

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Dalam beberapa tahun terakhir, keberadaan Warung Madura semakin mudah dijumpai di berbagai daerah di Indonesia. Warung Madura tidak hanya berkembang di wilayah perkotaan, tetapi juga telah menjangkau kawasan pedesaan dengan karakteristik usaha yang khas. Dibandingkan warung kelontong pada umumnya, Warung Madura dikenal memiliki jam operasional yang panjang, menyediakan kebutuhan sehari-hari secara lengkap, melayani pembelian dalam jumlah kecil maupun besar, serta menawarkan pelayanan yang cepat dan fleksibel. Karakteristik tersebut menjadikan Warung Madura memiliki daya tarik tersendiri di tengah perkembangan usaha ritel di Indonesia.²

Salah satu wilayah yang menunjukkan perkembangan Warung Madura adalah Desa Plosokandang Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung. Berdasarkan hasil observasi peneliti, terdapat sebelas Warung Madura yang beroperasi di desa tersebut. Jumlah tersebut menunjukkan bahwa Warung Madura memiliki eksistensi yang cukup kuat sebagai usaha ritel skala kecil yang mampu memenuhi kebutuhan masyarakat sekitar. Keberadaan Warung Madura juga didukung oleh lokasi

² Dwika Putri Pameling Gustrina Sari² Nor Faradea Joni Hendra K, "Pengaruh Pasar Modern Terhadap Pasar Tradisional Di Era Digital," *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran* 7, no. 4 (2024): 16218–23.

yang strategis, terutama di sekitar kawasan permukiman dan lingkungan kampus sehingga memiliki pangsa pasar yang beragam.

Tabel 1.1 Data Jumlah Warung Madura Desa Plosokandang

No	Nama Warung	Jumlah
1	Madura Mart	1
2	Sulton Mart	1
3	Toko Afifah 07	1
4	As-Sultan	1
5	Ramajaya	1
6	Amelia Berkah	1
7	Ontong Pojhur	1
8	Toko Abadi Jaya	1
9	Toko Madura "Rehan"	1
10	Warung madura "Abel"	1
11	Warung madura "Rafka"	1
Total		11

Sumber : Observasi dari peneliti³

Berdasarkan data pada Tabel 1.1, jumlah warung Madura di Desa Plosokandang tercatat sebanyak 11 unit usaha yang tersebar di berbagai wilayah desa. Keberadaan 11 Warung Madura yang tersebar di berbagai wilayah Desa Plosokandang menunjukkan bahwa usaha ini cukup berkembang dan mudah dijumpai oleh masyarakat setempat. Selain menyediakan berbagai kebutuhan pokok secara lengkap, Warung Madura juga dikenal memiliki karakteristik khas, seperti jam operasional yang lebih panjang, pelayanan yang cepat dan fleksibel, serta hubungan yang dekat dengan pelanggan. Karakteristik tersebut menjadikan Warung Madura menarik untuk dikaji, khususnya dalam memahami strategi yang diterapkan

³ Hasil Observasi oleh peneliti pada tanggal 15 Maret 2026 didesa Plosokandang

pemilik usaha untuk mempertahankan keberlangsungan usahanya di Desa Plosokandang.

Kondisi ini menunjukkan bahwa warung Madura memiliki cara tersendiri untuk bersaing, salah satunya jam operasional 24 jam, lokasi yang strategis, pelayanan cepat, fleksibilitas pembayaran, hingga ketersediaan bahan bakar eceran menjadi keunggulan yang tidak dimiliki banyak warung lain. Memiliki desain penataan barang yang khas, sehingga mudah dikenali sebagai identitas etnik madura dalam berdagang. Strategi-strategi sederhana namun konsisten ini menjadi salah satu alasan mengapa warung Madura mampu mempertahankan usahanya meski berada dalam tekanan persaingan yang kuat.⁴

Strategi sederhana namun konsisten yang diterapkan oleh warung Madura dalam menjalankan usahanya, sejalan dengan teori strategi bersaing Michael E. Porter.⁵ Warung Madura secara tidak langsung menerapkan strategi fokus sebagaimana dikemukakan Porter, strategi fokus adalah salah satu dari tiga strategi generik yang dikemukakan Porter. Strategi ini bertujuan untuk mencapai keunggulan kompetitif dengan berkonsentrasi pada segmen pasar yang sempit. Alih-alih bersaing di pasar luas yang dikuasai oleh perusahaan besar, strategi ini menekankan melayani

⁴ Fatchuroji, A., Wahyudhi, C. A., & Oktariani, M. (2025). The Role of Porter's Strategy as a Mediating Variable Between Business Strategy Planning and Performance in MSMEs. *Jurnal Manajemen Motivasi*, 21(2), 1228-1244. Hal. 1229

⁵ Porter, M. E. (2007). *Strategi bersaing: Teknik menganalisis industri dan pesaing* (terj.). Jakarta: Erlangga. Hal. 34

kebutuhan konsumen tertentu dengan lebih efektif dan efisien dibandingkan pesaing yang melayani pasar lebih luas.

Selain faktor strategi usaha, ada aspek lain yang tidak kalah penting, yaitu jaringan sosial antarperantau. Pelaku usaha warung Madura umumnya memiliki hubungan sosial yang kuat dengan sesama perantau maupun keluarga yang tinggal di wilayah yang sama.⁶ Hubungan ini menciptakan dukungan berupa informasi pemasok, bantuan tenaga kerja, hingga dorongan moral yang membantu mereka tetap bertahan dalam kondisi sulit. Jaringan sosial semacam ini tidak hanya berfungsi sebagai ikatan persaudaraan, tetapi juga menjadi modal sosial yang menguatkan posisi mereka di tengah persaingan ritel.

Keberadaan jaringan sosial tersebut menunjukkan bahwa keberlangsungan Warung Madura tidak hanya dipengaruhi oleh kemampuan pemilik dalam mengelola strategi usaha, tetapi juga oleh hubungan sosial yang terbangun di antara para pelaku usaha. Melalui jaringan sosial, para pemilik Warung Madura dapat saling bertukar informasi mengenai pemasok, peluang usaha, maupun pengalaman dalam mengelola warung. Selain itu, hubungan yang didasarkan pada rasa saling percaya dan kedekatan kekerabatan turut mempermudah proses kerja sama, baik dalam penyediaan tenaga kerja maupun pemenuhan kebutuhan usaha. Oleh karena itu, jaringan sosial tidak hanya berfungsi sebagai hubungan

⁶ Saifudin Zuhri, Lucia Ika Fitriastuti, and Dkk, "Motivasi Bisnis Dan Strategi Adaptasi Komunitas Madura Dalam Fenomena Warung Kelontong Di Daerah Istimewa Yogyakarta," *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis* 20, no. 2 (2025): hal. 285.

antarpersonal, tetapi juga menjadi sumber daya yang berkontribusi terhadap keberlangsungan dan pengembangan usaha Warung Madura.

Kondisi tersebut menimbulkan pertanyaan akademik mengenai bagaimana Warung Madura mampu mempertahankan keberlangsungan usahanya dan terus berkembang di tengah perubahan lingkungan usaha. Keberadaan Warung Madura yang tetap diminati masyarakat menunjukkan bahwa terdapat strategi tertentu yang diterapkan oleh para pelaku usaha dalam mengelola usahanya.⁷ Strategi tersebut tidak hanya berkaitan dengan pengelolaan operasional, tetapi juga mencakup cara pemilik usaha memberikan pelayanan, menyediakan kebutuhan konsumen, menjaga hubungan dengan pelanggan, serta memanfaatkan jaringan sosial yang dimiliki. Oleh karena itu, fenomena ini menjadi menarik untuk dikaji guna memahami strategi yang diterapkan oleh Warung Madura dalam mempertahankan eksistensi usahanya di Desa Plosokandang.

Studi mengenai warung Madura sebenarnya sudah banyak dilakukan, namun umumnya hanya menekankan pada aspek etika bisnis, pengelolaan usaha, pengelolaan modal, serta strategi pengembangan internal. Belum ada penelitian yang dilakukan terhadap strategi bersaing warung Madura secara khusus. Sedangkan penelitian yang menyoroti strategi bersaing tidak ada yang secara khusus menyandingkan ritel modern dengan warung Madura. Umumnya hanya membandingkan ritel modern

⁷ Ielmy Aulia Heri and Aldila Septiana, "Strategi Penjualan Pada Warung Madura," *Jurnal of Social Community* 9, no. 14 (2024): 182–90.

dengan ritel tradisional secara global, tidak spesifik menyebutkan warung Madura.

Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji Warung Madura maupun usaha ritel tradisional dari berbagai sudut pandang. Sebagian besar penelitian membahas strategi pengembangan usaha, etika bisnis, keberlangsungan UMKM, serta dampak keberadaan ritel modern terhadap warung tradisional. Penelitian lain juga menyoroti strategi pemasaran dan faktor-faktor yang memengaruhi keberlangsungan usaha kecil.⁸ Temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa Warung Madura merupakan fenomena usaha yang menarik untuk dikaji, namun fokus kajiannya masih beragam.

Meskipun demikian, masih terdapat ruang penelitian yang belum banyak dibahas, yaitu mengenai strategi bersaing Warung Madura sebagai suatu bentuk usaha ritel yang memiliki karakteristik khas. Selain itu, penelitian terdahulu juga belum banyak mengaitkan strategi bersaing tersebut dengan peran jaringan sosial antarperantau sebagai faktor yang mendukung keberlangsungan usaha. Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan untuk menganalisis strategi bersaing Warung Madura serta bentuk dukungan sosial dan jaringan antarperantau dalam memperkuat usaha Warung Madura di Desa Plosokandang Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung.

⁸ Yohanna Meilani Putri, Rica Agatha, and Reefadhinta Novta Amelia, "Strategi Bertahannya Warung Kelontong Dalam Gempuran Market Modern," *Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan* 2, no. 2 (2023): 164–70, <https://doi.org/10.55606/inovasi.v2i2.1423>.

Berdasarkan pertimbangan tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis strategi bersaing yang diterapkan oleh Warung Madura serta mengkaji peran jaringan sosial antarperantau dalam mendukung keberlangsungan usaha Warung Madura. Berdasarkan konteks penelitian diatas, penelitian ini akan berfokus pada **Strategi Bersaing Warung Madura Di Desa Plosokandang Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung.**

B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka fokus pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi bersaing Warung Madura di Desa Plosokandang Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung?
2. Bagaimana bentuk dukungan sosial dan jaringan antarperantau dalam memperkuat usaha Warung Madura?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka peneliti menyimpulkan tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis strategi bersaing Warung Madura di Desa Plosokandang Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung.
2. Untuk Mengidentifikasi peran dukungan sosial dan jaringan antarperantau dalam memperkuat usaha Warung Madura.

D. Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan tidak hanya memberikan manfaat kepada peneliti, tetapi juga kepada pihak-pihak lainnya, antara lain sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian ilmu manajemen strategi. Penelitian ini juga dapat menjadi bahan tambahan bagi pengembangan teori strategi bersaing, teori jaringan sosial, dan modal sosial dalam konteks usaha tradisional seperti Warung Madura.

2. Kegunaan Praktis

a. Pengusaha Warung Madura

Manfaat praktis yang diharapkan dari penelitian ini adalah dapat memberikan bahan pertimbangan dan masukan bagi pelaku usaha ritel tradisional seperti warung Madura. Temuan penelitian ini diharapkan dapat membantu pelaku usaha memahami dinamika persaingan ritel serta strategi yang relevan untuk mempertahankan dan meningkatkan daya saing di pasar. Hasil penelitian digunakan sebagai bahan acuan dalam pengambilan keputusan strategis agar pelaku usaha tetap mampu beradaptasi dan bersaing secara berkelanjutan dalam lingkungan bisnis ritel yang terus berkembang dan berubah-ubah.

b. Bagi Pemerintah Daerah

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran empiris mengenai kondisi persaingan ritel di tingkat lokal, khususnya antara ritel modern dan ritel tradisional termasuk warung Madura. Hasilnya dapat dimanfaatkan sebagai landasan dalam membuat atau memutuskan kebijakan yang berkaitan dengan pemasaran usaha ritel, pemberdayaan UMKM, serta pengaturan lokasi ritel agar tercipta iklim persaingan usaha yang lebih sehat. Selain itu, pemahaman atas penelitian ini dapat dijadikan bahan pembelajaran dalam membimbing atau mengadakan pelatihan usaha.

c. Bagi Pihak Akademik

Hasil penelitian ini dapat menjadi tambahan referensi dalam bidang manajemen bisnis, khususnya yang berkaitan dengan strategi bersaing usaha kecil dan peran modal sosial dalam dunia perdagangan. Penelitian ini juga dapat menjadi contoh kajian yang relevan untuk mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung yang ingin meneliti topik sejenis di masa mendatang.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat dijadikan bahan rujukan atau perbandingan bagi peneliti lain yang ingin mengkaji topik

serupa, baik dalam konteks yang sama maupun di wilayah yang berbeda. Peneliti selanjutnya dapat memperluas kajian ini dengan menambahkan variabel lain seperti inovasi produk, strategi pemasaran digital, atau peran teknologi dalam memperkuat daya saing warung tradisional.

E. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual

a. Strategi bersaing

Strategi bersaing merupakan pendekatan yang terencana dan terkoordinasi oleh pelaku usaha untuk memperoleh posisi yang lebih kuat dibandingkan dengan pesaingnya. Strategi ini bertujuan menciptakan keunggulan kompetitif yang dapat mempertahankan keberlangsungan usaha dalam menghadapi tekanan persaingan dari pelaku ritel lainnya melalui pemilihan tindakan yang tepat atas faktor harga, layanan, produk, dan hubungan dengan konsumen.⁹

b. Warung madura

Warung madura merupakan bentuk usaha kecil yang umumnya dikelola oleh kelompok masyarakat yang memiliki hubungan kekerabatan serta latar belakang budaya yang sama, yaitu etnis Madura. Dalam praktiknya, warung madura pada dasarnya

⁹ Ida Farida and Doddy Setiawan, "Business Strategies and Competitive Advantage: The Role of Performance and Innovation. Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity," *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8, no. 3 (2022): Hal.2–4.

berfungsi sebagai toko kelontong yang menyediakan berbagai kebutuhan sehari-hari, seperti makanan, minuman, dan barang konsumsi rumah tangga lainnya.

Namun, dibandingkan dengan toko kelontong pada umumnya, warung madura memiliki ciri khas tersendiri, salah satunya adalah menyediakan bahan bakar minyak (BBM) untuk kendaraan bermotor. BBM tersebut biasanya dijual secara eceran dalam kemasan botol, khususnya di wilayah tertentu. Sementara itu, di beberapa kota besar, penjualan BBM di warung madura telah mengalami penyesuaian dengan menggunakan mesin dispenser otomatis sebagai upaya meningkatkan efisiensi dan keamanan pelayanan.¹⁰

c. Usaha ritel

Usaha ritel merupakan kegiatan ekonomi yang berkaitan dengan penyaluran barang atau jasa dari produsen hingga sampai kepada konsumen akhir untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Dalam konteks ini, ritel berperan sebagai penghubung langsung antara produsen dan konsumen, sehingga keberadaannya menjadi bagian penting dalam rantai pasok, khususnya pada tahap konsumsi. Melalui usaha ritel, konsumen dapat dengan mudah mengakses

¹⁰ Ujang Syaiful Hidayat, Dwi Widi Hariyanto, and Iwan Wahyu Susanto, "Meneropong Collective Entrepreneurship Dan Manajemen Strategis Pada Toko/Warung Madura," *Implementasi Manajemen & Kewirausahaan* 3, no. 2 (2023): 52–60, <https://doi.org/10.38156/imka.v3i2.204>.

berbagai produk yang dibutuhkan tanpa harus berhubungan langsung dengan produsen.¹¹

Oleh karena itu, sektor ritel memiliki peranan strategis dalam perekonomian, tidak hanya sebagai sarana distribusi barang, tetapi juga sebagai penopang aktivitas ekonomi masyarakat. Warung Madura sebagai salah satu bentuk usaha ritel tradisional menjalankan fungsi tersebut dengan melayani kebutuhan konsumen secara langsung di lingkungan sekitar, sehingga keberadaannya turut memperkuat peran ritel dalam memenuhi kebutuhan konsumsi masyarakat sekaligus menjaga keberlangsungan ekonomi lokal.

2. Definisi operasional

Penegasan istilah secara operasional dalam penelitian ini dengan judul “Strategi Bersaing Warung Madura di Desa Plosokandang Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung” difokuskan pada upaya pemilik Warung Madura dalam mempertahankan dan mengembangkan usaha nya di tengah persaingan ritel di Desa Plosokandang.

F. Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai skripsi penelitian yang dilakukan, maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi

¹¹ Teguh Hendra, Risnawati, Sjukun, Saiful Anuar, HenryJirwanto, *Manajemen Ritel* (CV. Azka Pustaka, 2023). Hal. 71.

informasi. Maka penulis akan mengelompokkan kedalam 6 bab. Adapun ringkasan dari masing-masing bab sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini, meliputi: latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penegasan istilah, serta sistematika penulisan skripsi.

BAB II LANDASAN TEORITIS

Bab ini terdiri atas beberapa uraian teori yang berkaitan dengan variabel yang diteliti dan berfungsi sebagai acuan teoritik dalam melakukan penelitian, menganalisa hasil kajian pada penelitian-penelitian terdahulu, serta kerangka konseptual.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini meliputi: pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan temuan, serta tahap-tahap penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini berisi uraian tentang paparan data yang disajikan sesuai topik penelitian berdasarkan fokus penelitian dan hasil analisis data. Paparan data tersebut didapatkan dari

hasil pengamatan, wawancara, serta deskripsi informasi lainnya berdasarkan analisis peneliti.

BAB V PEMBAHASAN

Bab ini berisi pembahasan lebih lanjut terkait hasil penelitian dengan mengkaitkan antara temuan teori sebelumnya dengan penjelasan dari temuan teori saat dilapangan.

BAB VI PENUTUP

Bab ini terdiri atas kesimpulan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, serta saran yang ditujukan kepada beberapa pihak berdasarkan hasil temuan dan pertimbangan peneliti.