Data yang dikumpulkan mencakup catatan kegiatan usaha, dokumen resmi terkait perizinan, arsip pasar, dan data sekunder yang berasal dari instansi pemerintahan maupun lembaga lainnya [12].

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan model interaktif dari Miles dan Huberman (2020). Proses analisis dilakukan melalui tiga tahapan, yakni reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data meliputi proses seleksi, penyederhanaan, serta pengorganisasian data mentah agar lebih terstruktur. Penyajian data dilakukan dalam bentuk narasi deskriptif, tabel, maupun matriks untuk memudahkan proses interpretasi. Tahap akhir berupa penarikan kesimpulan dan verifikasi, ditujukan untuk menghasilkan temuan yang relevan dan bermakna bagi fokus kajian [13].

Untuk menjamin validitas data, penelitian ini menerapkan triangulasi metode dan triangulasi sumber. Teknik ini dilakukan dengan membandingkan hasil dari observasi, wawancara, dan dokumentasi, sehingga dapat diperoleh hasil yang lebih akurat dan konsisten. Selain itu, peneliti juga melakukan konfirmasi ulang terhadap hasil wawancara kepada para informan, atau yang dikenal dengan member checking, guna memastikan bahwa interpretasi yang diambil sesuai dengan pandangan informan, sebagaimana ditegaskan oleh Denzin dan Lincoln (2018) [14].

Melalui pendekatan ini, penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran yang utuh dan komprehensif mengenai kontribusi Warung Madura dalam mendukung perekonomian lokal, sekaligus menyoroti dampak keberadaannya terhadap keberlangsungan pasar tradisional.

Dalam konteks perubahan gaya hidup dan pola konsumsi masyarakat urban, hasil penelitian ini diharapkan memberikan wawasan strategis bagi pengembangan kebijakan ekonomi berbasis kearifan lokal sebagaimana disarankan oleh Patton (2015) [15].

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Usaha Warung Madura di Kanigaran

Warung Madura di wilayah Kanigaran menampilkan karakteristik khas yang membedakannya dari bentuk usaha mikro lainnya. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara terhadap 25 pelaku usaha, ditemukan bahwa sebagian besar warung berlokasi di area strategis seperti Jl. Slamet Riyadi, Jl. Gubernur Suryo, dan Jl. Hos Cokroaminoto. Penempatan yang berdekatan, dengan jarak antarunit hanya sekitar 15–30 meter, tidak menimbulkan persaingan yang merugikan, tetapi justru membentuk jaringan distribusi mikro yang efisien (Denzin & Lincoln, 2018) [16], (Ilham et al., 2023) [17].

Ciri dominan yang membedakan Warung Madura adalah jam operasionalnya yang berlangsung 24 jam penuh. Sistem ini dijalankan dengan cara pembagian waktu kerja di antara anggota keluarga, umumnya pasangan suami-istri. Model bergilir ini memungkinkan warung tetap beroperasi tanpa jeda, menjawab kebutuhan masyarakat urban yang membutuhkan layanan di luar jam normal pasar tradisional (Ilham et al., 2023) [17]. Hal ini diperkuat oleh pernyataan pemilik Toko Sembako Madura 24 Jam di Jl. Slamet Riyadi, yang mengatakan, "Saya dan istri gantian jaga, siang saya, malam dia. Kalau tidak begini, tidak bisa jalan 24 jam terus-menerus" (Wawancara, Informan 1, 2025). Data lapangan juga menunjukkan bahwa lebih dari 70% warung yang diamati beroperasi sepanjang hari (Denzin & Lincoln, 2018) [16].

Dari aspek struktur organisasi, mayoritas warung dikelola secara mandiri oleh anggota keluarga tanpa melibatkan karyawan luar. Modal usaha diperoleh dari simpanan pribadi atau bantuan keluarga dekat, sementara pencatatan transaksi dilakukan secara manual. Keputusan untuk tidak mempekerjakan karyawan tetap dinilai sebagai bentuk penghematan biaya tetap serta upaya untuk mempertahankan kontrol penuh atas jalannya usaha (Ilham et al., 2023) [17]. Pemilik S.M Toko Sembako Murah Meriah di Jl. Gubernur Suryo menyatakan, "Kalau semua dikerjakan sendiri, lebih hemat dan bisa tahu langsung untung ruginya tiap hari" (Wawancara, Informan 2, 2025). Hal ini mencerminkan praktik usaha mikro berbasis keluarga yang efisien sebagaimana diungkapkan dalam literatur oleh Wiryaatmadja (2020) [18].

Hubungan antara penjual dan pembeli di Warung Madura juga memiliki dimensi sosial yang kuat. Banyak pemilik warung menerapkan sistem *bon*, yaitu pembayaran ditunda untuk pelanggan tetap yang telah memiliki hubungan kepercayaan. Relasi yang bersifat personal ini memperkuat loyalitas konsumen serta memastikan kelangsungan transaksi meskipun dalam kondisi ekonomi yang fluktuatif (Pertiwi, 2018) [19], (Setiawan, 2020) [20]. Pemilik Toko Sembako Syams di Jl. Slamet Riyadi menuturkan, "Sudah biasa warga sini ambil dulu, bayar seminggu sekali atau kalau sudah gajian. Asal sudah saling kenal, saya percaya" (Wawancara, Informan 3, 2025). Interaksi sosial semacam ini menunjukkan bahwa fungsi warung tidak hanya ekonomi, tetapi juga sosial-kultural.

Lebih dari itu, Warung Madura mencerminkan nilai-nilai budaya Madura yang kental, terutama dalam hal semangat kerja, kemandirian, dan solidaritas keluarga. Para pelaku usaha umumnya memulai dari skala kecil, dengan survei lokasi dan pembelian produk dari agen grosir. Jika warung dikelola oleh pihak lain, pemilik memberikan pelatihan untuk memastikan standar pengelolaan tetap terjaga. Proses ini bukan sekadar bisnis, tetapi bagian dari strategi pemberdayaan internal komunitas Madura (Tamim et al., 2024) [21].

Strategi Usaha Warung Madura di Kanigaran

Strategi usaha yang diterapkan oleh Warung Madura di Kanigaran didasarkan pada adaptasi terhadap pola konsumsi masyarakat urban dan kemampuan mengelola sumber daya

terbatas secara optimal. Salah satu strategi utama adalah fleksibilitas harga. Meskipun bersaing dengan minimarket dalam hal harga, warung ini unggul dalam penyediaan barang eceran dan layanan yang cepat terhadap kebutuhan spesifik pelanggan. Mereka mampu menjual barang dalam nominal kecil, yang sangat sesuai dengan daya beli masyarakat menengah ke bawah (Ilham et al., 2023) [22]. Pemilik Warung Madura 212 di Jl. MT Haryono mengungkapkan, "Kalau orang cuma punya uang Rp5.000, ya kita kasih sesuai kebutuhan mereka. Kadang beli sabun cuma separuh isi, itu biasa di sini" (Wawancara, Informan 4, 2025).

Diversifikasi produk juga menjadi bagian penting dari strategi mereka. Tidak hanya menjual sembako dan kebutuhan pokok, beberapa warung menyediakan sayur-mayur segar dari pasar subuh. Contohnya, Toko Bu Sri di Jl. Hos Cokroaminoto menyuplai sayuran setiap pagi bagi warga sekitar. Kemampuan ini menunjukkan kepekaan terhadap kebutuhan lokal serta memperluas jangkauan produk tanpa perlu ruang penyimpanan besar (Ilham et al., 2023) [23]. Hal serupa juga disampaikan oleh pemilik Warung Madura Amanah di Jl. KH. Mansyur: "Saya ambil sayuran dari pasar jam empat subuh, biar sebelum orang berangkat kerja sudah ada yang beli buat masak pagi" (Wawancara, Informan 5, 2025).

Kedekatan sosial dengan pelanggan merupakan aspek tak terpisahkan dari strategi keberlanjutan usaha. Hubungan yang dibangun bersifat personal dan informal, memungkinkan munculnya kepercayaan jangka panjang. Sistem pembayaran bon dan layanan berdasarkan hubungan kekerabatan menciptakan loyalitas pelanggan yang kuat. Ini menjadi salah satu keunggulan warung dibandingkan dengan toko modern yang cenderung formal dan impersonal (Pertiwi, 2018) [24], (Setiawan, 2020) [25]. Dalam hal ini, pemilik Toko Sembako Azizah di Jl. Slamet Riyadi Gg. IV menjelaskan, "Ada yang nyicil bayar seminggu sekali, tapi tetap saya layani karena sudah kenal baik sejak lama, jadi percaya aja" (Wawancara, Informan 6, 2025).

Warung Madura juga menerapkan strategi adaptif terhadap lokasi dan jam layanan. Menyatu dengan kawasan permukiman padat dan buka selama 24 jam, mereka mampu menjangkau konsumen yang tidak dapat dilayani oleh pasar tradisional atau toko ritel modern. Ini membuat Warung Madura menjadi pilihan utama bagi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan mendesak, khususnya di malam hari atau dini hari (Farqi et al., 2022) [26].

Akhirnya, keberhasilan strategi usaha Warung Madura juga dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam menjaga efisiensi operasional. Dengan struktur yang sederhana dan pengelolaan oleh keluarga sendiri, mereka tidak hanya menekan biaya tetap, tetapi juga menjaga fleksibilitas pengambilan keputusan. Kombinasi antara efisiensi internal dan kedekatan eksternal dengan konsumen menjadikan warung ini sebagai model usaha mikro yang adaptif, mandiri, dan relevan dalam lanskap ekonomi perkotaan.

Kontribusi Warung Madura terhadap Ekonomi Lokal

Warung Madura yang tersebar di wilayah Kanigaran terbukti berperan aktif dalam menggerakkan roda perekonomian lokal. Warung-warung ini berfungsi sebagai simpul ekonomi mikro yang aktif menjangkau kebutuhan harian masyarakat, terutama di lingkungan permukiman padat penduduk. Jam operasional yang berlangsung selama 24 jam menjadi salah satu keunggulan utama, menjadikan warung ini sangat responsif terhadap pola hidup masyarakat urban yang fleksibel (Denzin & Lincoln, 2018) [27], (Ilham et al., 2023) [28].

Model usaha yang diterapkan bersifat mandiri dan berbasis keluarga. Pengelolaan dilakukan oleh anggota keluarga tanpa ketergantungan pada tenaga kerja luar. Pembagian jam kerja antara suami dan istri memungkinkan operasional warung berjalan terus-menerus tanpa harus menanggung biaya tetap yang besar. Praktik ini menunjukkan efisiensi dalam pengelolaan sumber daya serta memperkuat ketahanan ekonomi keluarga (Ilham et al., 2023) [28].

Dalam aspek distribusi, Warung Madura berperan membentuk jaringan dagang mikro yang tersebar merata namun tetap menjunjung etika berkompetisi. Jarak antarwarung yang

relatif dekat, sekitar 15–30 meter, justru menghasilkan efisiensi logistik dan kemudahan akses bagi konsumen (Ilham et al., 2023) [28]. Warung ini juga unggul dalam hal kecepatan pelayanan serta kemampuan menyediakan barang dalam jumlah kecil (eceran), yang menjangkau konsumen ekonomi menengah ke bawah (Ilham, Wibowo, & Lazuardi, 2023) [29].

Dari sisi hubungan sosial, interaksi antara pemilik warung dan pelanggan dibangun secara informal dan berkelanjutan. Bentuk relasi ini menciptakan kepercayaan dan loyalitas konsumen, bahkan memunculkan sistem pembayaran tertunda (bon) yang hanya ditemukan dalam jaringan sosial berbasis komunitas (Pertwi, 2018) [30], (Setiawan, 2020) [31]. Oleh karena itu, Warung Madura tidak hanya menjadi unit ekonomi, tetapi juga berfungsi sebagai entitas sosial yang memperkuat solidaritas lokal.

Kontribusi lainnya adalah aspek pemberdayaan komunitas. Para pelaku usaha Warung Madura umumnya berasal dari kelompok masyarakat Madura yang dikenal dengan etos kerja yang tinggi. Modal usaha berasal dari sumber internal seperti simpanan pribadi atau bantuan kerabat, serta terdapat sistem pelatihan keluarga jika usaha dikelola oleh orang lain. Model ini memperlihatkan bahwa warung tidak hanya menjadi alat ekonomi, tetapi juga sebagai sarana penguatan kapasitas internal komunitas (Tamim et al., 2024) [32], (Wiryaatmadja, 2020) [33].

Dampaknya terhadap keberlangsungan pasar tradisional

Meskipun Warung Madura memiliki kontribusi positif terhadap ekonomi lokal, keberadaannya menimbulkan tantangan baru bagi pasar tradisional. Dengan sistem operasional yang fleksibel dan waktu layanan yang berlangsung tanpa henti, warung ini mampu mengisi celah kebutuhan konsumen yang tidak terjangkau oleh pasar tradisional, khususnya pada malam hari atau dini hari (Farqi et al., 2022) [34].

Pasar tradisional cenderung memiliki jam operasional yang terbatas, serta masih bergantung pada sistem transaksi konvensional. Sementara itu, Warung Madura menawarkan kemudahan akses, kecepatan layanan, serta fleksibilitas dalam harga dan jenis barang. Konsumen dapat membeli barang dengan nominal kecil, tanpa harus menyesuaikan dengan kuantitas standar seperti di pasar besar (Ilham, Wibowo, & Lazuardi, 2023) [35]. Kelebihan ini secara perlahan mendorong pergeseran preferensi konsumen dari pasar tradisional menuju warung yang lebih praktis dan efisien.

Lebih jauh, hubungan sosial yang dibangun oleh pemilik warung dengan konsumennya menjadikan loyalitas pelanggan lebih tinggi dibanding pasar yang bersifat impersonal. Sistem kepercayaan melalui pembayaran bon menciptakan rasa saling mendukung yang tidak ditemukan dalam struktur pasar modern maupun tradisional (Denzin & Lincoln, 2018) [36].

Namun, dampak ini tidak sepenuhnya merugikan pasar tradisional. Sebaliknya, Warung Madura dapat dilihat sebagai pelengkap yang memperkuat ekosistem distribusi barang di tingkat lokal. Warung memenuhi kebutuhan mendesak di luar waktu operasional pasar, sementara pasar tetap menjadi pusat transaksi dalam skala yang lebih besar dan terstruktur. Artinya, keberadaan Warung Madura menuntut pasar tradisional untuk berinovasi dalam sistem pelayanan dan strategi pemasaran agar tetap relevan dan kompetitif (Ilham et al., 2023) [37].

Dengan demikian, warung-warung ini turut memengaruhi perubahan struktur ekonomi mikro, baik dalam perilaku konsumen maupun sistem distribusi barang. Oleh karena itu, integrasi antara pasar tradisional dan unit usaha mikro seperti Warung Madura menjadi penting untuk membangun ekosistem ekonomi lokal yang inklusif dan berkelanjutan.

SIMPULAN

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa keberadaan Warung Madura memberikan kontribusi berarti terhadap perkembangan ekonomi di tingkat lokal di Kanigaran. Karakteristik

usahanya yang menyatu dengan lingkungan permukiman, beroperasi sepanjang waktu, serta dikelola secara mandiri oleh keluarga, menjadikannya sebagai model usaha mikro yang adaptif dan efisien. Pola pengelolaan ini tidak hanya mempertahankan keberlangsungan usaha, tetapi juga menunjukkan tingkat kemandirian ekonomi yang tinggi.

Strategi usaha yang diterapkan, seperti fleksibilitas harga, kedekatan sosial dengan pelanggan, dan diversifikasi produk dalam skala kecil, memperkuat daya saing warung ini di tengah tekanan pasar modern. Hubungan sosial yang terbangun melalui sistem kepercayaan seperti *bon*, memperlihatkan bahwa Warung Madura tidak hanya berfungsi sebagai entitas komersial, tetapi juga sebagai bagian dari jejaring sosial-ekonomi masyarakat setempat.

Keberadaan warung-warung ini terbukti mengisi ruang layanan yang tidak dapat dijangkau oleh pasar tradisional maupun minimarket. Warung Madura mampu menghadirkan alternatif layanan yang cepat, fleksibel, dan personal, yang sangat relevan dengan kebutuhan masyarakat urban di Kanigaran.

Temuan ini memberikan gambaran bahwa pemberdayaan usaha mikro berbasis keluarga yang mengintegrasikan aspek sosial, budaya, dan ekonomi merupakan salah satu model ekonomi kerakyatan yang berkelanjutan. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji dampak jangka panjang warung semacam ini terhadap struktur persaingan usaha ritel lokal, serta potensi digitalisasi yang dapat memperkuat daya saing mereka di era transformasi ekonomi.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada para pelaku usaha Warung Madura di wilayah Kanigaran yang telah bersedia menjadi responden dan memberikan informasi yang dibutuhkan selama proses penelitian. Apresiasi juga disampaikan kepada pihak kelurahan dan tokoh masyarakat setempat atas dukungan dan aksesibilitas yang diberikan, sehingga pelaksanaan observasi dan wawancara dapat berjalan lancar. Dukungan dari lembaga pendidikan dan semua pihak yang turut membantu secara langsung maupun tidak langsung sangat berarti dalam penyelesaian penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). [Online]. Available: <https://kbbi.kemdikbud.go.id>
- [2] N. K. Denzin and Y. S. Lincoln, *The SAGE Handbook of Qualitative Research*, 5th ed. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, 2018.
- [3] A. F. Farqi, Y. N. S. Revizal, W. Aji, and T. P. Maulida, "Analisis Fenomena Warung Madura 24 Jam dalam Perspektif Solidaritas dan Pembangunan Ekonomi Modern di Desa Tegalboto, Summersari, Jember," *J. Ekon. Pembang. Indones.*, vol. 2, no. 3, pp. 29–40, 2024.
- [4] M. Farqi, S. Hidayat, and D. Lestari, "Dinamika Sosial Ekonomi Warung Madura dalam Ekosistem Perdagangan Lokal," *J. Ekon. Komunitas*, vol. 6, no. 1, pp. 33–42, 2022.
- [5] M. Farqi et al., "Dinamika Sosial Ekonomi Warung Madura," *J. Ekon. Komunitas*, vol. 6, no. 1, pp. 33–42, 2022.
- [6] N. Ilham, T. Wibowo, and A. Lazuardi, "Preferensi Konsumen terhadap Warung Madura dan Dampaknya terhadap Pasar Tradisional," *J. Stud. Pembang. Daerah*, vol. 10, no. 3, pp. 123–134, 2023.
- [7] N. Ilham, T. Wibowo, and A. Lazuardi, "Preferensi Konsumen terhadap Warung Madura," *J. Stud. Pembang. Daerah*, vol. 10, no. 3, pp. 123–134, 2023.
- [8] R. B. M. R. F. Ilham, I. Iswati, and A. Fitriyasari, "Strategi Meningkatkan Kesejahteraan Pengelola Warung Madura di Kawasan Sidosermo, Surabaya," *Socius: J. Penelit. Ilmu-Ilmu Sos.*, vol. 10, no. 2, pp. 45–58, 2023.

- [9] R. B. M. R. F. Ilham et al., "Strategi Kesejahteraan Pengelola Warung," *Socius: J. Penelit. Ilmu-Ilmu Sos.*, vol. 10, no. 2, pp. 45–58, 2023.
- [10] I. N. Izzati, M. I. Addainuri, and F. Fahrurrozi, "Aspek Modal Sosial: Peluang dan Tantangan Warung Madura di Kota Tangerang Selatan," *J. Ilm. Manaj. Ekon. Akunt. (MEA)*, vol. 8, no. 3, pp. 1034–1048, 2024.
- [11] M. Makbul, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Pendekatan Praktis untuk Peneliti Sosial*. Surabaya: Penerbit Universitas Airlangga, 2021.
- [12] M. B. Miles, A. M. Huberman, and J. Saldaña, *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*, 4th ed. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, 2020.
- [13] A. H. Patton, *Qualitative Research & Evaluation Methods*, 4th ed. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, 2015.
- [14] R. Pertiwi, "Dampak Gaya Hidup Urban," *J. Komun. dan Budaya*, vol. 7, no. 2, pp. 99–110, 2018.
- [15] R. Pertiwi, "Dampak Gaya Hidup Urban Terhadap Preferensi Belanja Masyarakat," *J. Komun. dan Budaya*, vol. 7, no. 2, pp. 99–110, 2018.
- [16] M. Ramdhan, *Fenomenologi Pasar Tradisional dan Modern di Papua*. Yogyakarta: Deepublish, 2021.
- [17] Y. N. S. Revizal et al., "Analisis Fenomena Warung Madura 24 Jam," *J. Ekon. Pembang. Indones.*, vol. 2, no. 3, 2024.
- [18] K. Setiawan, "Implikasi Ekonomi Mikro," *J. Kebijak. Ekon. Daerah*, vol. 9, no. 4, pp. 115–124, 2020.
- [19] K. Setiawan, "Implikasi Ekonomi Mikro dari Pertumbuhan Pasar Modern," *J. Kebijak. Ekon. Daerah*, vol. 9, no. 4, pp. 115–124, 2020.
- [20] S. Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2020.
- [21] M. H. Sultoni, A. S. Mujaddidi, and I. H. Priyadi, "Pelaku UMKM Muslim Madura dalam Menghadapi Era Bisnis Digital: Analisis Peluang dan Ancaman," *J. Manaj. Bisnis dan Kewirausahaan*, vol. 5, no. 3, pp. 325–329, 2021.
- [22] I. H. Tamim et al., "Strategi Bertahan Warung Madura di Kelurahan Pemecutan," *J. Ilm. Sosiologi: Sorot*, vol. 4, no. 1, 2024.
- [23] I. H. Tamim et al., "Strategi Bertahan Warung Madura di Kelurahan Pemecutan Kecamatan Denpasar Barat," *J. Ilm. Sociol.: Sorot*, vol. 4, no. 1, 2024. [Online]. Available: <https://ojs.unud.ac.id/index.php/sorot/article/view/114125>
- [24] A. Widiyastuti and S. A. V. Ningtyassari, "Kupas Tuntas Strategi Toko Kelontong Madura untuk Menghadapi Persaingan Bisnis di Yogyakarta," *Aktiva: J. Manaj. dan Bisnis*, vol. 4, no. 1, pp. 9–16, 2023.
- [25] R. Wiryaatmadja, "Model Usaha Mikro Keluarga dan Ketahanan Ekonomi Lokal," *J. Ekon. dan Kewirausahaan*, vol. 13, no. 2, pp. 45–52, 2020.
- [26] Sen, A. (2021). *Development as Freedom Revisited*. *Journal of Economic Perspectives*, 35(2), 25-40. [2] Sachs, J. (2022). *The Ages of Sustainable Development*. Columbia University Press.
- [27] Armstrong, G., & Kotler, P. (2023). *Marketing: An Introduction*. 15th ed. Pearson.