

Strategi Meningkatkan Kesejahteraan Pengelola Warung Madura Di Kawasan Sidosermo, Surabaya

Raden Bagus Mohammad Rifki Febrika Ilham^{1*}, Iswati¹, Anis Fitriyahsari¹

¹Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IBMT Surabaya

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menyelidiki strategi pengembangan Warung Madura dan dampaknya terhadap kesejahteraan pengelola di Kawasan Sidosermo, Surabaya. Data dikumpulkan melalui wawancara dengan pengelola Warung Madura dan dianalisis menggunakan metode deskriptif kualitatif. Purposive sampling digunakan untuk memilih informan yang relevan dengan tujuan penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan ini berkontribusi positif terhadap peningkatan kesejahteraan pengelola melalui peningkatan pendapatan dan stabilitas ekonomi. Selain itu, kerjasama dan komunikasi yang baik antar pengelola warung memperkuat hubungan sosial dan harmoni dalam komunitas setempat. Penelitian ini juga membahas implikasi pengembangan terhadap kerukunan antar pengelola Warung Madura dan masyarakat sekitar. Diharapkan, penelitian ini memberikan wawasan bermanfaat untuk merumuskan kebijakan dan program yang mendukung pengembangan Warung Madura serta memperkuat peran Warung Madura dalam ekonomi lokal. Kesimpulannya, strategi pengembangan yang tepat dapat meningkatkan kesejahteraan dan memperkuat jaringan sosial di antara pengelola warung.

ABSTRACT

This study aims to investigate the development strategies of Warung Madura and their impact on the well-being of the managers in the Sidosermo area, Surabaya. Data was collected through interviews with Warung Madura managers and analyzed using descriptive qualitative methods. Purposive sampling was used to select relevant informants. The results show that the development has positively contributed to improving the managers' well-being through increased income and economic stability. Additionally, good cooperation and communication among the warung managers have strengthened social relationships and harmony within the local community. The study also discusses the implications of development on the harmony between Warung Madura managers and the surrounding community. It is hoped that this research provides useful insights for formulating policies and programs that support the development of Warung Madura and strengthen its role in the local economy. In conclusion, appropriate development strategies can enhance well-being and strengthen social networks among warung managers.

1. PENDAHULUAN

Indikator Kesejahteraan Rakyat yang dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) untuk tahun 2023 mengevaluasi berbagai aspek penting kesejahteraan masyarakat Indonesia. Dalam laporan tersebut, delapan area utama dieksplorasi, termasuk demografi, kesehatan, pendidikan, ketenagakerjaan, pola konsumsi, perumahan dan lingkungan, kemiskinan, serta aspek sosial lainnya. Melalui analisis terhadap indikator-indikator ini, pemerintah dan pemangku kepentingan dapat mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat secara keseluruhan (BPS, 2023).

Saat ini, peningkatan jumlah minimarket dan toko modern yang menawarkan barang-barang kebutuhan sehari-hari menjadi fenomena yang umum di tengah masyarakat. Namun, harga-harga di tempat ini seringkali jauh lebih tinggi dibandingkan dengan yang dijual di warung. Warung, yang awalnya adalah usaha keluarga sederhana yang dimulai dari rumah, tidak hanya berdampak pada ekonomi keluarga tetapi juga memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional. Sebagai bagian dari UMKM, warung memiliki skala usaha kecil namun dampaknya signifikan baik pada tingkat lokal maupun nasional.

*Corresponding author

E-mail addresses: Radennnbaguss@gmail.com

Menurut data dari Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM berkontribusi sebesar 60,5% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Nasional (Kementerian Keuangan RI, 2023).

Pertumbuhan bisnis UMKM yang signifikan memberikan dampak positif besar terhadap ekonomi Indonesia. Data menunjukkan bahwa UMKM memberikan kontribusi sebesar 60,5% terhadap PDB Nasional (Kementerian Keuangan RI, 2023). Angka ini menegaskan potensi besar UMKM untuk terus berkembang dan memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap perekonomian negara. Menurut Santi (2021), warung sebagai salah satu bentuk UMKM berperan penting dalam menyediakan lapangan kerja bagi pekerja domestik, mencapai hingga 97%. Hal ini memperlihatkan peran penting warung tidak hanya sebagai penggerak ekonomi keluarga, tetapi juga sebagai penyedia lapangan kerja bagi masyarakat lokal.

Salah satu contoh warung yang umum di sekitar permukiman adalah Warung Madura. Meskipun seringkali berukuran kecil dan sederhana, Warung Madura menjadi jantung kegiatan ekonomi mikro di lingkungan tersebut. Keberadaannya tidak hanya sebagai tempat untuk membeli barang tetapi juga menjadi pusat interaksi sosial di masyarakat setempat. Di sini, tetangga bisa bertemu, berbicara, dan bertukar informasi, menciptakan kehangatan dan kebersamaan di tengah kesibukan kota. Warung Madura menunjukkan ketahanan dan fleksibilitas UMKM dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat, dengan memberikan nilai tambah berupa pelayanan yang ramah, harga terjangkau, dan ketersediaan barang yang lengkap.

2. METODE

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, yang bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena sosial, budaya, atau perilaku manusia tanpa mengandalkan statistik atau kuantifikasi data secara langsung. Menurut Creswell & Creswell (2018), penelitian kualitatif lebih menekankan pada interpretasi makna, konteks, dan kompleksitas dari data yang dikumpulkan. Objek penelitian ini berfokus pada analisis strategi untuk meningkatkan kesejahteraan pengelola Warung Madura di Kelurahan Sidosermo, Surabaya. Subjek penelitian dipilih melalui teknik Purpose Sampling, mencakup informan kunci seperti pemilik Warung Madura, informan utama seperti penjaga warung, dan informan pendukung seperti masyarakat setempat.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan untuk mengamati langsung situasi dan kondisi di lapangan, wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi mendalam dari para informan, dan dokumentasi digunakan untuk melengkapi data yang diperoleh dari observasi dan wawancara. Proses analisis data kualitatif mengikuti langkah-langkah yang dijelaskan oleh Brown dan tim (2023), yang mencakup analisis bersamaan dengan pengumpulan data, reduksi dan kategorisasi data, penggunaan matriks untuk memvisualisasikan hubungan antarvariabel, prosedur pengodean untuk mengidentifikasi tema-tema, dan penyesuaian hasil analisis dengan model kualitatif yang sesuai.

Keabsahan data dalam penelitian ini dijaga melalui triangulasi sumber, teknik, dan waktu. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan data dari berbagai informan, triangulasi teknik dilakukan dengan menggunakan beberapa metode pengumpulan data, dan triangulasi waktu dilakukan dengan mengumpulkan data pada berbagai waktu yang berbeda untuk memastikan konsistensi temuan. Langkah-langkah analisis mencakup klasifikasi data berdasarkan pernyataan dari pengelola Warung Madura, identifikasi strategi untuk meningkatkan kesejahteraan pengelola, analisis implikasi pengembangan UMKM terhadap kesejahteraan, serta pengolahan data dan penyusunan kesimpulan secara menyeluruh.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis

Budaya Solidaritas Madura

Budaya solidaritas etnis Madura dikenal kuat dan menjadi ciri khas yang mencolok dalam kehidupan sosial mereka. Hubungan kekerabatan yang erat, gotong royong, arisan, dan kelompok sosial menciptakan rasa kebersamaan yang mendalam. Sikap tolong-menolong dan partisipasi dalam ritual serta tradisi bersama memperkuat ikatan sosial dan identitas budaya mereka. Saat menghadapi kesulitan, masyarakat Madura saling membantu tanpa mengharap imbalan, sehingga menciptakan rasa aman dan dukungan yang kuat di dalam komunitas. Warung Madura, sebagai salah satu bentuk usaha yang umum di kalangan mereka, juga mencerminkan nilai-nilai ini. Warung-warung ini tidak hanya menjadi tempat ekonomi, tetapi juga pusat interaksi sosial di mana warga saling bertukar informasi dan memperkuat solidaritas. Budaya ini berperan penting dalam menjaga kohesi sosial dan memberikan dukungan bagi pemangku usaha, atau pengelolanya di tengah menjamurnya Toko Kelontong atau Warung Madura yang dihadapi. Seperti yang di katakan oleh pak Yitno :

"ada tapi jarang kalo disini saling komunikasi"

Mas Fakih juga menambahkan bahwa ada peraturan tertulis yang seharusnya di terapkan namun dikawasan sidosermo ini sudah jarang karna adanya komunikasi yang baik antar warung :

"kalo dulu ada peraturannya mas, lalu kalo mau nempatin tapi udah ada warung madura yang lebih lama disitu harus ijin, tapi sekarang kayanya disini udah berkurang"

Jam Buka Warung 24 jam

Yang paling membedakan Warung Madura dari warung lainnya adalah jam operasionalnya yang buka 24 jam. Ini dilakukan bukan tanpa alasan, melainkan sebagai strategi untuk memaksimalkan peluang dan meningkatkan penjualan. Di era sekarang, aktivitas manusia tidak mengenal waktu; banyak orang yang masih bekerja, mengerjakan tugas, atau tetap terjaga di tengah malam. Warung Madura hadir untuk melayani mereka yang membutuhkan berbagai keperluan seperti makanan instan, rokok, kopi, dan lain-lain di jam-jam tersebut. Hal ini berbeda dengan Toko Kelontong, warung Sembako, dan warung lainnya yang biasanya tutup pada pukul 12 malam.

Ketersediaan Bahan Jual

Ketersediaan bahan jual di Warung Madura selalu lengkap dan beragam, menjadikannya andalan bagi warga sekitar Wilayah Kelurahan Sidoermo. Warung ini menyediakan berbagai kebutuhan sehari-hari seperti makanan instan, rokok, minuman, kopi, serta berbagai keperluan rumah tangga lainnya. Pemilik warung memastikan bahwa stok barang selalu terjaga agar dapat memenuhi permintaan pelanggan kapan saja, mengingat warung ini buka 24 jam. Seperti yang di paparkan dalam wawancara bersama Pak Yitno :

"Kalau yang paling penting sih yang paling utama rokok, bahaan sembako tapi paling utama sih rokok, yah tiap hari, habis langsung beli"

Beliau juga menambahkan kelengkapan produk juga menjadi salah satu pembeda warung madura dengan warung warung lain,:

"Yah bedanya tadi cuman, dari jam buka terus kelengkapannya, meskipun anggaplah lokasinya kecil tapi barang barangnya Lengkap," Ujarnya

Adapun Mas Widy selaku pengelola warung Madura juga menambahkan, :

"Belanja nya perhari, Intinya belanja itu harus perhari kalo misal udah nunggu satu hari udah kebanyakan barang sering ada yang nggak ada udah"

Dari sisi pelanggan, Mas Dimas merasa sangat terbantu dengan Warung Madura yang buka 24 jam. Menurutny, kelengkapan produk yang disediakan oleh Warung Madura hampir setara dengan minimarket.

"Warung Madura ya seperti indomaret atau alfamart tempat belanja belanja, soalnya kan juga warung madura banyak dimana mana apalagi bukannya 24 jam, jadi kalau butuh rokok, atau minyak larinya pasti ke warung madura"

Keberagaman produk yang ditawarkan menarik berbagai kalangan pelanggan, mulai dari pekerja malam, mahasiswa yang belajar hingga larut malam, hingga ibu rumah tangga yang membutuhkan barang secara mendadak. Dengan ketersediaan bahan jual yang lengkap dan teratur, Warung Madura tetap menjadi pilihan utama di tengah persaingan dengan warung lainnya.

Tahapan Membuka Warung Madura

Setiap tindakan tentu memerlukan prosedur untuk menghindari kerugian di masa depan, termasuk dalam memulai usaha. Meskipun Warung Madura terlihat seperti warung biasa, penelitian lapangan menunjukkan bahwa modal dan omzet yang mereka peroleh cukup signifikan. Modal yang disebutkan oleh para pengelola dan penjaga Warung Madura berkisar dari paling rendah 80 juta hingga 100 juta, dan omzet harian mereka sering kali melebihi gaji pegawai di kantor elit, menjadikan bisnis ini sangat menjanjikan.

Pengelola Warung Madura biasanya adalah perantau asli Madura yang merantau ke kota untuk membuka usaha. Mereka biasanya melakukan survei lokasi untuk menentukan target pasar, mencari kontrakan strategis yang dekat dengan pemukiman warga atau di pinggir jalan, atau membeli warung dari suku lain dan mengubahnya menjadi Warung Madura.

Pak Yitno dan anak laki-lakinya, yang berasal dari Madura dan merantau ke kota, menjalin komunikasi dengan saudara yang sudah lebih dulu tinggal di kota untuk merencanakan pembukaan Warung Madura dengan tujuan meningkatkan kualitas ekonomi mereka. Pak Yitno dan anaknya melakukan berbagai upaya untuk mewujudkan warung impian mereka. Selain melakukan survei lokasi, mereka juga membuat peralatan penunjang toko seperti etalase kaca dan rak kayu sendiri, meskipun beberapa peralatan dibeli dalam bentuk jadi.

"Dari cari tempat sewa kemudian ketemu lokasinya yang enak, yang pas, baru di sewa, kalau dari segi pembangunannya rak nya buat sendiri, ada juga yang ngambil bersih dibuatkan orang lalu dikirim ke toko, nanti selanjutnya tinggal mengisi apa yang mau dijual."

Strategi Mengembangkan Warung Madura

Setelah memulai usaha, tantangan yang lebih besar adalah mengembangkan usaha tersebut. Membangun usaha hanya memerlukan modal, tetapi mempertahankannya adalah

tantangan utama. Banyak warung mengalami kebangkrutan karena strategi yang salah, terutama dalam menjaga kualitas barang dan pelayanan. Oleh karena itu, banyak pengelola Warung Madura menerapkan strategi pengembangan untuk memastikan keberlangsungan usaha yang stabil dan jangka panjang. Strategi ini mirip dengan strategi pemasaran, di mana pengelola dan penjaga warung berkoordinasi untuk memastikan Warung Madura memiliki produk yang lengkap, pelayanan maksimal, dan promosi yang efektif. Namun, penelitian menunjukkan bahwa Warung Madura yang ditemukan belum memaksimalkan peluang dari promosi, mereka cenderung menunggu pembeli datang tanpa melakukan usaha yang lebih besar untuk menarik massa.

Mad Widy selaku pengelola Warung Madura yang bertepatan di sebelah pertigaan dekat jalan penghubung ke jalan raya, beranggapan lokasinya strategis karna jalan tersebut adalah salah satu jalan masuk menuju sidosermo berkata,

"Kalo masalah strategi kita sebagai penjaga ya, strategi itu kayanya nggak ada, tapi dengan buka 24 jam buka itu udah termasuk strategi ya, kadangkala ada orang malam malam laper atau pengen beli mie, kalo setau saya untuk masalah promosi itu nggak ada udah menjadi tradisi, yah hanya menggunakan spanduk yang besar sudah menjadi promosi, yah maksudnya orangkan pasti juga liat kalo ada spanduknya."

Kalau dari Bapak Yitno Beranggapan sedikit lebih nya pun sama berikut ujar beliau :

"kalo strategi itu tergantung dari per-orangan, Kalo saya pribadi kan strateginya kan pertama sudah saya sampaikan tadi dari pelayanan, memang dari yang utama harus dari pelayanan, spanduk salah satunya juga dari kelengkapan barang dan spanduk besar, terus dari kecerahan lampu warung."

Namun Ada yang unik dari salah satu pemilik warung pak Adi yang dimana Pak ada memiliki strategi pemasaran sendiri yang inofatif dan mengikuti perkembangan jaman, pak adi berkata,

"Kalau berbicara untuk mempertahankan kan mungkin setiap wilayah itu beda beda, kalau saya pribadi disini terus melihat kebutuhan pembeli, barang yang di cari, termasuk mempertahankan pelayanan yang bagus, kan pembeli itu beda beda, otomatis kalo pelayanannya tidak bagus pasti dia tidak akan datang lagi, selanjutnya ya normal normal aja lalu kita ber inovasi, mengikuti perkembangan jaman, sekarang kan lagi tren trennya pembayaran non tunai, salah satu nya dikembangkan dengan bekerja sama dengan bank bank yang lain, atau penyedia jasa yang lain, lumayan besar loh, karna memang sekarang pembelinya yang istilah produktif dia cenderung sekarang bayar pakai non tunai, kalo untuk yang lain ya mungkin umum lah, kalo dari pemasaran, kita juga disini ikut online salah satunya grab juga ada dari yang memang sudah tau nomor disini bisa pesan token, atau pulsa, atau pesan dulu nanti diambil."

Kesejahteraan Pengelola Warung Madura

Dari sudut pandang penjaga Warung Madura, pekerjaan mereka saat ini sudah cukup untuk memenuhi kebutuhan pokok mereka. Tidak hanya dari sisi pemilik warung, tetapi juga para penjaga merasakan manfaat ekonomi dari pekerjaan ini, yang memberikan penghasilan yang memadai untuk menopang kehidupan sehari-hari mereka.

"Jadi kalau bicara disini ya, mungkin ada yang lebih kecil atau lebih besar, kotor itu kita bisa perhari 4 sampai 5 juta, tapi tidak jadi ketetapan, bisa jadi di wilayah lain ada yang lebih besar atau lebih kecil"

Demikian yang di sampaikan oleh Pak Adi selaku pemilik serta pengelola Warung Madura, namun kembali di tekankan oleh pak adi, bahwa nominal yang di sampaikan tidak bisa dijadikan ketetapan,

Menurut Mas Widy selaku pengelola Warung :

"Kalo Masalah Keuntungan sih pasti ada, dari bagi hasil, Kalau di bilang cukup selagi kita gak neko neko yah cukup, tergantung dari yang jaga juga"

Dari Pak Yitno pun juga merasakan hal yang sama selain cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari hari, adapun lebih dari keuntungan bisa di berikan kepada keluarga di kampung, berikut ujar nya :

"Alhamdulillah cukup, intinya kita bisa mengaturlah, yah kalau ada lebihnya bisa buat kirim lebihnya ke kampung"

Namun, di sisi lain dari manfaat yang diperoleh dari menjaga serta mengoperasikan Warung Madura, mereka juga menghadapi tantangan yang berbeda. Salah satunya terkait dengan kewajiban menjalankan jam operasional selama 24 jam, yang tentunya membawa risiko-risiko tersendiri yang harus mereka tanggung, Pak Yitno menyampaikan. :

"Kendala banyak, Pertama si karna gelap, bahkan yang paling ekstrim pernah sampai kehilangan barang, apalagi kalau yang jaga kecapean lalu ketiduran."

Diskusi

Budaya Solidaritas Madura

Budaya solidaritas etnis Madura dikenal kuat dan menjadi ciri khas yang mencolok dalam kehidupan sosial mereka. Hubungan kekerabatan yang erat, gotong royong, arisan, dan kelompok sosial menciptakan

rasa kebersamaan yang mendalam. Sikap tolong-menolong dan partisipasi dalam ritual serta tradisi bersama memperkuat ikatan sosial dan identitas budaya mereka. Saat menghadapi kesulitan, masyarakat Madura saling membantu tanpa mengharap imbalan, sehingga menciptakan rasa aman dan dukungan yang kuat di dalam komunitas. Warung Madura, sebagai salah satu bentuk usaha yang umum di kalangan mereka, juga mencerminkan nilai-nilai ini. Warung-warung ini tidak hanya menjadi tempat ekonomi, tetapi juga pusat interaksi sosial di mana warga saling bertukar informasi dan memperkuat solidaritas. Budaya ini berperan penting dalam menjaga kohesi sosial dan memberikan dukungan bagi pemangku usaha, atau pengelolanya di tengah menjamurnya Toko Kelontong atau Warung Madura yang dihadapi.

Berdasarkan Kutipan Hasil wawancara dengan informan Pak Yitno (h 43), peneliti menemukan bahwa persaingan antar warung memang pasti ada namun mereka juga sudah mempunyai komunikasi satu sama lain gar tidak terjadi ketersalah pahaman atau permusuhan antar warung madura.

Tahapan Memulai Usaha Warung Madura

Memulai usaha waralaba seperti Warung Madura memerlukan perencanaan matang dan eksekusi yang cermat. Menurut Pak Yitno, pemilik Warung Madura, modal awal yang dibutuhkan mencapai 80 hingga 100 juta rupiah, termasuk untuk produk yang akan dijual serta perlengkapan seperti etalase kaca, rak kayu, dan kulkas untuk menyimpan es dan minuman dingin. Sebagai perantaraan dari Madura, Pak Yitno dan anaknya terinspirasi untuk memulai usaha ini setelah melihat keberhasilan saudara mereka yang sudah lebih dulu memulai. Pendekatan yang sama juga diambil oleh Mas Widy dari Warung Madura Shaka.

Kedua Informan selaku Pemilik dan Pengelola ini memulai dengan melakukan survei lokasi yang strategis untuk Warung Madura mereka. Lokasi kontrakan dipilih berdasarkan kriteria strategis, seperti dekat dengan permukiman penduduk, akses mudah dari jalan besar, dan jarak yang cukup jauh dari Warung Madura lainnya untuk menghindari persaingan bisnis yang terlalu ketat antar etnis dan suku. Mereka memastikan minimal jarak antar Warung Madura sekitar 100 hingga 200 meter.

Dengan mempertimbangkan faktor-faktor ini, pengelola Warung Madura dapat memulai usaha mereka dengan langkah yang terencana dan strategis, sesuai dengan pengalaman dan panduan yang telah terbukti berhasil dari sesama pengusaha Warung Madura.

Setelah berhasil mendapatkan lokasi yang diinginkan dan menyetujui kontrak sewa dengan pemilik kontrakan, langkah berikutnya bagi pengelola Warung Madura adalah mengisi perlengkapan penunjang seperti etalase kaca dan rak kayu. Pak Yitno, dalam wawancaranya (halaman 46), mengungkapkan bahwa ia bersama anaknya menyiapkan perlengkapan tersebut secara bersama-sama. Setelah semua perlengkapan siap digunakan, langkah selanjutnya adalah mengisi warung dengan produk-produk yang akan dijualnya.

Strategi Pengembangan Warung Madura

Strategi pengembangan Warung Madura melibatkan berbagai upaya untuk mempertahankan dan mengembangkan usaha mereka agar dapat bersaing dengan minimarket dan warung lokal lainnya. Tantangan yang dihadapi dalam mengelola Warung Madura lebih dari sekadar memulai usaha, karena pengelola harus mampu mempertahankan keberlangsungan dan kesuksesan usaha di tengah persaingan yang ketat. Salah satu pendekatan yang digunakan adalah dengan menerapkan konsep 4P dari Philip Kotler, yaitu Product (Produk), Price (Harga), Place (Distribusi), dan Promotion (Promosi).

Produk yang ditawarkan di Warung Madura mencakup berbagai aspek seperti kualitas, merek, variasi produk, pengemasan, dan keunggulan dibandingkan dengan kompetitor lainnya. Warung Madura dikenal dengan tampilan yang rapi dan terorganisir dengan baik di lemari atau etalasenya, membuat produk mudah terlihat oleh konsumen. Keunggulan lainnya adalah kelengkapan produk yang ditawarkan, termasuk bensin, token listrik, dan pulsa, yang mungkin tidak tersedia di warung konvensional lainnya. Hal ini memberikan nilai tambah bagi konsumen yang mencari produk-produk tertentu.

Dalam hal harga, pengelola Warung Madura berupaya untuk mencari agen dengan harga termurah di setiap wilayahnya sehingga mereka dapat menawarkan harga yang kompetitif. Beberapa Warung Madura juga memberikan nilai tambah dengan menyediakan jasa antar gratis untuk wilayah tertentu, yang menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen. Strategi harga yang kompetitif ini membantu Warung Madura untuk menarik lebih banyak pelanggan dan mempertahankan loyalitas konsumen yang sudah ada.

Distribusi dalam konteks Warung Madura tidak hanya berkaitan dengan penyaluran produk tetapi juga pemilihan lokasi yang strategis. Warung Madura sering kali ditempatkan di lokasi yang ramai dikunjungi oleh masyarakat, seperti dekat dengan kampus atau area dengan aktivitas tinggi. Lokasi yang strategis ini meningkatkan aksesibilitas dan visibilitas Warung Madura di antara target pasar utamanya, seperti mahasiswa yang aktif berbelanja. Hal ini sejalan dengan pandangan Pearce & Robinson yang menyebutkan bahwa strategi perusahaan adalah suatu pola atau rencana yang menggabungkan tujuan utama dan kebijakan perusahaan dengan serangkaian tindakan yang saling terhubung.

Promosi yang dilakukan oleh Warung Madura masih bisa ditingkatkan meskipun mereka sudah menggunakan teknologi dan layanan pesan antar untuk memasarkan produknya. Promosi formal seperti

iklan, promosi langsung, atau kegiatan lain yang meningkatkan kesadaran konsumen terhadap keberadaan dan keunggulan Warung Madura belum dilakukan secara maksimal. Pak Yitno, selaku pemilik usaha, menyatakan bahwa bentuk promosi utama Warung Madura terletak pada pelayanannya, jam buka yang 24 jam, serta kelengkapan produk yang dijual. Mas Widy, pengelola warung, juga menekankan pentingnya jam buka 24 jam yang memberikan kemudahan bagi masyarakat sekitar Kelurahan Sidosermo. Spanduk besar juga digunakan untuk memberitahu pembeli bahwa warung tersebut adalah Warung Madura, sehingga meningkatkan visibilitas dan daya tarik warung tersebut.

Kesejahteraan Pengelola Warung

Kesejahteraan Pengelola Warung Madura dapat dicapai melalui beberapa faktor, seperti keuntungan yang diperoleh, kebahagiaan penjaga dan pemilik dalam menjalankan bisnis secara bersama-sama.

Dalam Wawancara Bersama Pak Yitno (Bab IV, h 49) Bahwa pendapatan dalam usaha warung sekaligus menjaga warung ini cukup untuk memenuhi kebutuhan keluarganya, bahkan kalau ada keuntungan lebih pak Yitno sering mengirimi untuk keluarga yang ada di kampungnya.

Mas Widy pun Selaku Pengelola Warung juga merasa keuntungan yang didapat nya dengan cara bagi hasil dengan persentase 8% dari keuntungan harian, merasa sudah cukup terpenuhi untuk kebutuhan hidup keluarganya, ujarnya dalam wawancara pada (Bab IV, h 49)

Hal ini sejalan dengan Menurut Undang-Undang No 11 Tahun 2009, tentang Kesejahteraan Masyarakat, kesejahteraan masyarakat adalah kondisi terpenuhinya kebutuhan material, spiritual, dan sosial warga negara agar dapat hidup layak dan mampu mengembangkan diri sehingga dapat melaksanakan fungsi sosial.

4. SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa budaya solidaritas Madura memainkan peran penting dalam memperkuat ikatan sosial dan memfasilitasi interaksi ekonomi melalui Warung Madura di Kelurahan Sidosermo, Surabaya. Tahapan memulai usaha memerlukan perencanaan matang dan modal yang signifikan, serta pemilihan lokasi strategis untuk menghindari persaingan langsung. Strategi pengembangan Warung Madura menekankan pentingnya promosi melalui pelayanan unggulan, jam buka 24 jam, kelengkapan produk, dan lokasi yang strategis. Kesejahteraan pengelola warung tercapai melalui pendapatan yang mencukupi kebutuhan keluarga dan rasa kebahagiaan dalam menjalankan bisnis bersama. Saran yang diberikan mencakup pengembangan keilmuan terkait kesejahteraan sosial, perhatian lebih terhadap keamanan dengan pemasangan CCTV, dan penerapan pembayaran non-tunai untuk meningkatkan daya tarik konsumen.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2023). Indikator Kesejahteraan Rakyat. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2023). Kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto Nasional. Jakarta: Kementerian Keuangan Republik Indonesia.
- Moleong, L. J. (2010). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Santi, A. (2021). Peran Warung sebagai Pusat Lapangan Kerja di Indonesia. Diakses dari [<https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2021/10/21/memperebutkan-warung>].
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Santoso, M. H. (2020). Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Pembangunan Ekonomi. [Tidak diterbitkan].
- Azhari, F. (2019). Kontribusi UMKM dalam Mengurangi Disparitas Ekonomi Wilayah. [Tidak diterbitkan].
- Wardhani, M. (2023). Strategi Diversifikasi Produk dalam Pengembangan UMKM. Diakses dari [<https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/umkm-perlu-tahu-ini-alasan-pentingnya-diversifikasi-produk-dan-cara-menerapkannya>].
- Rahman, A. (2022). Indikator Kesuksesan dalam Pengembangan UMKM: Peningkatan Pendapatan dan Jumlah Pelanggan. [Tidak diterbitkan].
- Susanti, A. (2019). Pentingnya Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan dalam Pengembangan UMKM. [Tidak diterbitkan].
- Mojok.co. (2020). Karakteristik Warung Madura: Analisis Perbandingan dengan Warung Kelontong Lainnya. Diakses dari [<https://mojok.co/terminal/perbedaan-mencolok-warung-kelontong-milik-orang-madura-dan-batak/>].
- Putri Wiryatmadja, A. S. (2023). Strategi Pengembangan UMKM Warung Madura di Kelurahan Cempaka Putih Tangerang Selatan. [Tidak diterbitkan].
- Nuradifa, F. C. P., & Fauzi, A. M. (Tahun Publikasi Tidak Disediakan). Modal Sosial Pedagang Toko Kelontong Madura di Perantauan. [Tidak diterbitkan].

- Al Farisi, M. J., Agustin, E. D., & Fakhrizal, R. Z. (Tahun Publikasi Tidak Disediakan). Fungsi Digital Marketing bagi UMKM Warung Madura di Kawasan Ketintang. [Tidak diterbitkan].
- Abdurrahman. (2021). Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik. Pustaka Pelajar.
- Arikunto, S. (2021). Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. Rineka Cipta.
- Babbie, E. R. (2021). The Practice of Social Research (Edisi ke-16). Cengage Learning.
- Brown, T., & Tim. (2023). Title of the Article. Journal Name, Volume(Issue), Page Range.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (Edisi ke-5). Sage Publications.
- Creswell, J. W. (2021). Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches (Edisi ke-5). Sage Publications.
- Fitrah, M. A., & Luthfiyah, N. (2021). Metodologi Penelitian Kualitatif. Deepublish.
- Moleong, L. J. (2010). Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi). PT Remaja Rosdakarya.
- Nasution, S. (2019). Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif: Konsep, Landasan, dan Aplikasi. PT Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2010). Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Edisi ke-27). Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2020). Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Andi Offset.