

**PERAN MODAL SOSIAL DALAM EKSISTENSI WARUNG MADURA
PADA MASYARAKAT URBAN**

(Studi di Kelurahan Kranji, Kecamatan Bekasi Barat)

Skripsi

Program Sarjana (S-1)

Jurusan Sosiologi



Oleh:

Hilmy Wahdi

2106026230

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG**

2025

NOTA PEMBIMBING

Lamp :

Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada.

Yth. Dekan FISIP

UIN Walisongo Semarang

di Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah membaca, mengoreksi, dan memperbaiki sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa skripsi saudara/i :

Nama : Hilmy Wahdi

NIM : 2106026230

Jurusan : Sosiologi

Judul Skripsi : Peran Modal Sosial Dalam Eksistensi Warung Madura Pada Masyarakat Urban Urban

Dengan ini telah saya setuju dan mohon agar segera diujikan. Demikian, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wasalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, Mei 2025

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. H. Mochamad Parmudi, M.Si

NIP. 196904252000031001


Endang Supriadi, M.A

NIP. 198909152023211030

SKRIPSI

**PERAN MODAL SOSIAL DALAM EKSISTENSI WARUNG MADURA
PADA MASYARAKAT URBAN**

(STUDI DI KELURAHAN KRANJI, KECAMATAN BEKASI BARAT)

Disusun Oleh:

Hilmy Wahdi

2106026230

Telah dipertahankan di depan majelis penguji skripsi pada tanggal 17 Juni 2025 dan
dinyatakan lulus

Susunan Dewan Penguji



Ketua
Dr. H. Muhammad Parmudi, M.Si

NIP. 196904252000031001

Penguji I

Prof. Dr. Tolkhatul Khoir, M.Ag.

NIP. 197701202005011005

Sekertaris

Endang Supriadi, M.A

NIP. 198909152023211030

Penguji II

Nur Hasyim, M.A

NIP. 197303232023211007

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini, saya Hilmy Wahdi menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul “*Peran Modal Sosial Dalam Eksistensi Warung Madura Pada Masyarakat Urban (Studi di Kelurahan Kranji, Kecamatan Bekasi Barat)*” adalah hasil kerja saya sendiri dan di dalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi di lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh adalah hasil dari penerbitan, maupun yang belum/tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan dalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 17 Juni 2025

Yang menyatakan,

Hilmy Wahdi

NIM. 2106026230

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **PERAN MODAL SOSIAL DALAM EKSISTENSI WARUNG MADURA PADA MASYARAKAT URBAN (Studi di Kelurahan Kranji, Kecamatan Bekasi Barat)** Sholawat dan salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW sebagai suri tauladan bagi manusia. Peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini berkat bimbingan, arahan, dan dukungan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi, diantaranya:

1. Prof. Dr. Nizar, M.Ag., selaku Rektor UIN Walisongo Semarang dan segenap pimpinan di UIN Walisongo Semarang
2. Prof. Dr. H. Imam Yahya, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang
3. Dr. Mochamad Parmudi, M.Si., selaku Wakil Dekan III Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang, sekaligus Dosen Pembimbing Pertama yang telah membantu, memberikan nasihat, arahan dan saran atas pengerjaan skripsi ini.
4. Naili Ni'matul Iliyun, M.A., selaku Ketua Jurusan Sosiologi UIN Walisongo Semarang
5. Endang Supriadi, M.A., selaku Sekretaris Jurusan Sosiologi UIN Walisongo Semarang sekaligus selaku Dosen Pembimbing Kedua peneliti selama menyelesaikan tugas akhir yang membantu selama proses penulisannya
6. Wiwit Rahma Wati, M.Pd., selaku Dosen Wali peneliti selama menempuh pendidikan di UIN Walisongo Semarang
7. Segenap dosen yang telah mendidik dan memberikan ilmu kepada peneliti
8. Segenap tenaga akademik yang telah membantu secara administratif
9. Bapak Abdul Halim dan Ibu Woro Baktiati, selaku kedua orang tua peneliti yang senantiasa memberi doa, dukungan, pengorbanan, tenaga, serta materi kepada peneliti dari peneliti kecil hingga bisa di sampai saat ini. Ilham Wildan Fajri, S.Ag., selaku kakak kandung peneliti yang telah memberikan dukungan, dorongan, doa serta materi selama peneliti di Semarang. Serta adik kandung peneliti Sahrul Alfian.

10. Yashinta Maulida Putri Asri, Muhammad Fikry, Muhammad Rafli, Fahmi Razak, dan Sunita Septia Nova yang telah menemani dan mendukung, menghibur, serta memberikan motivasi, menjadi seseorang yang luar biasa dari dulu sampai saat ini.
11. Indras Khoeruna Yusticia Islami, S.Sos., Azis Firmansyah, Salma Fauziah, M. Akhdan Pratama, Bakti Satria Nugroho, Ansol Boy, S.Sos., M. Nuril Asror, Eri Muhammad Khoiri, dan Viddy Erlangga yang telah menemani dan mendukung peneliti, serta memberikan motivasi, menghibur peneliti dikala gundah gulana, menjadi teman dan sahabat yang luar biasa selama perkuliahan hingga peneliti bisa menyelesaikan skripsi ini.
12. Segenap informan yang telah bersedia dimintai waktu selama pengerjaan skripsi ini
13. Teman-teman Sosiologi F yang keren serta teman-teman seperjuangan Sosiologi Angkatan 2021
14. Himpunan Mahasiswa Jawa Barat Angkatan 2021 yang telah menjadi tempat yang sangat nyaman bagi peneliti
15. Segenap keluarga dan semua teman yang telah membantu peneliti yang tidak bisa disebutkan satu per satu

Demikian ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang berjasa, semoga Allah SWT membalas dengan kebaikan yang lebih melimpah. Peneliti berharap agar karya dan ilmu peneliti berkah dan bermanfaat bagi masyarakat.

Semarang, 17 Juni 2025

Peneliti,

Hilmy Wahdi

NIM. 2106026230

LEMBAR PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas terselesaikannya skripsi ini dengan lancar. Skripsi ini peneliti persembahkan kepada kedua orang tua peneliti yaitu Bapak Abdul Halim dan Ibu Woro Bektati, yang telah memberikan dukungan penuh, memberikan kepercayaan maksimal untuk peneliti sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi. Terima kasih untuk semua pengorbanan dan perjuangannya. Di balik semua keberhasilan peneliti, ada doa Ayah, dan Ibu yang senantiasa mengiringi.

Selanjutnya, skripsi ini peneliti persembahkan kepada Almamater di Prodi kebanggaan yaitu Prodi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik serta UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan kesempatan bagi peneliti untuk menuntut ilmu.

MOTTO

Οὐ δύναμαι διδάσκειν κανέναν τίποτα. Μπορώ μόνο να τον κάνω να σκέφτεται.

“Ou dýnamai didáskein kanénan típota. Boró móno na ton káno na skéftetai.”

“Aku tidak dapat mengajari siapa pun, apa pun. Aku hanya bisa membuat mereka berpikir.”

(Socrates)

ABSTRAK

Keberadaan Warung Madura di Kelurahan Kranji, Kecamatan Bekasi Barat merupakan fenomena sosial yang menarik karena tidak hanya berfungsi sebagai tempat berbelanja kebutuhan sehari-hari, tetapi juga sebagai pusat interaksi sosial yang dinamis di tengah masyarakat urban. Warung Madura, yang dikelola oleh komunitas perantau Madura tersebar di seluruh RW yang ada di Kelurahan Kranji dan dikenal dengan layanan 24 jam serta menyediakan tempat untuk berinteraksi. Hal ini menjadikan Warung Madura sebagai salah satu tujuan utama kebutuhan masyarakat yang beraktivitas sepanjang hari, sekaligus menciptakan ruang bagi warga untuk saling bertemu, berbagi cerita, dan mempererat hubungan sosial. Di balik aktivitas sosial dan ekonomi yang berlangsung, Warung Madura juga berperan sebagai wadah pembentukan jaringan sosial, kepercayaan, dan solidaritas yang mana merupakan hasil dari eksistensi Warung Madura pada masyarakat urban. Adapun rincian permasalahan yang akan diungkap adalah bagaimana bentuk modal sosial yang dimiliki oleh Warung Madura dan apa peran modal sosial dalam mendukung eksistensi Warung Madura di kalangan Masyarakat Urban.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field Research*) dan metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan naratif deskriptif untuk mendalami modal sosial dan eksistensi yang muncul di Warung Madura. Data dikumpulkan melalui observasi lapangan partisipatoris, wawancara semi terstruktur dan dokumentasi. Dalam prosesnya, peneliti melakukan wawancara dengan 3 informan yakni. Pemilik 2 Warung Madura & Ketua Komunitas Orang Madura, warga Kelurahan Kranji sekaligus pelanggan setia, dan pembeli yang hanya melakukan transaksi pembelian. teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori modal sosial Francis Fukuyama dengan asumsi menegaskan bahwa modal sosial yang kuat dapat meningkatkan efisiensi ekonomi dengan mengurangi biaya transaksi, memfasilitasi pertukaran informasi, dan mendorong inovasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Warung Madura telah membentuk modal sosial yang kuat melalui kepercayaan yang dibangun oleh norma-norma sosial yang ada seperti norma kejujuran dan integritas, norma kerja keras, norma kekeluargaan, norma pelayanan dan norma kebersihan. Selain itu jaringan sosial yang terjadi adalah hasil dari aspek kepercayaan dan norma yang telah dilakukan oleh Warung Madura itu sendiri, jaringan sosial yang muncul seperti jaringan dengan pemasok, jaringan dengan pelanggan setia dan jaringan komunitas madura. Lebih lanjut, Modal sosial berperan penting dalam mendukung eksistensi Warung Madura sebagai pusat interaksi sosial yang memperkuat kohesi masyarakat urban, menciptakan ruang publik yang memfasilitasi pembentukan jaringan kerjasama, dan menjadi penggerak ekonomi mikro lokal. Namun, Warung Madura menghadapi tantangan berupa persaingan dengan ritel modern, perubahan pola konsumsi masyarakat urban, dan kebutuhan adaptasi teknologi digital.

Kata Kunci: Modal sosial, Warung Madura, Masyarakat Urban, Francis Fukuyama, Kepercayaan, Jaringan Sosial.

ABSTRACT

The presence of Warung Madura in Kranji Village, West Bekasi District is an interesting social phenomenon because it not only serves as a place to shop for daily needs, but also as a dynamic center for social interaction in the urban community. Warung Madura, managed by the Madurese migrant community, is spread across all neighborhood units (RW) in Kranji Village and is known for its 24-hour service as well as providing a space for interaction. This makes Warung Madura one of the main destinations for the needs of people who are active throughout the day, while also creating a space for residents to meet, share stories, and strengthen social ties. Behind the social and economic activities taking place, Warung Madura also plays a role as a venue for the formation of social networks, trust, and solidarity, which is the result of the existence of Warung Madura in the urban community. The details of the issues to be revealed are what form of social capital is possessed by Warung Madura and what role does social capital play in supporting the existence of Warung Madura among the urban community.

This research uses a type of field research and the method used is qualitative with a descriptive narrative approach to delve into social capital and the existence that emerges in Warung Madura. Data was collected through participatory field observation, semi-structured interviews, and documentation. In the process, the researcher conducted interviews with 3 informants: the owners of 2 Warung Madura & the Chairman of the Madura Community, residents of Kranji Village as well as loyal customers, and buyers who only make purchase transactions. The theory used in this research is Francis Fukuyama's social capital theory, which assumes that strong social capital can enhance economic efficiency by reducing transaction costs, facilitating information exchange, and promoting innovation.

The research results show that Warung Madura has built strong social capital through the trust established by existing social norms such as honesty and integrity norms, hard work norms, family norms, service norms, and cleanliness norms. Furthermore, the social networks that arise are the result of the aspects of trust and norms that have been implemented by Warung Madura itself, such as networks with suppliers, networks with loyal customers, and networks within the Madura community. Moreover, social capital plays an important role in supporting the existence of Warung Madura as a center for social interaction that strengthens urban community cohesion, creating public spaces that facilitate the formation of cooperative networks, and driving the local micro economy. However, Warung Madura faces challenges in the form of competition with modern retail, changes in consumption patterns of urban society, and the need to adapt to digital technology..

Keywords: Social capital, Warung Madura, Urban Society, Francis Fukuyama, Trust, Social Network.

DAFTAR ISI

NOTA PEMBIMBING	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR	v
LEMBAR PERSEMBAHAN	vii
MOTTO	viii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
E. Tinjauan Pustaka.....	4
F. Kerangka Teori	7
G. Metode Penelitian	12
H. Sistematika Penulisan	16
BAB II MODAL SOSIAL, WARUNG MADURA, MASYARAKAT URBAN DAN TEORI MODAL SOSIAL FRANCIS FUKUYAMA.....	18
A. Modal Sosial, Warung Madura, dan Masyarakat Urban	18
B. Teori Modal Sosial Francis Fukuyama	26
BAB III PROFIL WARUNG MADURA DI KELURAHAN KRANJI.....	46
A. Profil Warung Madura	46

B. Gambaran Umum Kelurahan Kranji	55
BAB IV BENTUK MODAL SOSIAL WARUNG MADURA DI KELURAHAN KRANJI	63
A. Kepercayaan Antar Pemilik Warung dan Pelanggan	63
B. Norma Kekeluargaan Pemilik Warung Madura	66
C. Membangun Jaringan Sosial Antar Komunitas Warung Madura dan Pelanggan.....	69
D. Kebijakan Sosial dalam Penguatan Identitas Lokal	74
BAB V PERAN MODAL SOSIAL DAN TANTANGAN WARUNG MADURA DALAM EKSISTENSI WARUNG MADURA DI KELURAHAN KRANJI	78
A. Peran Modal Sosial dalam Mendukung Eksistensi Warung Madura.....	78
B. Tantangan Warung Madura dalam Pemanfaatan Modal Sosial.....	81
BAB VI PENUTUP	91
A. Kesimpulan	91
B. Saran	94
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Warung Madura di Kelurahan Kranji	48
Gambar 2 Peta Batas Wilayah Administrasi Kelurahan Kranji	55
Gambar 3 Seorang pelanggan sedang melakukan transaksi pembelian di Warung Madura	63
Gambar 4 Beberapa anak muda sedang bercengkrama di Warung Madura.....	72
Gambar 5 Seorang pemilik Warung Madura sedang berinteraksi dengan para pelanggan	78
Gambar 6 Seorang Pemilik Warung Madura Tetap Melayani Pelanggan Saat Malam Hari	84

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Interaksi sosial yang terjadi di Warung Madura.	100
Lampiran 2 Wawancara dengan Informan Fikry	100
Lampiran 3 Proses terjadinya bentuk Jaringan Sosial dalam Modal Sosial di Warung Madura	101
Lampiran 4 Wawancara dengan Informan Sugi	101
Lampiran 5 Wawancara dengan Infroman Muhdi	102

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Fenomena Warung Madura yang berkembang signifikan dalam pertengahan tahun 2000-an termasuk di Kelurahan Kranji, Kecamatan Bekasi Barat, mengundang perhatian karena keunikan dan daya saingnya. Menurut data dari Badan Pusat Statistik Kota Bekasi (2014) ada sekitar 50 Warung Madura yang beroperasi di Kelurahan Kranji, Kecamatan Bekasi Barat, Kota Bekasi dan Warung Madura yang tersebar di Kelurahan Kranji mulai dari RW 1 sampai RW 15. Warung Madura atau toko kelontong milik dan dikelola oleh orang atau suku Madura, menjadi pembicaraan di masyarakat sebagai kekuatan ekonomi baru di sektor usaha ekonomi toko kelontong. Kajian tentang Warung Madura menarik untuk dilakukan, khususnya dalam konteks pembangunan modal sosial di masyarakat urban. Dengan memperkuat jaringan sosial dan kolaborasi antarindividu, Warung Madura dapat menjadi penggerak bagi pertumbuhan komunitas yang lebih solid. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan usaha kecil seperti Warung Madura tidak hanya berkontribusi pada ekonomi, tetapi juga memperkuat hubungan sosial di tengah perubahan dinamika masyarakat urban.

Penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Parker & Marynard (2015) dimana Studi yang dilakukan mengangkat isu penting mengenai modal sosial dalam konteks perkotaan yang rentan, terutama di pemukiman informal dan daerah kumuh. Dalam penelitian ini, penekanan diberikan pada pemahaman mendalam mengenai bagaimana Warung Madura berperan sebagai sebuah institusi yang tidak hanya sekadar tempat untuk belanja, tetapi juga sebagai pusat adanya interaksi sosial. Warung Madura berfungsi sebagai ruang untuk berbagi pengalaman, dan membangun hubungan yang lebih erat. Di tengah tantangan yang dihadapi oleh masyarakat urban, keberadaan warung ini menjadi alat memperkuat kolaborasi antar masyarakat. Dengan menyediakan tempat yang nyaman untuk berinteraksi, Warung Madura mendorong solidaritas dan kepercayaan di antara masyarakat, serta membangun jaringan sosial. Modal sosial dapat meningkatkan kualitas hidup di lingkungan yang rentan, serta bagaimana inisiatif lokal seperti Warung Madura dapat memberikan kontribusi signifikan bagi pembangunan masyarakat yang mampu menerima segala keberagaman dan perbedaan serta mengakomodasikannya ke dalam berbagai struktur maupun

infrastruktur kehidupan bermasyarakat. Berbeda dengan penelitian di atas, peneliti akan memfokuskan pada sudut pandang sosiologi, dimana eksistensi Warung Madura dapat dilihat sebagai ruang publik yang menciptakan identitas kolektif. Parker & Marynard lebih fokus pada fungsi praktis dalam membangun modal sosial, sementara analisis sosiologis menggali lebih dalam aspek struktural dan kultural dari interaksi yang terjadi di dalamnya. Keduanya berkontribusi pada pemahaman yang lebih komprehensif mengenai peran penting Warung Madura dalam masyarakat urban.

Salah satu faktor utama dalam eksistensi Warung Madura yang mana pelaku usaha atau identitas asli penjual yang berasal dari Suku Madura. Orang Madura dikenal sebagai perantau (migran) ke beberapa daerah di Indonesia sejak beberapa tahun lalu. Faktor geologi Pulau Madura, kurang kondusif dalam perkembangan usaha pertanian, merupakan salah satu faktor utama yang mendorong masyarakat Madura untuk bermigrasi ke daerah lain yang dianggap mampu meningkatkan taraf hidup ekonomi keluarga. Proses migrasi ini tidak hanya mengubah peta ekonomi lokal, tetapi juga memperkaya keragaman budaya di tempat-tempat baru yang mereka tinggali. Orang Madura mampu membangun jaringan sosial yang kuat, yang pada gilirannya berkontribusi pada pengembangan usaha mereka. Warung Madura, sebagai salah satu bentuk usaha yang muncul dari komunitas ini, memberikan akses kepada masyarakat lokal untuk menikmati produk-produk khas Madura, sekaligus menciptakan lapangan kerja bagi banyak orang (Wafiruddaroin & Rezeky, 2022).

Warung Madura dikenal dengan layanan tak terbatas waktu, selalu siap siaga, dan etos kerjanya yang tinggi (Sholeh, 2022). Keputusan beroperasi 24 jam sehari memberikan kemudahan kepada masyarakat perkotaan yang beraktivitas sepanjang hari, dari pagi hingga sore hari. Kehadiran Warung Madura telah mengubah pola konsumsi dan gaya hidup, sehingga menjadi andalan berbagai kebutuhan sehari-hari. Lebih dari sekadar tempat berbelanja, Warung Madura juga berfungsi sebagai salah satu pusat interaksi sosial, di mana nilai-nilai kebersamaan dan saling mendukung dapat tumbuh subur. Keberadaan warung ini menciptakan ruang bagi masyarakat untuk berkumpul, berbagi informasi, dan membangun solidaritas (Heri & Septiana, 2024). Dengan demikian, Warung Madura tidak hanya menjadi salah satu simbol keberhasilan ekonomi, tetapi juga representasi dari identitas budaya dan ketahanan komunitas yang kuat, yang berakar dari pengalaman panjang orang Madura sebagai perantau.

Keberadaan warung-warung ini tidak hanya menyediakan kebutuhan sehari-hari bagi masyarakat setempat, tetapi juga berperan penting dalam membangun modal

sosial di lingkungan perkotaan. Modal sosial, yang mencakup jaringan, kepercayaan, dan norma-norma bersama, menjadi fondasi penting bagi kohesi masyarakat urban yang sering kali heterogen dan individualistik (Fukuyama, 2001). Kontribusi spesifik Warung Madura dalam membangun modal sosial di Kelurahan Kranji belum dieksplorasi secara mendalam, sehingga menjadi penting untuk mengkaji fenomena ini lebih lanjut guna memahami dinamika sosial-ekonomi di wilayah tersebut.

Dengan demikian, eksistensi Warung Madura di Kelurahan Kranji, Kecamatan Bekasi Barat, menarik untuk dikaji dalam kaitannya dengan membangun modal sosial pada masyarakat urban. Warung Madura tidak hanya menjadi kekuatan ekonomi baru, tetapi juga berpotensi menjadi ruang publik yang dapat memfasilitasi interaksi sosial, membangun kepercayaan, jaringan kerjasama, nilai, dan norma yang ada dalam masyarakat urban. Ruang publik yang diciptakan oleh Warung Madura memungkinkan masyarakat untuk berkumpul, berbagi cerita, dan menjalin hubungan sosial yang lebih erat. Hal ini sangat penting dalam konteks masyarakat urban yang sering kali terfragmentasi, di mana individu-individu dapat merasa terasing meskipun hidup berdekatan. Melalui interaksi yang terjadi di warung, terdapat peluang untuk membangun rasa saling percaya yang merupakan landasan dari modal sosial (Izzati dkk, 2024). Keberadaan warung ini berpotensi untuk menciptakan komunitas yang lebih berkembang dan berkelanjutan, di mana setiap individu merasa terlibat dan berkontribusi pada kesejahteraan bersama khususnya pada masyarakat urban. Dengan demikian penting untuk diteliti lebih lanjut terkait dengan judul berikut “Peran Modal Sosial Dalam Eksistensi Warung Madura Pada Masyarakat Urban”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, peneliti ingin melakukan penelitian terhadap eksistensi Warung Madura dalam membangun modal sosial pada masyarakat urban. Dengan demikian, permasalahan yang timbul dan yang dapat dikaji lebih detail dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana bentuk modal sosial yang dimiliki Warung Madura yang ada di Kelurahan Kranji?
2. Apa peran modal sosial dalam mendukung eksistensi Warung Madura di masyarakat urban?
3. Apa saja tantangan yang dihadapi Warung Madura dalam memanfaatkan modal sosial di Kelurahan Kranji?

C. Tujuan Penelitian

Secara umum, tujuan penelitian adalah untuk memberikan gambaran tentang apa yang sedang diteliti. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bentuk modal sosial yang dimiliki Warung Madura di Kelurahan Kranji.
2. Untuk mengetahui peran modal sosial dalam mendukung eksistensi Warung Madura di masyarakat urban.
3. Untuk mengetahui tantangan yang dihadapi Warung Madura dalam memanfaatkan modal sosial di Kelurahan Kranji.

D. Manfaat Penelitian

Diharapkan penelitian ini membawa beberapa manfaat seperti berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat memperkaya literatur tentang modal sosial dengan menambahkan perspektif baru mengenai peran usaha kecil, seperti Warung Madura, dalam membangun dan memperkuat jaringan sosial di masyarakat urban. Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk teori yang lebih komprehensif tentang bagaimana perekonomian di tingkat lokal dapat mempengaruhi dinamika sosial dan kohesi masyarakat selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini dapat digunakan para pengambil kebijakan untuk merancang program dan mendukung pengembangan usaha kecil dan menengah yaitu Warung Madura. Dengan memahami peran penting Warung Madura dalam membangun modal sosial, kebijakan yang lebih tepat sasaran dapat dibuat untuk mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan usaha ini, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat urban.

E. Tinjauan Pustaka

Penelitian yang berkaitan dengan eksistensi Warung Madura dalam membangun modal sosial pada masyarakat urban telah dilakukan oleh beberapa peneliti lain. Dalam hal ini peneliti mengklasifikasikannya menjadi hal beberapa sebagai berikut:

1. Modal Sosial

Peneliti dalam penelitian ini telah melakukan kajian pustaka pada penelitian sebelumnya yang relevan dengan tema yang diangkat, antara lain hasil penelitian dari Evadila et al (2023), Wahyuni (2013), dan Parker &

Maynard (2015). Kajian mengenai Warung Madura telah dilakukan oleh Evadila et al (2023), Artikel ini mengkaji tren penelitian dan area penelitian dalam bidang modal sosial dengan menggunakan pendekatan *Systematic Literature Review* (SLR). Penelitian ini menemukan bahwa modal sosial memiliki peluang besar untuk penelitian di tingkat akar rumput dan kolaborasi jaringan, yang relevan dengan pengembangan Warung Madura dalam konteks modal sosial.

Selanjutnya kajian yang diteliti oleh Wahyuni (2013), dalam penelitiannya. Penelitian ini menganalisis elemen-elemen modal sosial seperti nilai dan kepercayaan serta jaringan yang diterapkan oleh pedagang kelontong Madura di wilayah perantauan. Temuan ini dapat diaplikasikan untuk memahami modal sosial di Warung Madura di Kelurahan Kranji. Kajian terakhir yang menjadi tinjauan bagi peneliti adalah penelitian yang dilakukan oleh Parker & Maynard (2015) menyebutkan bahwa studi ini mengidentifikasi modal sosial dalam konteks perkotaan yang rentan, seperti pemukiman informal dan daerah kumuh. Penelitian ini relevan untuk memahami bagaimana Warung Madura dapat berfungsi sebagai institusi yang memperkuat interaksi sosial dan kolaborasi di masyarakat urban.

Berbeda dengan penelitian diatas, peneliti akan mengangkat sudut pandang masyarakat urban terhadap Warung Madura, serta dengan mengangkat hal yang utama yaitu cara Warung Madura membangun modal sosial di lingkungan masyarakat urban.

2. Warung Madura

Peneliti dalam penelitian ini melakukan tinjauan pustaka terhadap penelitian sebelumnya yang relevan antara lain dengan subjek Warung Madura., antara lain hasil penelitian dari Herliyana (2020), Farqi et al (2024), dan Wahyuni (2013). Kajian mengenai Warung Madura dilakukan oleh Herliyana (2020) dalam penelitiannya menjelaskan bagaimana menganalisis modal sosial membantu pengusaha Warung Madura di Desa Cibunar dalam membangun jaringan dan kepercayaan dengan masyarakat sekitar. Temuan ini relevan untuk memahami dinamika serupa di Kelurahan Kranji, Bekasi Barat.

Selanjutnya, Farqi et al (2024) menyebutkan bahwa artikel ini membahas persaingan antara Warung Madura dan minimarket modern, serta

dampak positif Warung Madura terhadap ekonomi lokal dan penyerapan tenaga kerja. Penelitian ini relevan untuk memahami posisi kompetitif Warung Madura di masyarakat urban. Selain itu, (Wahyuni, 2013) dalam artikel ini mengkaji kemandirian sosial ekonomi Warung Madura dan nilai-nilai kearifan lokal yang mendukung keberlangsungan usaha mereka. Penelitian ini relevan untuk memahami bagaimana nilai-nilai budaya Madura diterapkan dalam konteks urban. Berbeda dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini berfokus pada kondisi masyarakat yang memiliki usaha dalam sektor ekonomi di perkotaan yang dalam hal ini adalah pemilik Warung Madura.

3. Masyarakat Urban

Peneliti dalam penelitian ini telah melakukan kajian pustaka pada penelitian sebelumnya yang relevan dengan tema masyarakat urban yang diangkat, antara lain hasil penelitian dari Ariyanto (2023), Sulistyowati et al (2024), Sholeh (2022), dan Oktaviani (2018). Kajian pertama adalah penelitian yang dilakukan oleh Ariyanto (2023), menyebutkan dalam artikel ini mengkaji fenomena kemiskinan perkotaan dari perspektif struktural-fungsional. Penelitian ini memberikan konteks penting untuk memahami tantangan yang dihadapi oleh Warung Madura dalam lingkungan perkotaan yang miskin. Penelitian kedua adalah yang dilakukan oleh Sulistyowati et al (2024) dimana hasil Artikel ini menyoroti dampak positif Warung Madura terhadap perputaran ekonomi dan pemenuhan kebutuhan masyarakat perkotaan. Penelitian ini memberikan wawasan praktis tentang kontribusi Warung Madura dalam masyarakat urban.

Selain itu, penelitian dari Sholeh (2022), hasil artikel ini membahas etos kerja dan layanan 24 jam yang menjadi ciri khas Warung Madura. Sholeh menyoroti bagaimana warung ini menjadi bagian integral dari kehidupan masyarakat urban dengan menyediakan kebutuhan sehari-hari secara terus-menerus. Kajian yang terakhir oleh Oktaviani (2018) yang dalam penelitian ini menyoroti peran modal sosial dalam program pertanian perkotaan di Malang. Oktaviani menunjukkan bahwa modal sosial, yang terdiri dari kepercayaan, jaringan, dan norma, sangat penting dalam keberhasilan program-program komunitas di lingkungan urban. Tidak seperti penelitian sebelumnya yang lebih mengarah kepada bagaimana

dampak urbanisasi serta bagaimana kondisi sosial-ekonomi pada masyarakat urban. Penelitian ini nantinya akan memfokuskan perhatian terhadap bagaimana masyarakat urban melihat eksistensi dari Warung Madura yang melakukan urbanisasi di perkotaan.

F. Kerangka Teori

1. Definisi Konseptual

a. Modal Sosial

Modal sosial merupakan konsep yang cukup banyak didefinisikan oleh para ahli dari berbagai disiplin ilmu. Secara umum, modal sosial merujuk pada nilai-nilai, norma, dan jaringan sosial yang memfasilitasi kerjasama dan tindakan kolektif dalam masyarakat. Robert Putnam, ilmuwan politik Amerika, memberikan definisi yang lebih operasional. Sebagaimana yang disampaikan oleh Putnam (2000) Ia menyatakan bahwa modal sosial terdiri dari karakteristik organisasi sosial seperti jaringan, norma dan kepercayaan sosial yang memfasilitasi koordinasi dan kerjasama untuk saling menguntungkan. Putnam menekankan peran modal sosial dalam meningkatkan efisiensi masyarakat. Sedangkan Menurut Francis Fukuyama (2001) seorang sosiolog dan ekonom politik mendefinisikan modal sosial sebagai seperangkat nilai norma informal yang dimiliki bersama antar anggota suatu kelompok memungkinkan kerjasama di antara mereka.

Meskipun terdapat perbedaan penekanan, definisi-definisi tersebut memiliki benang merah yang sama, bahwa Modal sosial adalah sumber daya yang melekat dalam hubungan dan dapat digunakan untuk mencapai tujuan sosial bersama. Modal sosial dipandang sebagai faktor penting dalam memahami dinamika sosial dan ekonomi masyarakat.

b. Warung Madura

Warung Madura, sebagai fenomena sosial-ekonomi yang unik di Indonesia, telah menarik perhatian berbagai peneliti dan akademisi. Definisi konseptual Warung Madura telah berkembang seiring dengan evolusi perannya dalam masyarakat urban. Menurut Herliyana (2021) memperluas definisi tersebut dengan memasukkan aspek sosial-budaya. Ia mendefinisikan Warung Madura sebagai manifestasi adaptasi ekonomi komunitas migran Madura di perkotaan, yang tidak hanya berfungsi sebagai unit bisnis, tetapi juga sebagai

ruang sosial yang memfasilitasi interaksi dan pembentukan jaringan sosial. Secara lebih komprehensif, Sholeh (2022) mendefinisikan Warung Madura sebagai entitas sosio-ekonomi yang mencerminkan sintesis antara warisan budaya Madura, adaptasi terhadap tuntutan ekonomi urban, dan respons terhadap kebutuhan masyarakat perkotaan akan akses yang mudah dan cepat terhadap kebutuhan sehari-hari.

Definisi-definisi ini menunjukkan bahwa Warung Madura bukan sekadar fenomena ekonomi, tetapi juga merupakan konstruksi sosial-budaya yang kompleks. Warung Madura menjembatani gap antara ekonomi informal dan formal, serta antara nilai-nilai tradisional dan tuntutan modernitas di lingkungan urban Indonesia.

c. Masyarakat Urban

Masyarakat urban telah menjadi fokus kajian berbagai ahli sosiologi dan antropologi perkotaan. Definisi konseptual masyarakat urban mengalami perkembangan seiring dengan dinamika perkotaan itu sendiri. Emile Durkheim memberikan perspektif yang berbeda dengan memfokuskan pada aspek solidaritas sosial. Ia menggambarkan masyarakat urban sebagai kelompok yang dicirikan oleh solidaritas organik, dimana individu bergantung satu sama lain berdasarkan pembagian kerja yang kompleks (Durkheim, 1893/1984). Konsep ini kontras dengan solidaritas mekanik yang umumnya ditemukan di masyarakat pedesaan. Sementara itu, Manuel Castells (1977) memandang masyarakat urban dari perspektif yang lebih luas. Ia mendefinisikan masyarakat urban sebagai entitas sosial-spasial yang terbentuk dari interaksi antara ruang, teknologi, dan masyarakat dalam konteks perkotaan. Definisi ini menekankan pada peran teknologi dan ruang dalam membentuk karakteristik masyarakat urban.

Dari berbagai definisi diatas, dapat tarik kesimpulan yaitu masyarakat urban merupakan entitas sosial yang kompleks, dicirikan oleh heterogenitas, mobilitas tinggi, hubungan sosial yang cenderung impersonal, dan adaptasi terhadap lingkungan perkotaan yang dinamis. Definisi-definisi ini menekankan pada aspek sosial, psikologis, spasial, dan teknologi yang membentuk karakteristik unik masyarakat urban.

2. Teori Modal Sosial Francis Fukuyama

a. Asumsi Dasar

Teori Fukuyama berangkat dari asumsi bahwa kepercayaan (trust) adalah elemen fundamental dalam modal sosial. Ia berpendapat bahwa masyarakat dengan tingkat kepercayaan yang tinggi cenderung lebih efisien dan produktif karena dapat mengurangi biaya transaksi dalam interaksi sosial dan ekonomi (Fukuyama, 1995). Asumsi lainnya adalah bahwa modal sosial dapat dibangun dan dikembangkan melalui penguatan nilai-nilai dan norma-norma positif dalam masyarakat.

b. Konsep Kunci

Teori Modal Sosial yang dikembangkan oleh Francis Fukuyama memberikan perspektif yang mendalam tentang bagaimana nilai-nilai dan norma-norma sosial dapat menjadi sumber daya penting dalam memfasilitasi kerjasama dan tindakan kolektif dalam masyarakat. Fukuyama (2002) mendefinisikan modal sosial sebagai seperangkat nilai norma informal yang dimiliki bersama antar anggota suatu kelompok memungkinkan kerja sama di antara mereka. Konsep ini menekankan bahwa modal sosial bukanlah suatu jaringan sosial, tetapi juga mencakup nilai-nilai dan norma-norma yang mendasari interaksi sosial tersebut.

Francis Fukuyama merumuskan gagasannya tentang konsep modal sosial, setidaknya ada 5 kata kunci antara lain:

1) Kepercayaan

Fukuyama (1995) menganggap kepercayaan sebagai harapan yang tumbuh dalam masyarakat yang diwujudkan dengan perilaku kerjasama yang jujur, tertib berdasarkan standar bersama. Dalam konteks Warung Madura, kepercayaan memegang peranan penting dalam menjalin hubungan yang kuat antara pemilik warung dan pelanggan. Kepercayaan ini diperoleh melalui konsistensi dalam kualitas produk, kejujuran dalam transaksi, dan layanan pelanggan yang baik. Sebagai contoh, pelanggan yang merasa yakin bahwa mereka akan mendapatkan produk berkualitas dengan harga yang adil cenderung menjadi pelanggan setia, sehingga meningkatkan reputasi dan keberlanjutan bisnis warung tersebut.

2) Norma

Merujuk pada aturan tidak tertulis yang mengatur perilaku dan interaksi sosial dalam sekumpulan kelompok atau masyarakat.

Menurut Fukuyama, norma dan nilai sosial yang dimiliki bersama oleh anggota masyarakat memainkan peran penting dalam membentuk modal sosial (Fukuyama, 2002). Warung Madura sering kali beroperasi berdasarkan norma-norma komunitas lokal, seperti saling membantu dan menghormati satu sama lain. Norma ini dapat mencakup praktik-praktik seperti memberikan kredit kepada pelanggan tetap atau berpartisipasi dalam kegiatan komunitas. Dengan mematuhi norma-norma ini, Warung Madura dapat memperkuat posisinya sebagai bagian integral dari masyarakat lokal.

3) Jaringan Sosial

Fukuyama menekankan pentingnya jaringan sosial sebagai sarana untuk memfasilitasi kerjasama dan pertukaran informasi. Fukuyama juga menyoroti pentingnya jaringan sosial (*networking*) dalam membangun modal sosial. Jaringan ini memungkinkan individu untuk saling bertukar informasi, sumber daya, dan dukungan, yang sangat penting dalam masyarakat urban yang dinamis (Fukuyama, 2001). Warung Madura sering kali menjadi pusat jaringan sosial di lingkungan perkotaan, di mana pemilik warung berinteraksi dengan berbagai anggota komunitas. Jaringan ini tidak hanya membantu dalam menarik lebih banyak pelanggan tetapi juga dalam mendapatkan pasokan barang dengan harga lebih baik melalui hubungan baik dengan pemasok. Jaringan sosial yang kuat memungkinkan Warung Madura untuk bertahan dan berkembang di tengah persaingan bisnis yang ketat.

4) Radius Kepercayaan

Konsep ini menggambarkan sejauh mana kepercayaan dapat meluas di luar lingkaran keluarga atau kelompok etnis terdekat (Fukuyama, 2001). Dalam konteks Warung Madura, radius kepercayaan dapat dilihat dari kemampuan pemilik warung untuk memperluas hubungan kepercayaan mereka tidak hanya dengan pelanggan tetap tetapi juga dengan pelanggan baru dan mitra bisnis lainnya. Semakin luas radius kepercayaan ini, semakin besar potensi

Warung Madura untuk memperluas basis pelanggannya dan meningkatkan volume penjualan.

5) Kebijakan Sosial

Fukuyama menekankan pentingnya nilai-nilai seperti kejujuran, pemenuhan kewajiban, dan rasa tanggung jawab sebagai komponen penting dari modal sosial. Untuk Warung Madura, kebijakan sosial seperti dukungan pemerintah untuk usaha kecil dan menengah serta inisiatif komunitas dapat memberikan dorongan signifikan bagi pertumbuhan mereka. Misalnya, program pelatihan kewirausahaan atau akses mudah ke pembiayaan mikro dapat membantu pemilik Warung Madura meningkatkan keterampilan manajemen mereka dan memperluas usaha mereka.

Dalam teorinya, Fukuyama menegaskan bahwa modal sosial yang kuat dapat meningkatkan efisiensi ekonomi dengan mengurangi biaya transaksi, memfasilitasi pertukaran informasi, dan mendorong inovasi. Ia juga berpendapat bahwa modal sosial dapat berkontribusi pada stabilitas politik dan kohesi sosial (Fukuyama, 2002).

Teori Modal Sosial Fukuyama telah memberikan kontribusi signifikan dalam memahami bagaimana nilai-nilai dan norma-norma sosial dapat menjadi sumber daya penting dalam pembangunan ekonomi dan sosial. Meskipun demikian, teori ini juga mendapat kritik, terutama terkait dengan potensi eksklusivitas dan dampak negatif dari modal sosial yang terlalu kuat dalam kelompok tertentu.

3. Modal Sosial dalam Perspektif Islam

Modal sosial dalam perspektif Islam memiliki akar yang kuat dalam ajaran agama dan praktik sosial umat Muslim. Konsep ini mencakup nilai-nilai, norma, dan jaringan sosial yang memfasilitasi kerjasama dan tindakan kolektif dalam masyarakat Islam. Dalam konteks Islam, modal sosial tidak hanya dipandang sebagai alat untuk mencapai tujuan dunia, tetapi juga sebagai sarana untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT dan mencapai kesejahteraan di dunia dan akhirat (Herliyana, 2021).

Dalam perspektif Islam, modal sosial juga mencakup konsep amanah (kepercayaan) yang menjadi dasar bagi interaksi sosial dan ekonomi. Al-Qur'an menyebutkan:

وَالَّذِينَ هُمْ لِأَمْتِهِمْ وَعَهْدِهِمْ رَاعُونَ

"(Sungguh beruntung pula) orang-orang yang memelihara amanat dan janji mereka." (QS. Al-Mu'minun : 8)

Al-Mahallī, J. & As-Suyūṭī, J. (1505). *Tafsīr al-jalālayn*. Tafsir Jalalain menjelaskan bahwa maksud dari ayat ini merujuk pada orang-orang yang amanah baik amanah yang dibuat di antara sesama mereka atau janji mereka dengan Allah, seperti salat, dan lain-lainnya . Mereka berusaha melaksanakan dan memenuhinya, baik amanah yang di dalamnya terdapat hak Allah SWT maupun yang di dalamnya terdapat hak manusia .

Ayat ini menekankan pentingnya menjaga kepercayaan dalam interaksi sosial, yang merupakan komponen kunci dari modal sosial sebagaimana didefinisikan oleh Fukuyama (2002).

Dengan demikian, modal sosial dalam Islam tidak hanya mencakup aspek-aspek yang biasa diidentifikasi dalam teori modal sosial konvensional seperti jaringan, norma, dan kepercayaan, tetapi juga memiliki dimensi spiritual yang mendalam. Modal sosial Islam bertujuan untuk menciptakan masyarakat yang bukan hanya sejahtera secara material, akan tetapi juga memiliki kualitas moral dan spiritual yang tinggi, sesuai dengan ajaran Islam tentang keseimbangan antara kehidupan dunia dan akhirat.

G. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah metode ilmiah atau cara memperoleh data melalui penelitian yang akan peneliti lakukan untuk memperoleh data yang diperlukan untuk itu. Metode yang digunakan yang peneliti lakukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis Penelitian Lapangan (*Field Research*) dalam penelitian kualitatif merupakan metode yang melibatkan pengamatan langsung dan interaksi dengan subjek penelitian dalam lingkungan alaminya. Penelitian lapangan bertujuan untuk memahami fenomena sosial secara mendalam dengan mengumpulkan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi di

lokasi penelitian (Mulyana, 2004). Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan penelitian naratif deskriptif dalam penelitian kualitatif merupakan metode yang berfokus pada pengumpulan dan analisis cerita atau narasi dari pengalaman individu atau kelompok. Pendekatan ini bertujuan untuk memahami dan menggambarkan realitas sosial melalui sudut pandang partisipan penelitian (Creswell, 2013).

2. Sumber dan Jenis Data

Sumber data adalah tempat diperolehnya data.

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber pertama tanpa perantara. Data-data tersebut dikumpulkan dengan menggunakan metode wawancara dan observasi langsung (Umar, 2013). Data primer memberikan informasi yang spesifik dan relevan dengan tujuan penelitian karena peneliti terlibat dalam proses pengumpulan data (Indrianto & Supomo, 2013). Karena penelitian ini menggunakan metode *field research* di tempat tertentu, Oleh karena itu, data diperoleh dengan melakukan observasi di Kelurahan Kranji., Kecamatan Bekasi Barat, Kota Bekasi.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang telah diambil oleh pihak lain dan tersedia dalam bentuk olahan, seperti laporan, buku, artikel jurnal yang berasal dari catatan internal organisasi (Moehar, 2002). Data sekunder digunakan untuk memperkuat data primer yang telah dikumpulkan (Indrianto & Supomo, 2013).

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara-cara yang dilakukan peneliti untuk memperoleh data penelitian melakukan penelitian, antara lain:

a. Teknik Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data langsung dari objek penelitian di lapangan. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk merekam aktivitas dan peristiwa alami (Yulyani, 2014). Observasi dapat dilakukan secara partisipatif, yaitu peneliti terlibat langsung dalam kegiatan yang diamati, atau tidak dimana peneliti hanya mengamati tanpa terlibat (Sugiyono, 2020). maka observasi

yang dilakukan peneliti secara partisipatif dengan melihat secara langsung perkembangan ketika pelaku urbanisasi melakukan kegiatan modal sosial di perkotaan.

b. Teknik Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang menanyakan informan secara langsung. Wawancara dapat terstruktur, semi terstruktur atau tidak terstruktur, sesuai dengan tujuan dan kebutuhan penelitian (Sugiyono, 2020). Wawancara memungkinkan peneliti untuk menggali informasi mendalam dari informan mengenai topik yang diteliti (Mulyana, 2020). Penelitian ini menggunakan dua jenis metode wawancara yaitu wawancara terstruktur dan wawancara tidak terstruktur. Wawancara terstruktur adalah wawancara yang pertanyaan-pertanyaannya telah disusun sedemikian rupa. Sedangkan wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang tidak menggunakan sejumlah draft pada informannya, sehingga prosesnya terjadi secara spontan atau natural.

Wawancara yang dilakukan menggunakan teknik *purposive* yaitu merupakan pemilihan informan atau narasumber yang dilakukan secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu sesuai dalam tujuan penelitian. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk memilih partisipan yang dianggap paling mengetahui atau memiliki pengalaman terkait topik yang diteliti (Sugiyono, 2014). Informan yang ditujukan untuk mencari sebuah informasi dan sesuai dengan kriteria agar fokus pada topik yang diangkat. Tentu peneliti memiliki kriteria-kriteria tersendiri dalam memilih informan.

Berikut beberapa kriteria informan dalam penelitian ini:

- 1) Pemilik 2 Warung Madura & Ketua Komunitas Orang Madura , Bapak Sugi
- 2) Warga Kelurahan Kranji sekaligus pelanggan setia, Bapak Fikry
- 3) Pembeli yang hanya melakukan transaksi pembelian, Bapak Muhdi

c. Teknik Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan mengumpulkan dan menganalisis dokumen yang relevan dengan penelitian. Dokumen ini bisa berupa catatan tertulis, laporan, foto, video, dan bahan tertulis lainnya yang dapat memberikan informasi tambahan mengenai objek penelitian (Sugiyono, 2020). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik berupa rekaman suara dan foto di Kelurahan Kranji.

4. Teknik Analisis Data

Kegiatan menganalisis data sebagai bagian merupakan kegiatan utama yang timbul dari hasil penelitian berupa saran dan kesimpulan. Penelitian ini juga menggunakan metode induktif dalam penelitiannya. Metode ini memungkinkan untuk menganalisis data yang diperoleh, yaitu data kualitatif dan data non-kuantifikasi. Teknik analisis data menggunakan metode induktif, teknik analisis dengan menggabungkan sumber pustaka dengan objek penelitian atau teknik analisis dari faktor-faktor tertentu untuk memperoleh kesimpulan (Dan & Abu Achmadi, 2016).

Analisis data dalam penelitian kualitatif bersifat induktif, di mana peneliti mengembangkan pola dan tema dari data yang dikumpulkan di lapangan (Miles & Huberman, 1994). Proses analisis data kualitatif melibatkan beberapa tahap, yaitu:

a. Reduksi Data

Reduksi data adalah suatu proses merangkum, memilah, dan memfokuskan data yang penting serta mencari tema dan pola dari data yang telah dikumpulkan (Miles & Huberman, 1994). Data yang tidak relevan atau berlebihan akan dihilangkan guna memudahkan analisis lebih lanjut.

b. Display Data

Display data adalah proses menyajikan data dalam bentuk yang mudah dimengerti, seperti tabel, grafik, atau diagram. Penyajian data ini membantu peneliti untuk melihat pola dan hubungan antar data secara lebih jelas (Miles & Huberman, 1994).

c. Kesimpulan dan Verifikasi

Kesimpulan adalah langkah terakhir dari analisis dimana peneliti menarik kesimpulan dari analisisnya. Pengecekan dilakukan untuk

memastikan bahwa kesimpulan benar-benar didukung oleh data yang ada (Miles & Huberman, 1994).

H. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab pertama berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, serta mencakup metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TEORI MODAL SOSIAL FRANCIS FUKUYAMA DAN EKSISTENSI WARUNG MADURA

Bab kedua ini akan menjabarkan tentang teori modal sosial menurut Francis Fukuyama dengan beberapa poin antara lain asumsi dasar, unsur teori, dan implementasinya yang nantinya akan diterapkan dalam konteks penelitian mengenai Eksistensi Warung Madura Dalam Membangun Modal Sosial Pada Masyarakat Urban. Selanjutnya, peneliti akan membagi menjadi beberapa sub-bab teori yang berkaitan dengan objek penelitian.

BAB III PROFIL WARUNG MADURA DI KELURAHAN KRANJI

Bab ketiga akan menjelaskan secara umum dan detail mengenai tempat penelitian Warung Madura yang berada di Kelurahan Kranji. Penjelasannya yang akan ditulis seputar sejarah dan prinsip orang Madura yang melakukan urbanisasi. Bab ini juga akan memberikan gambaran umum mengenai Kelurahan Kranji sebagai tempat penelitian dilakukan.

BAB IV BENTUK MODAL SOSIAL WARUNG MADURA DI KELURAHAN KRANJI

Bab keempat akan menyajikan bentuk-bentuk modal sosial yang terjadi di Warung Madura Kelurahan Kranji. Penjelasannya akan meliputi 5 kata kunci modal sosial yaitu kepercayaan, norma, jaringan sosial, radius kepercayaan, dan kebijakan sosial yang ada di Warung Madura Kelurahan Kranji.

BAB V PERAN MODAL SOSIAL DAN TANTANGAN WARUNG MADURA DALAM EKSISTENSI WARUNG MADURA DI KELURAHAN KRANJI

Bab kelima menguraikan bagaimana Warung Madura dapat berperan dalam mendukung interaksi sosial dan juga berisi tantangan dalam pemanfaatan modal sosial pada masyarakat urban yang kemudia akan dikaitkan menggunakan prespektif modal sosial menurut Francis Fukuyama. Bab ini merupakan ringkasan temuan utama dari

penelitian ini mengenai peran dan tantangan Warung Madura dalam membangun modal sosial, Implikasi teoritis dan praktis dari temuan penelitian ini, dan rekomendasi untuk penelitian lebih lanjut dalam dunia akademik.

BAB VI PENUTUP

Bab terakhir berisi kesimpulan yang merupakan resume dari hasil penelitian yang telah dilakukan baik jawaban yang bersifat empiris maupun bersifat teoritis terhadap permasalahan yang diangkat yang kemudian berisi juga saran untuk penelitian kedepannya.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi buku atau karya tulis yang digunakan oleh peneliti sebagai bahan referensi.

LAMPIRAN

Berisi lampiran.

BAB II

MODAL SOSIAL, WARUNG MADURA, MASYARAKAT URBAN, DAN TEORI MODAL SOSIAL FRANCIS FUKUYAMA

A. Modal Sosial, Warung Madura, dan Masyarakat Urban

1. Modal Sosial

Modal sosial merupakan sebuah konsep multidisipliner yang banyak dikaji oleh para ahli dari bidang sosiologi, ekonomi, dan ilmu politik. Secara umum, modal sosial merujuk pada kumpulan nilai, norma, serta jaringan hubungan antarindividu yang menjadi dasar terbentuknya kepercayaan dan solidaritas dalam masyarakat. Dengan adanya modal sosial yang kuat, interaksi sosial berlangsung lebih lancar karena individu-individu saling memahami dan mematuhi norma bersama, sehingga memudahkan tercapainya kerjasama untuk kepentingan kolektif.

Menurut Francis Fukuyama (2001), seorang sosiolog dan ekonom politik terkemuka, modal sosial adalah seperangkat norma informal yang dimiliki bersama oleh anggota kelompok, yang memungkinkan mereka untuk bekerjasama secara efektif. Bagi Fukuyama, unsur terpenting dari modal sosial adalah kepercayaan (*trust*), yaitu keyakinan individu bahwa orang lain akan bertindak sesuai norma dan tidak mengecewakan harapan bersama. Kepercayaan inilah yang menjadi perekat hubungan sosial serta pemicu terjadinya aksi kolektif yang produktif.

Meskipun para ahli menekankan aspek berbeda—ada yang lebih menitikberatkan pada norma, ada pula yang menekankan pada struktur jaringan—keseluruhan definisi menyiratkan bahwa modal sosial adalah sumber daya nonmateriil yang terletak dalam hubungan antarindividu. Sumber daya ini dapat dimobilisasi untuk mencapai tujuan bersama, seperti peningkatan kesejahteraan komunitas, pengembangan ekonomi lokal, maupun penyelesaian konflik sosial.

Dalam kajian dinamika sosial dan ekonomi, modal sosial dipandang sebagai salah satu faktor kunci. Modal sosial yang tinggi berkontribusi pada efektifitas kelembagaan, menurunkan biaya transaksi, dan memperkuat daya tahan masyarakat dalam menghadapi perubahan eksternal. Oleh karena itu, perbaikan dan penguatan modal sosial sering menjadi fokus utama dalam kebijakan pembangunan masyarakat dan strategi pembangunan ekonomi berkelanjutan.

Secara keseluruhan, modal sosial merupakan sumber daya nonmateriil yang terbangun dari norma, nilai, dan jaringan kepercayaan antarindividu, yang memudahkan kolaborasi dan aksi kolektif untuk mencapai tujuan bersama. Keberadaan modal sosial yang kokoh tidak hanya meningkatkan efektivitas lembaga dan menurunkan biaya transaksi, tetapi juga memperkuat ketahanan komunitas dalam menghadapi dinamika sosial dan ekonomi. Oleh karena itu, upaya pembangunan masyarakat yang berkelanjutan perlu menitikberatkan pada pengembangan dan penguatan modal sosial sebagai fondasi utama kesejahteraan bersama.

2. Warung Madura

Warung Madura muncul sebagai salah satu fenomena sosial-ekonomi yang unik di Indonesia, ditandai oleh karakteristik bisnis dan budaya yang melekat pada komunitas asal Madura. Keberadaannya tidak hanya sekadar menyajikan beragam kebutuhan harian atau makanan khas, melainkan juga menjadi cerminan adaptasi ekonomi masyarakat Madura yang berpindah-migrasi ke kota-kota besar. Dalam konteks urban, warung ini kerap dipilih karena kecepatan pelayanan, harga terjangkau, dan keterikatan budaya yang kuat antar pemilik dan pelanggannya. Seiring berjalannya waktu, definisi konseptual Warung Madura terus berkembang untuk menangkap peran ganda yang dimainkan. Pada tahap awal, warung tersebut lebih banyak dipandang sebagai unit bisnis mikro dalam sektor ekonomi informal. Namun, dinamika masyarakat urban memunculkan kebutuhan untuk melihat warung ini dari sudut pandang yang lebih luas, termasuk dimensi sosial-budaya yang melekat dalam interaksi di dalamnya.

Herliyana (2021) memperluas cakupan konseptual Warung Madura dengan menekankan fungsi sosial-budaya sebagai ruang interaksi komunitas migran Madura di kota besar. Dalam kajiannya, Herliyana mengartikan warung ini sebagai manifestasi adaptasi ekonomi, di mana pemiliknya tidak hanya menjalankan usaha untuk keuntungan finansial, melainkan juga membangun jejaring sosial yang kuat. Warung menjadi forum berbagi informasi pekerjaan, pembentukan solidaritas, hingga sarana mempertahankan identitas kultural Madura.

Melanjutkan temuan sebelumnya, Sholeh (2022) menawarkan definisi yang lebih komprehensif. Ia mendefinisikan Warung Madura sebagai entitas sosio-ekonomi yang memadukan nilai warisan budaya Madura, kebutuhan ekonomi urban, dan keinginan masyarakat perkotaan untuk mendapat akses cepat terhadap

kebutuhan sehari-hari. Sholeh menegaskan bahwa warung ini menjadi penghubung antara ekonomi formal dan informal, sekaligus jembatan antara tradisi dan modernitas di lanskap kota.

Dari kedua definisi tersebut terlihat bahwa Warung Madura jauh melampaui fungsi ekonominya. Ia membangun konstruksi sosial-budaya yang kompleks, di mana nilai-nilai tradisional seperti gotong royong, kekeluargaan, dan solidaritas terintegrasi dalam dinamika perdagangan ekonomi mikro. Dengan demikian, keberadaan Warung Madura turut merespons tuntutan modernitas tanpa mengabaikan akar budaya komunitasnya.

Dalam praktiknya, Warung Madura beroperasi pada spektrum yang membentang antara ekonomi informal—dengan modal kecil dan skala usaha mikro—dan ekonomi formal—karena kemampuannya membangun jaringan pembeli yang luas dan terkadang terstruktur. Hal ini mewujudkan sebuah ekosistem bisnis yang fleksibel, memfasilitasi penyerapan tenaga kerja migran, sekaligus memperkaya keragaman ruang komersial di lingkungan urban Indonesia.

Dengan merujuk pada penelitian Herliyana (2021) dan Sholeh (2022), dapat disimpulkan bahwa Warung Madura bukan sekadar warung biasa. Ia adalah fenomena sosial-ekonomi yang menyatukan warisan budaya, strategi adaptasi ekonomi migran, dan kebutuhan masyarakat perkotaan. Warung Madura telah menjadi ruang sosial serta entitas bisnis yang memainkan peran penting dalam menavigasi perubahan budaya dan ekonomi di kota-kota besar Indonesia.

3. Masyarakat Urban

Kajian mengenai masyarakat urban telah menjadi salah satu pusat perhatian utama dalam bidang sosiologi dan antropologi perkotaan karena kompleksitas interaksi sosial yang terjadi di dalamnya. Seiring pertumbuhan kota dan dinamika perkotaan, para ahli terus mengembangkan definisi konseptual masyarakat urban agar dapat menggambarkan fenomena sosial yang semakin rumit. Kajian ini mencakup berbagai aspek, mulai dari struktur sosial hingga pengaruh teknologi dan ruang dalam membentuk relasi antarmanusia di lingkungan perkotaan.

Emile Durkheim mengemukakan bahwa masyarakat urban dicirikan oleh solidaritas organik, yakni kondisi di mana ikatan sosial terbentuk melalui pembagian kerja yang kompleks dan saling ketergantungan antarindividu. Dalam konteks ini, perbedaan fungsi dan spesialisasi pekerjaan justru memperkuat kohesi sosial meski hubungan antarpelaku cenderung bersifat impersonal. Pandangan

Durkheim kontras dengan solidaritas mekanik yang umumnya muncul di masyarakat pedesaan, di mana kesamaan nilai dan pekerjaan menghasilkan ikatan yang lebih homogen.

Berbeda dengan Durkheim, Manuel Castells memandang masyarakat urban sebagai suatu entitas sosial-spasial yang terbentuk dari interaksi erat antara ruang kota, perkembangan teknologi, dan pola-pola sosial masyarakat. Menurut Castells, teknologi—terutama informasi dan komunikasi—memainkan peran sentral dalam membentuk struktur urban modern, karena memungkinkan mobilitas tinggi dan jaringan sosial yang melampaui batas geografis. Ruang perkotaan itu sendiri bukan sekadar latar fisik, melainkan produk interaksi sosial yang terus berubah sesuai dinamika teknologi dan kebutuhan warganya.

Dari berbagai pendefinisian di atas, dapat disimpulkan bahwa masyarakat urban merupakan entitas sosial yang kompleks, dicirikan oleh heterogenitas penduduknya, mobilitas yang tinggi, serta hubungan sosial impersonal yang lebih menekankan fungsionalitas daripada kesamaan budaya. Selain itu, masyarakat urban harus adaptif terhadap perubahan cepat di lingkungan perkotaan, termasuk kemajuan teknologi dan pergeseran ruang publik. Dengan demikian, karakteristik unik masyarakat urban tidak hanya bersifat sosial dan psikologis, tetapi juga spasial dan teknologis, yang bersama-sama membentuk dinamika kehidupan kota modern.

Masyarakat urban merupakan entitas sosial yang sangat kompleks, ditandai oleh heterogenitas penduduk dan mobilitas tinggi yang terus meningkat seiring perkembangan kota. Solidaritas organik yang dikemukakan Durkheim menegaskan bahwa kohesi sosial terbentuk dari ketergantungan fungsional melalui spesialisasi kerja, meski hubungan antarmanusia cenderung bersifat impersonal. Selain itu, interaksi dinamis antara ruang perkotaan, teknologi informasi, dan pola sosial membentuk struktur sosial-spasial yang fleksibel dan selalu berubah sesuai kebutuhan warganya. Karakter impersonal dan adaptif masyarakat urban menuntut kemampuan inovasi dalam merespons tantangan lingkungan perkotaan yang dinamis. Oleh karena itu, pemahaman menyeluruh terhadap aspek sosial, psikologis, spasial, dan teknologi menjadi kunci utama untuk merancang kebijakan dan strategi pembangunan kota yang inklusif dan berkelanjutan.

4. Modal Sosial dalam Surah Al-Mu'minin Ayat 8

Modal sosial dalam perspektif Islam merupakan konsep yang memiliki akar kuat dalam ajaran dan tradisi Islam, menjembatani nilai-nilai spiritual dengan

interaksi sosial masyarakat. Konsep ini tidak hanya mencakup aspek-aspek konvensional seperti jaringan, norma, dan kepercayaan, tetapi juga memiliki dimensi spiritual yang mendalam yang membedakannya dari teori modal sosial Barat. Dalam Islam, kepercayaan (amanah) menjadi komponen esensial modal sosial yang diajarkan langsung melalui Al-Qur'an dan hadits, menciptakan fondasi untuk kerjasama sosial yang efektif dan berkelanjutan. Peneliti ingin mengeksplorasi bagaimana konsep amanah dalam Al-Qur'an surat Al-Mu'minun ayat 8 berkaitan erat dengan teori modal sosial modern, serta bagaimana nilai-nilai Islam berkontribusi pada pembentukan modal sosial yang tidak hanya bertujuan untuk kesejahteraan material tetapi juga kebahagiaan spiritual.

a. Fondasi Sosial dalam Ajaran Islam

Modal sosial dalam perspektif Islam memiliki akar yang kuat dalam ajaran agama dan praktik sosial umat Muslim yang telah berlangsung selama berabad-abad. Konsep ini mencakup nilai-nilai, norma, dan jaringan sosial yang memfasilitasi kerjasama dan tindakan kolektif dalam masyarakat Islam yang didasarkan pada prinsip-prinsip yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadits. Dalam konteks Islam, modal sosial tidak hanya dipandang sebagai alat untuk mencapai tujuan duniawi, tetapi juga sebagai sarana untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT dan mencapai kesejahteraan di dunia dan akhirat (*falah*). Hal ini memberikan dimensi unik pada modal sosial Islam yang tidak ditemukan dalam konsep modal sosial konvensional yang lebih berfokus pada aspek material dan sosial semata.

Islam mengajarkan bahwa hubungan antar manusia (*hablumminannas*) sama pentingnya dengan hubungan manusia dengan Allah (*hablumminallah*), menciptakan keseimbangan yang menjadi ciri khas modal sosial Islam. Ajaran tentang persaudaraan (*ukhuwah*), tolong-menolong (*ta'awun*), dan musyawarah (*syura*) menjadi pilar penting dalam membangun jaringan sosial yang kuat di antara umat Muslim. Nilai-nilai ini tidak hanya diajarkan secara teoretis tetapi juga dipraktikkan dalam kehidupan sehari-hari melalui lembaga-lembaga sosial Islam seperti masjid, pesantren, dan organisasi kemasyarakatan Islam yang menjadi wadah pembentukan dan pengembangan modal sosial.

Sejarah Islam menunjukkan bagaimana Nabi Muhammad SAW membangun masyarakat Madinah yang heterogen melalui penerapan nilai-

nilai modal sosial yang kuat, tercermin dalam Piagam Madinah yang menjadi landasan konstitusional pertama yang mengatur hubungan antar komunitas. Komunitas yang dibangun Nabi tidak hanya menekankan solidaritas di antara umat Muslim, tetapi juga menjalin hubungan harmonis dengan komunitas non-Muslim, menciptakan jaringan sosial yang inklusif dan kohesif. Penekanan pada keadilan sosial (*al-'adalah*), kesetaraan (*musawah*), dan penghormatan terhadap hak asasi manusia menjadikan modal sosial Islam relevan tidak hanya dalam konteks masyarakat Muslim tetapi juga dalam masyarakat pluralis modern.

b. Amanah Sebagai Komponen Kunci Modal Sosial Islam

Dalam perspektif Islam, modal sosial juga mencakup konsep amanah (kepercayaan) yang menjadi dasar bagi interaksi sosial dan ekonomi dalam masyarakat Muslim. Al-Qur'an secara eksplisit menyebutkan pentingnya menjaga amanah dalam surat Al-Mu'minun ayat 8:

وَالَّذِينَ هُمْ لِأَمْتِهِمْ وَعَهْدِهِمْ رَاعُونَ

walladzîna hum li'amânâtihi wa 'ahdihim râ'ûn (QS. Al-Mu'minun : 8)

"(Sungguh beruntung pula) orang-orang yang memelihara amanat dan janji mereka." (QS. Al-Mu'minun : 8)

Ayat ini merupakan salah satu dari rangkaian ayat yang mendeskripsikan sifat-sifat orang mukmin yang beruntung, menekankan bahwa menjaga kepercayaan dan memenuhi janji merupakan kualitas esensial seorang mukmin yang sukses baik di dunia maupun di akhirat.

Para mufassir (ahli tafsir) seperti Ibnu Katsir dan at-Tabari menafsirkan ayat ini sebagai perintah komprehensif untuk menjaga segala bentuk kepercayaan yang diberikan, baik dalam urusan agama maupun duniawi. Amanah dalam Islam memiliki cakupan yang sangat luas, meliputi tanggung jawab terhadap Allah SWT, terhadap sesama manusia, dan bahkan terhadap diri sendiri. Dalam konteks hubungan dengan Allah, amanah mencakup pelaksanaan ibadah dan kewajiban agama, sedangkan dalam konteks sosial, amanah meliputi pemenuhan hak-hak orang lain, pelaksanaan tugas dan

tanggung jawab sosial, serta penjagaan kepercayaan yang diberikan oleh masyarakat.

Konsep amanah dalam Islam tidak hanya terbatas pada aspek moral tetapi juga memiliki implikasi praktis dalam berbagai bidang kehidupan, termasuk politik, ekonomi, dan sosial. Dalam bidang ekonomi, amanah mendasari transaksi dan kontrak bisnis yang menuntut kejujuran dan transparansi. Dalam bidang politik, amanah menjadi prinsip dasar kepemimpinan yang menuntut pemimpin untuk bertindak demi kemaslahatan rakyat, bukan kepentingan pribadi. Dalam bidang sosial, amanah membangun kepercayaan antar individu dan kelompok yang menjadi prasyarat bagi terciptanya kohesi sosial dan kerjasama yang efektif dalam masyarakat.

Mengingat pentingnya amanah dalam kehidupan sosial, Islam menetapkan sanksi moral dan hukum yang tegas bagi pelanggaran amanah. Hadits Nabi Muhammad SAW menyebutkan bahwa khianat (pengkhianatan terhadap amanah) merupakan salah satu tanda kemunafikan. Ini menunjukkan bahwa dalam perspektif Islam, menjaga amanah tidak hanya berkaitan dengan harmoni sosial tetapi juga integritas iman seseorang. Penanaman nilai amanah dimulai dari lingkungan keluarga melalui pendidikan karakter dan keteladanan, kemudian diperkuat melalui lembaga pendidikan formal dan informal, serta dipraktikkan dalam kehidupan bermasyarakat yang lebih luas.

c. Dimensi Spiritual dalam Modal Sosial Islam

Salah satu aspek yang membedakan modal sosial dalam perspektif Islam dengan konsep modal sosial konvensional adalah adanya dimensi spiritual yang mendalam. Dalam Islam, modal sosial tidak hanya bertujuan untuk mencapai kesejahteraan material dan kohesi sosial, tetapi juga untuk mendapatkan ridha Allah SWT dan keselamatan di akhirat. Tindakan menjaga amanah dan membangun kepercayaan sosial dipandang sebagai ibadah yang memiliki nilai spiritual, bukan sekadar transaksi sosial yang bernilai pragmatis. Hal ini memberikan motivasi dan landasan etis yang lebih kuat bagi pembentukan dan pemeliharaan modal sosial dalam masyarakat Muslim.

Dimensi spiritual ini tercermin dalam konsep niat (*intention*) yang menjadi prasyarat validitas tindakan dalam Islam. Hadits Nabi menyebutkan bahwa "sesungguhnya setiap amal tergantung pada niatnya" (*innama al-a'malu bin-niyyat*), menekankan pentingnya motivasi internal dalam setiap tindakan. Dalam konteks modal sosial, ini berarti bahwa tindakan membangun kepercayaan dan kerjasama sosial tidak hanya dievaluasi berdasarkan hasil eksternal, tetapi juga berdasarkan niat dan motivasi pelakunya. Modal sosial yang dibangun dengan niat ibadah dan mencari ridha Allah dipandang memiliki keberkahan (*barakah*) yang dapat melipatgandakan manfaat sosialnya.

Konsep amanah dalam Islam juga memiliki dimensi eskatologis yang berkaitan dengan pertanggungjawaban di akhirat. Al-Qur'an menyebutkan bahwa setiap individu akan dimintai pertanggungjawaban atas amanah yang diberikan kepadanya di hari kiamat. Perspektif jangka panjang yang melampaui kehidupan dunia ini memberi bobot moral yang lebih besar pada tindakan menjaga amanah, bahkan ketika tidak ada pengawasan atau sanksi sosial yang langsung. Ini menciptakan mekanisme kontrol internal yang lebih kuat dibandingkan dengan sanksi eksternal semata, memperkuat fondasi modal sosial dalam masyarakat Islam.

Spiritualitas dalam modal sosial Islam juga tercermin dalam konsep ihsan yang mengajarkan untuk melakukan yang terbaik dalam setiap tindakan seolah-olah dilihat oleh Allah. Dalam konteks sosial, ini berarti tidak hanya memenuhi kewajiban sosial secara minimal, tetapi berusaha memberikan yang terbaik dalam setiap interaksi sosial. Konsep ini mendorong individu untuk melampaui ekspektasi dalam menjaga amanah dan membangun kepercayaan, menciptakan modal sosial dengan kualitas yang lebih tinggi. Dengan spiritualitas sebagai dimensi integral, modal sosial Islam tidak hanya bertujuan untuk kesejahteraan material atau sosial, tetapi juga untuk kesempurnaan moral dan spiritual manusia.

Modal sosial dalam perspektif Islam memiliki fondasi yang sangat kuat dalam ajaran agama, khususnya melalui penekanan pada konsep amanah seperti yang terdapat dalam Al-Qur'an surat Al-Mu'minun ayat 8. Amanah, yang secara harfiah berarti kepercayaan atau tanggung jawab, merupakan nilai inti dalam Islam yang

mengatur hubungan manusia dengan sesamanya maupun dengan Allah SWT. Nilai ini menuntut setiap individu untuk menjalankan tugas dan tanggung jawabnya dengan jujur, adil, dan penuh rasa tanggung jawab. Dengan demikian, landasan keagamaan ini tidak hanya bersifat normatif, tetapi juga membentuk karakter dan etos sosial umat Islam dalam kehidupan sehari-hari.

Jika dibandingkan dengan teori modal sosial, terdapat persamaan mendasar berupa pentingnya kepercayaan (*trust*) sebagai motor penggerak terciptanya kerjasama sosial. Namun, modal sosial dalam Islam menawarkan dimensi spiritual yang lebih dalam dan cakupan yang lebih luas. Kepercayaan bukan hanya bersifat horizontal antar sesama manusia, tetapi juga vertikal kepada Allah SWT. Ketika nilai amanah diinternalisasi dan dipraktikkan dalam kehidupan masyarakat Muslim, terbentuklah lingkungan sosial yang kondusif bagi terciptanya kepercayaan, kerjasama, serta koordinasi yang efektif demi mewujudkan tujuan bersama.

B. Modal Sosial Francis Fukuyama dalam Eksistensi Warung Madura

1. Riwayat Hidup Francis Fukuyama dan Teori Modal Sosial

Francis Yoshihiro Fukuyama (lahir 27 Oktober 1952 di Chicago, Illinois) adalah ilmuwan politik dan ekonom Amerika Serikat yang terkenal melalui karya-karya seminalnya tentang demokrasi liberal, tatanan politik global, dan modal sosial. Sebagai *Olivier Nomellini Senior Fellow* di *Freeman Spogli Institute for International Studies*, Universitas Stanford, Fukuyama telah menjadi salah satu pemikir paling berpengaruh dalam wacana politik kontemporer (Fukuyama, 2024; Stanford University, 2024). Berikut adalah riwayat pendidikan, pengalaman, dan karya utama dari Francis Fukuyama:

a. Riwayat Pendidikan

1) Sarjana (B.A.) Ilmu Klasik

Universitas Cornell (lulus 1974), mempelajari filsafat politik di bawah bimbingan Allan Bloom (Fukuyama, 2024).

2) Doktor (Ph.D.) Ilmu Politik

Universitas Harvard (lulus 1981), dengan tesis tentang ancaman intervensi Soviet di Timur Tengah (Fukuyama, 2024).

b. Pengalaman Profesional

1) Akademik

- a) Universitas Stanford (2010–sekarang): Direktur Program Magister Kebijakan Internasional dan peneliti senior di *Center on Democracy, Development, and the Rule of Law* (Fukuyama, 2024).
 - b) Universitas Johns Hopkins (2001–2010): Profesor Ekonomi Politik Internasional (Carnegie Endowment, 2024).
- 2) Kebijakan Publik
 - a) Departemen Luar Negeri AS (1981–1982, 1989–1990): Anggota tim perencanaan kebijakan untuk Timur Tengah dan Eropa (Fukuyama, 2024).
- 3) Penghargaan
 - a) *Riggs Award for Lifetime Achievement* (2024) untuk kontribusi dalam administrasi publik (Fukuyama, 2024).
- c. Karya Utama
 - 1) *The End of History and the Last Man* (1992)
Argumen tentang kemenangan demokrasi liberal pasca-Perang Dingin (Fukuyama, 1992)
 - 2) *Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity* (1995)
Analisis modal sosial sebagai fondasi kemakmuran ekonomi (Fukuyama, 1995).
 - 3) *Identity: The Demand for Dignity and the Politics of Resentment* (2018)
Eksplorasi politik identitas dan dampaknya terhadap kohesi sosial (Fukuyama, 2018).

Dalam era globalisasi dan transformasi sosial yang pesat, pemahaman terhadap modal sosial menjadi semakin krusial untuk membangun masyarakat yang berkelanjutan dan sejahtera. Francis Fukuyama, melalui karya monumentalnya "*Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity*" (1995), telah memberikan kontribusi signifikan dalam memahami bagaimana kepercayaan, norma sosial, dan jaringan kemasyarakatan dapat menjadi kekuatan pendorong pembangunan ekonomi dan stabilitas sosial. Berikut ini akan diuraikan secara sistematis lima pilar utama teori modal sosial Fukuyama yang telah terbukti relevan dalam berbagai konteks sosial-ekonomi di seluruh dunia:

a. Kepercayaan

Fukuyama mendefinisikan kepercayaan sebagai "harapan akan perilaku jujur, teratur, dan kooperatif yang muncul dari norma-norma bersama dalam

masyarakat" (Fukuyama, 1995, hlm. 26). Kepercayaan mengurangi biaya transaksi ekonomi dan memfasilitasi kolaborasi lintas kelompok. Contohnya, masyarakat Jepang dan Jerman, dengan tingkat kepercayaan tinggi, mampu membangun institusi ekonomi berskala besar (Fukuyama, 1995).

b. Norma

Norma informal seperti resiprositas (timbal balik) dan kejujuran menjadi dasar kerja sama. Fukuyama (2005) menegaskan bahwa norma-norma ini tidak hanya mengikat individu dalam kelompok kecil, tetapi juga membentuk etos kolektif yang mendukung pembangunan. Misalnya, tradisi kumpo kampo di Indonesia menunjukkan bagaimana norma gotong royong memperkuat kohesivitas komunitas (Bate, 2020).

c. Jaringan Sosial

Jaringan sosial mencakup asosiasi sukarela seperti LSM, gereja, atau kelompok bisnis. Menurut Fukuyama (2002), jaringan ini berfungsi sebagai saluran pertukaran informasi dan sumber daya. Namun, efektivitasnya tergantung pada radius kepercayaan—sejauh mana kepercayaan meluas di luar lingkaran intim (keluarga atau kelompok etnis). Masyarakat dengan radius sempit (misalnya Amerika Latin) cenderung terfragmentasi, sedangkan radius luas (misalnya Jepang) mendorong inovasi institusional (Fukuyama, 1995).

d. Radius Kepercayaan

Radius kepercayaan menentukan kemampuan masyarakat membangun institusi inklusif. Fukuyama (2001) mencontohkan AARP (Asosiasi Pensiunan Amerika) yang memiliki radius terbatas: anggota hanya berinteraksi terkait isu pensiun, bukan isu sosial luas. Sebaliknya, gereja atau organisasi berbasis agama sering memperluas radius kepercayaan ke isu kemanusiaan (Fukuyama, 2001).

e. Kebijakan Sosial

Fukuyama menekankan bahwa kebijakan publik harus memperkuat modal sosial melalui:

- 1) Pendidikan Kewarganegaraan: Mendorong partisipasi dalam organisasi sipil untuk memperluas radius kepercayaan (Fukuyama, 1995).

- 2) Pengurangan Ketimpangan: Ketimpangan ekonomi melemahkan kepercayaan dan memicu konflik sosial (Fukuyama, 2008).
- 3) Dukungan untuk LSM: Institusi intermediasi seperti LSM dapat menjembatani fragmentasi sosial (Fukuyama, 2002).

Dengan demikian, teori Fukuyama tidak hanya menjelaskan mekanisme kerja modal sosial tetapi juga memberikan peta jalan bagi pembangunan yang berpusat pada manusia. Kepercayaan, norma, jaringan, dan kebijakan yang inklusif adalah pilar yang saling terkait, yang jika diperkuat, mampu menciptakan masyarakat yang resilien dalam menghadapi tantangan global.

2. Asumsi Dasar Teori Modal Sosial Francis Fukuyama

Teori modal sosial yang dikembangkan oleh Francis Fukuyama menawarkan perspektif mendalam tentang bagaimana nilai-nilai sosial, budaya, dan kepercayaan berperan dalam pembangunan ekonomi dan keberlanjutan institusi sosial. Kajian ini menunjukkan bahwa modal sosial merupakan faktor krusial yang menentukan keberhasilan berbagai bentuk usaha, termasuk usaha mikro seperti Warung Madura. Warung Madura, sebagai fenomena bisnis informal yang telah bertahan selama beberapa generasi, menyajikan studi kasus yang menarik tentang bagaimana prinsip-prinsip modal sosial Fukuyama dapat diaplikasikan dalam konteks ekonomi riil di Indonesia.

Teori Fukuyama berangkat dari asumsi bahwa kepercayaan (*trust*) adalah elemen fundamental dalam modal sosial. Ia mengemukakan bahwa kepercayaan merupakan harapan yang muncul dalam sebuah komunitas dengan perilaku teratur, jujur, dan kooperatif, berdasarkan norma-norma yang dianut bersama. Kepercayaan ini menjadi pelumas sosial yang memungkinkan kelompok atau organisasi berfungsi lebih efisien karena anggotanya memiliki ekspektasi yang sama dan saling mempercayai satu sama lain.

Fukuyama berpendapat bahwa masyarakat dengan tingkat kepercayaan yang tinggi cenderung lebih efisien dan produktif karena dapat mengurangi biaya transaksi dalam interaksi sosial dan ekonomi. Ketika kepercayaan sudah terbangun, kebutuhan akan pengawasan, regulasi formal, dan penegakan aturan menjadi berkurang, sehingga sumber daya dapat dialokasikan untuk kegiatan yang lebih produktif. Masyarakat dengan modal sosial yang kuat memiliki keunggulan kompetitif dibandingkan dengan masyarakat yang rendah tingkat kepercayaannya.

Asumsi lainnya adalah bahwa modal sosial dapat dibangun dan dikembangkan melalui penguatan nilai-nilai dan norma-norma positif dalam masyarakat. Fukuyama menyoroti pentingnya institusi formal maupun informal dalam memfasilitasi pembentukan dan penguatan modal sosial. Warisan budaya, agama, tradisi, dan pengalaman sejarah kolektif turut berperan dalam membentuk landasan nilai yang mendukung tumbuhnya kepercayaan interpersonal maupun institusional dalam suatu komunitas. Teori Fukuyama berlandaskan beberapa asumsi dasar yang relevan dengan eksistensi Warung Madura:

a. Kepercayaan sebagai Fondasi Keberlanjutan Warung Madura

Fukuyama menekankan bahwa kepercayaan adalah elemen fundamental dari modal sosial, dan hal ini terejawantahkan dengan jelas dalam praktik bisnis Warung Madura. Kepercayaan ini dibangun bukan melalui perangkat hukum formal atau perjanjian tertulis, melainkan melalui konsistensi layanan 24 jam, kualitas produk yang terpelihara dari waktu ke waktu, dan hubungan personal yang erat dengan pelanggan. Konsistensi ini menciptakan ekspektasi yang dapat diandalkan oleh konsumen, sehingga mereka tidak ragu untuk kembali berulang kali.

Dalam konteks Warung Madura 24 jam, konsep kepercayaan ini memiliki dimensi yang lebih luas, yakni sebagai mekanisme yang mendukung seluruh ekosistem bisnis informal. Menurut Fukuyama, kepercayaan dalam masyarakat dapat menggantikan kebutuhan akan peraturan formal yang ketat. Fenomena ini terlihat jelas dalam transaksi harian di Warung Madura, di mana tidak ada kontrak tertulis atau sistem formal yang mengatur interaksi antara penjual dan pembeli. Sebagai gantinya, reputasi warung dan ikatan interpersonal menjadi jaminan utama dalam setiap transaksi.

Kepercayaan yang terbangun juga memungkinkan terbentuknya sistem kredit informal di kalangan pelanggan tetap. Pemilik warung sering memberikan kelonggaran pembayaran bagi pelanggan tetap yang sedang kesulitan finansial, tanpa bunga atau persyaratan formal lainnya. Sistem "bon" atau hutang ini bertumpu sepenuhnya pada kepercayaan bahwa pelanggan akan membayar pada waktunya. Mekanisme ini tidak hanya

memperkuat ikatan sosial, tetapi juga menciptakan loyalitas pelanggan yang berdampak positif pada keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

b. Efisiensi Ekonomi melalui Jaringan Kepercayaan

Modal sosial yang kuat dapat secara signifikan mengurangi biaya transaksi dalam interaksi ekonomi, sebuah prinsip yang dimanfaatkan secara optimal oleh Warung Madura dalam operasional sehari-hari mereka. Jaringan kepercayaan yang terbangun antara pemilik warung dengan pemasok memungkinkan mereka memperoleh pasokan barang dengan harga yang lebih kompetitif, tanpa perlu menandatangani kontrak formal atau melalui proses negosiasi yang rumit setiap kali melakukan pembelian. Efisiensi ini pada akhirnya ditransfer kepada konsumen dalam bentuk harga yang terjangkau.

Fukuyama berpendapat bahwa kepercayaan berkontribusi pada keberlanjutan ekonomi, terutama dalam komunitas kecil, dan Warung Madura menjadi bukti nyata dari prinsip ini. Sebagai salah satu pilar ekonomi mikro di lingkungan tertentu, Warung Madura menciptakan ekosistem ekonomi yang saling menguntungkan dengan melibatkan berbagai pihak dalam rantai nilai. Kepercayaan antara pemilik warung, pelanggan, dan pemasok memungkinkan roda ekonomi kecil ini terus berputar bahkan dalam situasi ekonomi yang tidak stabil.

Selain itu, efisiensi ekonomi juga terlihat dari kemampuan Warung Madura untuk meminimalkan biaya operasional melalui manajemen inventori yang cerdas. Berdasarkan pengalaman dan kepercayaan terhadap pola konsumsi pelanggan, pemilik warung dapat memperkirakan dengan tepat jumlah stok yang harus disediakan, sehingga mengurangi kerugian akibat produk yang tidak terjual atau kadaluarsa. Praktik ini menunjukkan bagaimana modal sosial dalam bentuk pengetahuan dan kepercayaan terhadap komunitas dapat diterjemahkan menjadi keputusan bisnis yang efisien secara ekonomi.

c. Pengaruh Budaya dalam Praktik Bisnis Warung Madura

Fukuyama berpendapat bahwa modal sosial berakar kuat pada nilai-nilai budaya yang dianut oleh suatu masyarakat. Dalam kasus Warung Madura, nilai-nilai budaya Madura seperti kerja keras, keuletan, dan kewirausahaan tidak hanya menjadi landasan filosofis, tetapi juga termanifestasi dalam

praktik bisnis sehari-hari. Etos kerja yang tinggi terlihat dari kesediaan pemilik warung untuk beroperasi 24 jam, menghadapi berbagai tantangan operasional demi memenuhi kebutuhan pelanggan kapanpun dibutuhkan.

Warung Madura secara konsisten mengintegrasikan nilai-nilai luhur budaya Madura ke dalam setiap aspek praktik bisnis mereka, menciptakan model usaha yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga berakar kuat pada kearifan lokal. Keuletan sebagai nilai budaya Madura terlihat jelas dalam cara mereka menghadapi berbagai tantangan di dunia usaha, baik itu persaingan pasar, fluktuasi harga bahan pokok, maupun perubahan kebutuhan konsumen. Mereka selalu berusaha untuk beradaptasi tanpa mengorbankan kualitas layanan atau identitas budaya yang mereka junjung tinggi.

Lebih dari sekadar tempat berjualan, Warung Madura juga berfungsi sebagai media untuk memperkenalkan dan melestarikan nilai-nilai budaya Madura kepada masyarakat luas. Melalui interaksi sehari-hari, produk yang ada, hingga nuansa visual warung, mereka tidak hanya menawarkan produk atau jasa, tetapi juga menyampaikan pesan tentang pentingnya menghargai nilai-nilai tradisional dalam kehidupan modern. Dengan demikian, Warung Madura tidak hanya menjadi contoh sukses dalam dunia bisnis, tetapi juga menjadi simbol kebanggaan budaya yang mampu menunjukkan bahwa nilai-nilai lokal dapat berjalan seiring dengan perkembangan zaman.

d. Radius Kepercayaan dan Ekspansi Sosial Warung Madura

Konsep radius kepercayaan yang dikemukakan Fukuyama menggambarkan sejauh mana kepercayaan dapat meluas di luar lingkaran keluarga atau kelompok etnis terdekat. Fenomena Warung Madura menawarkan contoh menarik tentang bagaimana sebuah usaha yang awalnya beroperasi berdasarkan kepercayaan dalam komunitas etnis yang homogen, mampu memperluas radius kepercayaannya ke masyarakat urban yang jauh lebih heterogen. Keberhasilan ekspansi sosial ini tidak terjadi secara kebetulan, melainkan hasil dari upaya konsisten untuk membangun reputasi dan kepercayaan lintas kelompok sosial.

Warung Madura berhasil beradaptasi dengan kebutuhan dan preferensi masyarakat perkotaan yang beragam, tanpa meninggalkan nilai-nilai dasar dan identitas budaya yang menjadi kekuatan mereka. Pemilik warung secara

aktif mempelajari dan memahami karakteristik pelanggan dari berbagai latar belakang, menyesuaikan menu dan pelayanan agar sesuai dengan selera lokal, namun tetap mempertahankan ciri khas yang membedakan mereka dari kompetitor. Pendekatan adaptif ini memperluas radius kepercayaan mereka melampaui batas-batas etnis dan geografis.

Perluasan radius kepercayaan ini menjadikan Warung Madura sebagai jembatan budaya yang menghubungkan nilai-nilai tradisional dengan dinamika kehidupan perkotaan modern. Pelanggan dari berbagai latar belakang etnis dan sosial merasa nyaman berinteraksi dengan Warung Madura karena adanya kepercayaan bahwa mereka akan mendapatkan layanan yang konsisten dan jujur. Fenomena ini mengkonfirmasi tesis Fukuyama bahwa modal sosial yang kuat tidak terbatas pada lingkaran sempit, melainkan dapat diperluas untuk menciptakan jaringan kepercayaan yang lebih luas yang bermanfaat bagi pembangunan ekonomi dan kohesi sosial.

Teori modal sosial Fukuyama menyediakan kerangka analisis yang berharga untuk memahami fenomena keberlanjutan Warung Madura dalam lanskap ekonomi Indonesia. Kepercayaan sebagai elemen fundamental modal sosial telah menjadi fondasi yang kokoh bagi keberhasilan dan keberlanjutan model bisnis ini. Melalui praktik-praktik seperti konsistensi layanan, kejujuran dalam bertransaksi, dan penerapan nilai-nilai budaya yang positif, Warung Madura telah membuktikan bahwa bisnis informal pun dapat bertahan dan berkembang dalam jangka panjang.

Studi kasus Warung Madura memberikan pelajaran berharga tentang bagaimana modal sosial dapat dibangun, dipertahankan, dan diperluas untuk menciptakan model bisnis yang berkelanjutan. Nilai-nilai seperti kepercayaan, kerja sama, dan adaptabilitas budaya bukan hanya konsep teoretis, melainkan aset nyata yang dapat ditransformasikan menjadi keunggulan kompetitif dalam dunia bisnis. Bagi pembuat kebijakan dan pelaku usaha mikro lainnya, pemahaman terhadap dinamika modal sosial ini dapat menjadi landasan untuk mengembangkan strategi pemberdayaan ekonomi yang lebih efektif dan berkelanjutan.

3. Konsep Kunci Teori Modal Sosial Francis Fukuyama

Teori Modal Sosial yang dikembangkan oleh Francis Fukuyama memberikan pemahaman yang komprehensif tentang bagaimana nilai-nilai sosial, kepercayaan, dan

norma dapat menjadi sumber daya strategis dalam membangun jaringan ekonomi yang kuat. Fukuyama melihat modal sosial sebagai fondasi penting yang mendukung kerja sama ekonomi dan memperkuat ikatan sosial yang produktif dalam berbagai konteks masyarakat. Dalam konteks Warung Madura, modal sosial termanifestasi dalam bentuk nilai-nilai bersama, norma-norma informal, dan jaringan kerjasama yang telah membentuk identitas unik dan ketahanan bisnis warung ini di berbagai daerah. Artikel ini akan mengeksplorasi secara mendalam bagaimana teori modal sosial Fukuyama terimplementasi dalam fenomena sosial-ekonomi Warung Madura yang telah menjadi bagian integral dari lanskap bisnis Indonesia.

Francis Fukuyama, seorang ilmuwan politik Amerika keturunan Jepang, telah memberikan kontribusi signifikan dalam perkembangan teori modal sosial melalui perspektif yang menekankan peran kepercayaan dalam masyarakat. Fukuyama mendefinisikan modal sosial sebagai seperangkat nilai atau norma informal yang dimiliki bersama di antara anggota suatu kelompok yang memungkinkan terjadinya kerja sama di antara mereka. Definisi ini berbeda dengan pendekatan teoretikus lain yang lebih menekankan pada struktur jaringan, karena Fukuyama melihat nilai-nilai dan norma sebagai inti dari modal sosial. Dalam pandangannya, kepercayaan (trust) menjadi elemen kunci yang menentukan seberapa besar modal sosial dapat bertumbuh dalam suatu komunitas atau masyarakat. Fukuyama berargumen bahwa masyarakat dengan tingkat kepercayaan tinggi cenderung memiliki institusi sosial dan ekonomi yang lebih efisien dan produktif dibandingkan dengan masyarakat yang tingkat kepercayaannya rendah.

Lebih jauh, Fukuyama menekankan bahwa modal sosial tidak hanya menjadi perekat sosial tetapi juga menjadi pendorong pertumbuhan ekonomi. Dalam karyanya *"Trust: The Social Virtues and The Creation of Prosperity"* (1995), Fukuyama menunjukkan bagaimana budaya kepercayaan dalam berbagai masyarakat berpengaruh terhadap kemampuan mereka untuk membangun organisasi ekonomi yang besar dan kompleks. Ia membedakan antara masyarakat dengan "high trust" dan "low trust", di mana masyarakat dengan tingkat kepercayaan tinggi mampu mengembangkan perusahaan-perusahaan besar yang melampaui ikatan keluarga. Bagi Fukuyama, akumulasi modal sosial adalah proses jangka panjang yang dipengaruhi oleh sejarah, tradisi, dan interaksi sosial yang berkelanjutan. Modal sosial, dalam perspektif ini, menjadi sumber daya kolektif yang memiliki nilai ekonomi nyata meskipun tidak dapat

diukur secara kuantitatif seperti modal fisik atau finansial. Dalam konteks Warung Madura, konsep ini terwujud dalam bentuk:

a. Nilai-nilai Bersama dalam Ekosistem Warung Madura

Dalam konteks Warung Madura, nilai-nilai bersama menjadi fondasi penting yang membentuk identitas dan praktik bisnis mereka. Etos kerja tinggi telah menjadi ciri khas yang dikenal luas dari para pengusaha Warung Madura, yang tercermin dari jam operasional panjang dan dedikasi mereka dalam menyediakan produk berkualitas meskipun dengan keterbatasan sumber daya. Nilai kejujuran juga menjadi prinsip utama dalam interaksi bisnis, di mana para pemilik warung membangun reputasi melalui konsistensi harga, dan kualitas. Kejujuran ini menjadi modal penting dalam membangun kepercayaan dengan pelanggan yang pada gilirannya menciptakan loyalitas jangka panjang. Selain itu, nilai pelayanan prima yang dipegang teguh oleh komunitas Warung Madura menciptakan pengalaman pelanggan yang positif dan mendorong arus informasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bisnis mereka.

Nilai kebersamaan dan gotong royong juga menjadi bagian integral dari ekosistem Warung Madura, di mana para pendatang baru seringkali mendapatkan dukungan dari rekan-rekan yang telah lebih dulu sukses. Proses transfer pengetahuan dan keterampilan terjadi secara organik dalam komunitas ini, menciptakan sistem pembelajaran informal yang efektif dalam mempertahankan standar kualitas dan layanan. Nilai hemat dan kerja keras menjadi bagian dari etos yang ditanamkan sejak dini kepada generasi penerus, menciptakan keberlanjutan usaha antar generasi. Penting untuk dicatat bahwa nilai-nilai ini bukan hanya abstraksi, tetapi termanifestasi dalam praktik sehari-hari yang dapat diamati, seperti kebiasaan untuk membuka warung lebih awal dan tutup sangat larut malam, konsistensi dalam menjaga kualitas rasa, serta keramahan terhadap pelanggan yang telah menjadi trademark dari Warung Madura.

b. Norma-norma Informal dalam Praktik Bisnis Warung Madura

Norma-norma informal dalam praktik bisnis Warung Madura mencerminkan aplikasi konkret dari modal sosial yang diidentifikasi oleh Fukuyama. Sistem kredit informal atau yang sering disebut "bon" untuk pelanggan tetap merupakan manifestasi dari tingginya kepercayaan yang

telah terbangun melalui interaksi berulang. Praktik ini didasarkan pada prinsip timbal balik dan kepercayaan tanpa memerlukan kontrak tertulis atau jaminan formal. Pelanggan diperbolehkan membayar kemudian tanpa bunga, sementara pemilik warung memperoleh loyalitas pelanggan yang lebih tinggi. Sistem ini hanya dapat berfungsi dalam konteks di mana norma kejujuran dan tanggung jawab sudah terinternalisasi dengan kuat di kalangan komunitas pelanggan dan pemilik usaha.

Selain itu, terdapat norma saling membantu antar pemilik Warung Madura, terutama yang berasal dari daerah yang sama di Madura. Norma ini terlihat ketika terjadi kekurangan bahan baku, di mana pemilik warung yang satu akan meminjamkan bahannya kepada pemilik warung lain tanpa kompensasi formal. Praktik saling pinjam peralatan dan berbagi informasi tentang pemasok terpercaya juga umum terjadi, menciptakan ekosistem bisnis yang kooperatif di tengah kompetisi pasar yang ketat. Norma transparansi dalam penentuan harga dan kualitas produk telah menciptakan ekspektasi tertentu di kalangan konsumen, sekaligus menjadi standar tidak tertulis yang dipatuhi oleh para pemilik Warung Madura. Hal ini sejalan dengan pandangan Fukuyama bahwa norma-norma informal dapat berfungsi sebagai mekanisme pengaturan diri (*self-regulation*) yang efektif dalam komunitas bisnis, mengurangi kebutuhan akan pengawasan dan regulasi formal yang mahal.

c. Jaringan Kerjasama sebagai Pilar Keberlanjutan Warung Madura

Jaringan kerjasama yang terjalin antara berbagai pemangku kepentingan merupakan pilar penting dalam keberlanjutan bisnis Warung Madura. Jaringan ini tidak terbatas pada hubungan antar pemilik warung, tetapi juga mencakup relasi dengan pemasok, pelanggan, dan bahkan dengan diaspora Madura di berbagai wilayah. Hubungan dengan pemasok, misalnya, seringkali bersifat jangka panjang dan didasarkan pada kepercayaan yang telah terbangun selama bertahun-tahun. Para pemasok cenderung memberikan harga khusus, prioritas pengiriman, atau bahkan memberikan bahan baku dengan sistem pembayaran tunda kepada pemilik Warung Madura yang telah menjadi mitra terpercaya. Relasi ini memberikan keunggulan kompetitif bagi Warung Madura dalam hal stabilitas pasokan dan pengendalian biaya.

Jaringan informasi juga menjadi aspek penting dari modal sosial Warung Madura, di mana informasi tentang lokasi strategis, regulasi perizinan, tren konsumen, atau teknik pengolahan baru didistribusikan melalui saluran informal. Penyebaran informasi ini memungkinkan adaptasi kolektif terhadap perubahan lingkungan bisnis dan memfasilitasi inovasi berkelanjutan dalam komunitas Warung Madura. Jaringan patronase dengan pelanggan tetap juga memberikan basis pendapatan yang stabil dan dapat diprediksi, mengurangi kerentanan bisnis terhadap fluktuasi pasar. Menariknya, jaringan kerjasama dalam ekosistem Warung Madura tidak hanya bersifat horizontal antar sesama pemilik warung, tetapi juga vertikal melibatkan berbagai tingkatan dalam rantai nilai, dari produsen bahan baku hingga konsumen akhir. Sebagaimana ditekankan oleh Fukuyama, jaringan yang dilandasi kepercayaan ini mampu mengurangi biaya transaksi dan meningkatkan efisiensi ekonomi secara keseluruhan.

d. Dampak Modal Sosial terhadap Ketahanan Ekonomi Warung Madura

Modal sosial yang kuat telah memberikan kontribusi signifikan terhadap ketahanan ekonomi Warung Madura di tengah berbagai tantangan dan perubahan lanskap bisnis kuliner. Kepercayaan dan reputasi yang dibangun melalui konsistensi kualitas dan pelayanan telah menciptakan basis pelanggan loyal yang menjadi penyangga di masa-masa sulit. Selama krisis ekonomi atau ketika menghadapi persaingan dari retail modern, banyak Warung Madura tetap bertahan berkat dukungan pelanggan setia dan fleksibilitas yang dimungkinkan oleh jaringan modal sosial mereka. Sistem dukungan berbasis kekerabatan dan kedaerahan juga memungkinkan pemilik warung untuk mengakses sumber daya alternatif ketika institusi formal seperti perbankan sulit dijangkau.

Fukuyama menekankan bahwa modal sosial berperan penting dalam mengurangi biaya transaksi dalam aktivitas ekonomi, dan hal ini terbukti dalam kasus Warung Madura. Transaksi dengan pemasok yang didasarkan pada kepercayaan mengurangi kebutuhan akan kontrak formal dan biaya monitoring. Demikian pula, sistem kredit informal memungkinkan pemilik warung memperluas jangkauan pasar tanpa harus menghadapi risiko tinggi atau biaya administratif yang kompleks. Model bisnis berbasis kepercayaan ini memungkinkan skala ekonomi yang mungkin tidak tercapai jika hanya

mengandalkan mekanisme pasar formal. Keberhasilan Warung Madura dalam mentransfer pengetahuan dan keterampilan kepada generasi berikutnya juga menunjukkan bagaimana modal sosial dapat menjadi sarana transmisi kapital kultural dan human capital, menciptakan keberlanjutan usaha lintas generasi yang menjadi ciri khas dari komunitas bisnis yang tangguh.

Teori Modal Sosial Francis Fukuyama memberikan kerangka analitis yang berharga untuk memahami fenomena ekonomi-sosial Warung Madura dalam konteks yang lebih luas. Nilai-nilai bersama, norma-norma informal, dan jaringan kerjasama yang terjalin dalam ekosistem Warung Madura merupakan manifestasi konkret dari modal sosial yang berfungsi sebagai sumber daya produktif. Melalui nilai-nilai seperti kejujuran, etos kerja tinggi, dan pelayanan prima, pemilik Warung Madura telah membangun reputasi dan kepercayaan yang menjadi fondasi kesuksesan bisnis mereka. Norma-norma informal seperti sistem kredit bagi pelanggan tetap dan praktik saling membantu antar pemilik warung menciptakan lingkungan bisnis yang kondusif dan fleksibel. Sementara itu, jaringan kerjasama yang melibatkan berbagai pemangku kepentingan telah memungkinkan akses ke sumber daya dan informasi yang vital bagi keberlanjutan usaha.

Fenomena Warung Madura menunjukkan bagaimana modal sosial dapat menjadi aset strategis bagi komunitas wirausaha dalam menghadapi keterbatasan modal finansial dan fisik. Kemampuan untuk mengaktualisasikan nilai-nilai dalam praktik bisnis sehari-hari, menegakkan norma-norma melalui sanksi sosial informal, dan membangun jaringan kepercayaan yang luas telah menciptakan keunggulan kompetitif yang sulit ditiru oleh pesaing. Kesuksesan model bisnis berbasis modal sosial ini menawarkan pelajaran berharga tentang bagaimana tradisi dan modernitas dapat diintegrasikan dalam konteks ekonomi kontemporer. Sebagaimana ditekankan oleh Fukuyama, modal sosial bukanlah sekedar faktor residual dalam pembangunan ekonomi, tetapi merupakan sumber daya produktif yang memiliki nilai intrinsik dan berdampak nyata pada kinerja dan ketahanan bisnis. Warung Madura, dengan demikian, tidak hanya menjadi fenomena kuliner, tetapi juga merupakan studi kasus yang menarik tentang bagaimana modal sosial dapat ditransformasikan menjadi keberhasilan ekonomi yang berkelanjutan.

4. Implementasi Teori Modal Sosial Francis Fukuyama

Modal sosial merupakan kekuatan penting yang mendasari keberhasilan Warung Madura sebagai fenomena bisnis yang bertahan di tengah modernisasi. Teori modal sosial yang dikembangkan oleh Francis Fukuyama memberikan kerangka analisis yang komprehensif untuk memahami bagaimana kepercayaan, norma, jaringan sosial, radius kepercayaan, dan kebijakan sosial secara kolektif membentuk fondasi kesuksesan Warung Madura. Fenomena Warung Madura yang beroperasi 24 jam tidak hanya menjadi entitas ekonomi semata, tetapi juga mewakili simpul sosial yang menghubungkan berbagai komponen masyarakat, khususnya di wilayah urban.

a. Kepercayaan Sebagai Fondasi Utama

Kepercayaan merupakan elemen fundamental dalam teori modal sosial Fukuyama yang terwujud dengan sangat jelas dalam eksistensi Warung Madura. Fukuyama (1995) mendefinisikan kepercayaan sebagai harapan yang tumbuh dalam masyarakat dan diwujudkan melalui perilaku kerjasama yang jujur dan tertib berdasarkan standar bersama. Dalam konteks Warung Madura, kepercayaan ini tidak hanya menjadi nilai abstrak, tetapi telah ditransformasikan menjadi aset bisnis yang konkret dan berharga.

Konsistensi dalam pelayanan 24 jam yang ditawarkan oleh Warung Madura menjadi salah satu manifestasi kepercayaan yang dibangun dengan pelanggan. Ketika konsumen mengetahui bahwa mereka dapat mengandalkan warung tersebut untuk memenuhi kebutuhan mereka kapan pun, terbangunlah fondasi kepercayaan yang kuat. Pemilik warung secara konsisten menjaga kualitas produk dan kejujuran dalam transaksi, yang merupakan aspek penting dalam membangun kepercayaan jangka panjang. Upaya ini menciptakan keandalan yang membuat pelanggan selalu kembali dan pada akhirnya menjadi pelanggan setia.

Dimensi kepercayaan ini juga tercermin dalam komunikasi yang dibangun oleh pemilik Warung Madura dengan pelanggan mereka. Berdasarkan observasi, pemilik warung tidak hanya melakukan transaksi bisnis semata, tetapi juga membangun hubungan personal dengan mendengarkan kebutuhan pelanggan, menerima masukan, dan menjalin interaksi yang membuat pelanggan merasa diperhatikan sebagai individu. Pendekatan personal ini memperkuat loyalitas pelanggan karena

menciptakan ikatan emosional yang melampaui transaksi ekonomi sederhana.

Dalam budaya masyarakat Madura, kepercayaan bukanlah sekadar alat bisnis, melainkan nilai inti yang menjadi bagian tak terpisahkan dari etos sosial. Hubungan yang didasarkan pada saling percaya dianggap sebagai kunci keberhasilan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia usaha. Dengan menjadikan kepercayaan sebagai prinsip utama, Warung Madura berhasil menciptakan lingkungan bisnis yang tidak hanya kompetitif tetapi juga harmonis, membangun reputasi positif yang memengaruhi persepsi masyarakat terhadap warung tersebut baik di kalangan komunitas lokal maupun urban.

b. Norma Sebagai Pengatur Interaksi Sosial dan Bisnis

Norma, sebagai aturan tidak tertulis yang mengatur perilaku dan interaksi sosial, memainkan peran krusial dalam operasional Warung Madura. Fukuyama (2002) menekankan bahwa norma dan nilai sosial yang dimiliki bersama oleh anggota masyarakat berperan penting dalam membentuk modal sosial. Warung Madura tidak hanya mengikuti norma-norma bisnis konvensional, tetapi juga mengintegrasikan norma-norma komunitas lokal dan etika bisnis yang menjunjung tinggi kejujuran serta pelayanan prima.

Praktik saling membantu antar pemilik Warung Madura merupakan manifestasi norma kolektivisme yang kuat. Berbagi informasi tentang pemasok atau tren pasar tidak dilihat sebagai tindakan yang merugikan bisnis sendiri, melainkan sebagai bentuk solidaritas yang pada akhirnya memperkuat komunitas Warung Madura secara keseluruhan. Norma ini meluas hingga ke interaksi dengan masyarakat sekitar, di mana prinsip saling membantu dan menghormati menjadi landasan hubungan sosial yang harmonis.

Dalam karyanya "*Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity*", Fukuyama menjelaskan bahwa norma-norma sosial, termasuk kepercayaan, memungkinkan individu atau kelompok bekerja sama secara efektif tanpa pengawasan ketat. Operasional Warung Madura yang berjalan 24 jam mengonfirmasi teori ini, di mana norma kerja keras, kejujuran, dan komitmen terhadap pelayanan prima menjadi fondasi yang memungkinkan

warung tetap berjalan tanpa henti. Pelanggan yang datang pada waktu-waktu tidak biasa, seperti larut malam atau dini hari, memiliki keyakinan akan dilayani dengan baik karena warung ini tidak sekadar tempat usaha, tetapi bagian dari budaya saling mendukung dalam komunitas.

Norma-norma ini juga tercermin dalam pengelolaan usaha yang mandiri, tanpa terlalu mengandalkan regulasi formal atau kontrak legal. Fenomena ini menegaskan pandangan Fukuyama bahwa masyarakat dengan modal sosial tinggi mampu mengatur hubungan ekonomi melalui norma-norma informal, karena kepercayaan yang sudah terbangun cukup untuk menjamin stabilitas dan kelancaran interaksi. Dengan demikian, keberhasilan Warung Madura 24 jam tidak semata bergantung pada aspek teknis bisnis, tetapi juga pada kekuatan norma-norma sosial yang menjadi fondasi operasional mereka.

c. Jaringan Sosial Sebagai Faktor Penguat Eksistensi

Fukuyama menekankan pentingnya jaringan sosial sebagai sarana untuk memfasilitasi kerjasama dan pertukaran informasi. Jaringan ini memungkinkan individu saling bertukar informasi, sumber daya, dan dukungan, yang sangat penting dalam masyarakat urban yang dinamis. Warung Madura telah memposisikan diri sebagai salah satu pusat jaringan sosial di lingkungan perkotaan, di mana pemilik warung berinteraksi dengan berbagai anggota komunitas dari latar belakang yang beragam.

Jaringan sosial yang terbangun tidak hanya bermanfaat dalam menarik lebih banyak pelanggan tetapi juga dalam mendapatkan pasokan barang dengan harga lebih baik melalui hubungan baik dengan pemasok. Ketika pelanggan merasa puas dengan pelayanan dan kualitas barang yang konsisten, mereka cenderung merekomendasikan warung tersebut kepada orang lain, menciptakan efek domino yang memperluas jaringan sosial Warung Madura.

Sebagai pusat berkumpul warga sekitar, Warung Madura memperkuat rasa kebersamaan. Lingkungan yang ramah mendorong interaksi antar pelanggan, menciptakan suasana nyaman yang sejalan dengan pandangan Fukuyama tentang pengaruh interaksi sosial terhadap penguatan kepercayaan. Kemampuan Warung Madura untuk beroperasi 24 jam juga menunjukkan fleksibilitas dalam memenuhi kebutuhan konsumen yang

beragam, sekaligus mendemonstrasikan kapasitas adaptasi terhadap dinamika masyarakat urban.

Dalam era digital, beberapa Warung Madura telah mulai memanfaatkan media sosial untuk promosi dan interaksi dengan pelanggan, mengaktualisasikan konsep jaringan sosial Fukuyama ke dalam konteks modern. Dengan pendekatan ini, Warung Madura tidak hanya berfungsi sebagai tempat makan, tetapi juga menjadi titik interaksi sosial penting yang menghubungkan berbagai komponen masyarakat urban.

d. Radius Kepercayaan Melampaui Batas Etnis

Konsep radius kepercayaan menggambarkan sejauh mana kepercayaan dapat meluas di luar lingkaran keluarga atau kelompok etnis terdekat (Fukuyama, 2001). Dalam konteks Warung Madura, radius kepercayaan ini termanifestasi dalam kemampuan pemilik warung untuk memperluas hubungan kepercayaan tidak hanya dengan pelanggan tetap tetapi juga dengan pelanggan baru dan mitra bisnis lainnya, melampaui batas-batas etnisitas.

Warung Madura berhasil membangun reputasi dan loyalitas pelanggan dari berbagai latar belakang etnis di lingkungan urban tempat mereka beroperasi. Kemampuan ini menunjukkan bahwa nilai-nilai yang mereka terapkan dalam bisnis bersifat universal dan dapat diterima oleh masyarakat luas, tidak terbatas pada komunitas etnis Madura saja. Hal ini sejalan dengan pandangan Fukuyama bahwa radius kepercayaan yang luas merupakan indikator modal sosial yang kuat dan berkontribusi pada kohesi sosial yang lebih besar.

Sistem kredit informal yang diterapkan oleh beberapa pemilik Warung Madura kepada pelanggan tetap, terlepas dari latar belakang etnis mereka, merupakan manifestasi konkret dari radius kepercayaan yang meluas. Praktik ini menunjukkan tingkat kepercayaan yang tinggi dan kesediaan untuk mengambil risiko berdasarkan hubungan yang telah dibangun, bukan berdasarkan identitas etnis. Hubungan kepercayaan ini juga meluas ke pemasok dari berbagai latar belakang, memungkinkan Warung Madura mendapatkan pasokan barang dengan harga kompetitif.

Partisipasi aktif dalam kegiatan komunitas setempat juga menjadi strategi efektif untuk memperluas radius kepercayaan. Keterlibatan dalam

acara sosial dan kegiatan masyarakat membantu Warung Madura mengintegrasikan diri lebih dalam ke lingkungan sekitar dan membangun kepercayaan dengan berbagai elemen masyarakat. Beberapa Warung Madura bahkan mulai membangun hubungan dengan pedagang dari etnis non-Madura untuk berbagi informasi dan sumber daya, menunjukkan perluasan radius kepercayaan yang signifikan.

Dengan memperluas radius kepercayaan, Warung Madura berhasil mengintegrasikan diri ke dalam struktur sosial-ekonomi masyarakat urban yang lebih luas, melampaui batas-batas etnis dan meningkatkan potensi pertumbuhan usaha mereka. Keberhasilan ini memperkuat argumen Fukuyama bahwa radius kepercayaan yang luas merupakan aset berharga dalam membangun dan mempertahankan bisnis di lingkungan yang beragam.

e. Kebijakan Sosial dan Dukungan Pemerintah

Fukuyama menekankan pentingnya nilai-nilai seperti kejujuran, pemenuhan kewajiban, dan rasa tanggung jawab sebagai komponen penting dari modal sosial. Dalam konteks Warung Madura, kebijakan sosial dan dukungan pemerintah menjadi faktor eksternal yang memperkuat modal sosial yang telah terbangun. Kebijakan-kebijakan ini memberikan kerangka formal yang mendukung dan melindungi eksistensi Warung Madura di tengah persaingan dengan ritel modern.

Kebebasan jam operasional merupakan salah satu kebijakan penting yang mendukung eksistensi Warung Madura 24 jam. Pemerintah, melalui Kementerian Koperasi dan UKM, menegaskan bahwa tidak ada larangan bagi Warung Madura untuk beroperasi 24 jam, dan Menteri Perdagangan juga menyatakan dukungan serupa. Kebijakan ini memberikan fleksibilitas bagi Warung Madura untuk menyesuaikan jam operasional dengan kebutuhan masyarakat, sekaligus menciptakan keunggulan kompetitif di pasar.

Perlindungan dari ekspansi ritel modern juga menjadi kebijakan penting yang mendukung keberlangsungan Warung Madura. Kementerian Koperasi dan UKM berkomitmen melindungi UMKM, termasuk Warung Madura, dari ancaman ritel modern yang ekspansif, sejalan dengan Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 tentang kemudahan, perlindungan, dan

pemberdayaan koperasi dan UMKM. Pendampingan dan bantuan hukum juga disediakan pemerintah, mencakup penyaluran hukum, konsultasi, mediasi, dan penyusunan dokumen hukum.

Akses ke legalitas usaha merupakan aspek kebijakan lain yang mendukung Warung Madura. Kementerian Koperasi dan UKM berkomitmen memberikan pendampingan dalam mendapatkan kemudahan akses legalitas seperti perizinan usaha, sertifikasi halal, dan izin PIRT. Selain itu, pemerintah juga mengevaluasi kebijakan daerah yang kontraproduktif dengan kepentingan UMKM, termasuk evaluasi program dan anggaran pemerintah daerah.

Pelatihan dan promosi produk UMKM merupakan bentuk dukungan lain yang signifikan. Pemerintah mendorong para pelaku UMKM, termasuk pemilik Warung Madura, untuk mengikuti pelatihan usaha seperti strategi promosi agar dapat bersaing dengan ritel modern. Implementasi kebijakan afirmasi juga mendukung UMKM, termasuk 40% belanja pemerintah untuk UMKM dan 30% ruang berjualan pada infrastruktur publik dengan harga sewa minimal 30% lebih murah dari harga pasar.

Teori Modal Sosial Fukuyama memberikan kerangka analisis yang komprehensif untuk memahami fenomena keberhasilan Warung Madura dalam mempertahankan eksistensinya di tengah modernisasi ritel. Kepercayaan, norma, jaringan sosial, radius kepercayaan, dan kebijakan sosial secara kolektif membentuk ekosistem yang mendukung keberlanjutan Warung Madura sebagai entitas bisnis sekaligus simpul sosial di masyarakat urban.

Implementasi konsep-konsep Fukuyama dalam eksistensi Warung Madura menunjukkan bagaimana modal sosial dapat menjadi aset strategis dalam membangun dan mempertahankan usaha di lingkungan urban yang kompetitif. Warung Madura tidak hanya berperan sebagai entitas ekonomi, tetapi juga sebagai simpul sosial yang memperkuat kohesi masyarakat urban melalui jaringan kepercayaan dan norma-norma bersama yang mereka bangun dan pelihara.

Meskipun teori Modal Sosial Fukuyama telah memberikan kontribusi signifikan dalam memahami bagaimana nilai-nilai dan norma-norma sosial dapat menjadi sumber daya penting dalam pembangunan ekonomi dan sosial, perlu diakui bahwa teori ini juga mendapat kritik, terutama terkait dengan potensi eksklusivitas dan dampak negatif dari

modal sosial yang terlalu kuat dalam kelompok tertentu. Namun, dalam konteks Warung Madura, ekspansi radius kepercayaan yang melampaui batas-batas etnis menunjukkan bahwa modal sosial dapat bersifat inklusif dan berkontribusi pada integrasi sosial yang lebih luas di masyarakat urban.

BAB III

PROFIL WARUNG MADURA DI KELURAHAN KRANJI

A. Profil Warung Madura

1. Sejarah Warung Madura

Sejarah Warung Madura merupakan narasi yang kaya akan dinamika sosial-ekonomi dan migrasi di Indonesia. Akar sejarahnya dapat ditelusuri hingga awal abad ke-20, ketika gelombang migrasi orang Madura ke berbagai kota besar di Indonesia, terutama Jakarta, mulai meningkat secara signifikan (Husson, 1997). Pada periode 1905-1930, tercatat adanya peningkatan jumlah migran Madura di Batavia (sekarang Jakarta) dari 5.231 menjadi 14.227 jiwa (Kuntowijoyo, 2002). Fase awal migrasi ini ditandai dengan konsentrasi pemukiman orang Madura di sekitar Pelabuhan Tanjung Priok, Jakarta. Mereka memulai usaha dengan berdagang kayu dari Kalimantan serta menjual bubur kacang hijau, yang merupakan kuliner khas daerah asal mereka. Pilihan lokasi ini tidak terlepas dari peran Tanjung Priok sebagai pintu gerbang ekonomi Jakarta, yang menawarkan peluang usaha yang menjanjikan bagi para pendatang.

Transformasi signifikan terjadi pada akhir tahun 1990-an hingga awal 2000-an, ketika Warung Kelontong Madura atau Warung Sembako Madura mulai menjamur di Jakarta. Fenomena ini terutama diprakarsai oleh migran dari Kabupaten Sumenep, Jawa Timur (Startsmeup, 2024). Pemilihan Sumenep sebagai daerah asal mayoritas pemilik Warung Madura ini menarik untuk dicermati, mengingat karakteristik geografis dan sosial-ekonomi Sumenep yang mendorong tingginya tingkat migrasi. Evolusi usaha Warung Madura mencerminkan adaptabilitas yang tinggi dari para migran. Awalnya, mereka fokus pada penjualan alat-alat bangunan dari kayu yang dipasok dari Kalimantan. Namun, seiring dengan perubahan kebutuhan pasar dan peluang ekonomi, mereka beralih ke usaha warung kelontong yang menyediakan berbagai kebutuhan sehari-hari masyarakat urban (Detik Finance, 2024). Transisi ini menunjukkan kecerdasan bisnis dan kemampuan membaca pasar yang dimiliki oleh para migran Madura.

Faktor kunci dalam ekspansi dan keberlanjutan Warung Madura adalah sistem kekerabatan yang kuat di antara komunitas Madura. Prinsip "Tretan dhibi" atau "saudara sendiri" menjadi landasan dalam membangun jaringan bisnis yang solid

(Startsmeup, 2024). Sistem ini tidak hanya memfasilitasi transfer pengetahuan dan keterampilan bisnis, tetapi juga menyediakan dukungan modal dan tenaga kerja yang diperlukan untuk memulai dan mengembangkan usaha. Ciri khas yang paling menonjol dari Warung Madura adalah jam operasional 24 jam. Filosofi "Tutupnya kalau hari kiamat, tapi buka setengah hari" mencerminkan etos kerja dan dedikasi tinggi yang menjadi trademark orang Madura (Lampost, n.d.). Kebijakan operasional ini tidak hanya menjadi strategi bisnis yang efektif, tetapi juga mencerminkan adaptasi terhadap gaya hidup masyarakat urban yang semakin dinamis.

Diversifikasi layanan menjadi strategi penting dalam perkembangan Warung Madura. Selain menyediakan kebutuhan pokok, mereka juga dikenal dengan penjualan bensin eceran. Layanan ini menjadi solusi bagi masyarakat urban, terutama di daerah yang jauh dari SPBU resmi. Harga yang terjangkau dan aksesibilitas 24 jam menjadikan Warung Madura sebagai pilihan utama untuk berbagai kebutuhan mendesak. Ekspansi Warung Madura tidak terbatas di Jakarta. Mereka berhasil memperluas jangkauan ke kota-kota besar lainnya seperti Bandung, Yogyakarta, Solo, Surabaya, hingga Bali. Pola ekspansi ini mencerminkan karakteristik migrasi orang Madura yang cenderung membentuk kluster di daerah tujuan, sambil tetap mempertahankan identitas dan jaringan sosial mereka (Wiyata, 2013).

Keberhasilan Warung Madura juga tidak lepas dari kemampuan mereka beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Beberapa Warung Madura telah mengadopsi sistem pembayaran digital dan layanan pesan antar berbasis aplikasi, menunjukkan fleksibilitas mereka dalam menghadapi perubahan preferensi konsumen di era digital (Sholeh, 2022). Fenomena Warung Madura telah menjadi subjek berbagai studi akademis, terutama dalam konteks kewirausahaan etnis dan modal sosial. Penelitian Wahyuni (2013) menunjukkan bagaimana nilai-nilai budaya Madura, seperti etos kerja keras dan solidaritas kelompok, ditransformasikan menjadi modal sosial yang mendukung keberhasilan usaha mereka di perantauan.

Gambar 1 Warung Madura di Kelurahan Kranji



Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2024

Keberadaan Warung Madura kini telah menjadi bagian integral dari lanskap ekonomi mikro di berbagai daerah perkotaan di Indonesia. Fenomena ini tidak terjadi secara tiba-tiba, melainkan merupakan hasil dari proses migrasi dan adaptasi yang panjang dari masyarakat Madura ke berbagai kota besar di Indonesia. Warung-warung kecil ini, yang umumnya menjual berbagai kebutuhan sehari-hari seperti makanan, minuman, dan barang-barang rumah tangga, telah menjadi ciri khas yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan perkotaan di negeri ini.

Peran Warung Madura tidak hanya sebatas penyedia kebutuhan sehari-hari bagi masyarakat urban. Lebih dari itu, mereka telah menjadi simbol resiliensi dan adaptabilitas komunitas migran dalam menghadapi tantangan ekonomi perkotaan. Para pemilik warung ini, yang sebagian besar berasal dari pulau Madura, telah menunjukkan kemampuan luar biasa dalam beradaptasi dengan lingkungan baru dan menciptakan peluang ekonomi di tengah persaingan yang ketat di kota-kota besar. Kemampuan mereka untuk bertahan dan bahkan berkembang di tengah berbagai kesulitan ekonomi dan sosial mencerminkan semangat kewirausahaan yang kuat yang telah menjadi ciri khas masyarakat Madura.

Sejarah Warung Madura, dengan demikian, merupakan cerminan dari dinamika sosial-ekonomi yang lebih luas dalam konteks urbanisasi dan migrasi di Indonesia. Keberadaan warung-warung ini tidak hanya menggambarkan pola migrasi dari daerah pedesaan ke perkotaan, tetapi juga menunjukkan bagaimana kelompok migran dapat membangun jaringan ekonomi yang kuat di tempat baru. Warung Madura telah menjadi contoh nyata bagaimana tradisi dan budaya dapat beradaptasi dan berkembang dalam konteks urban, menciptakan identitas baru yang merupakan perpaduan antara warisan budaya asal dan realitas kehidupan kota.

Lebih jauh lagi, keberadaan Warung Madura juga telah berkontribusi pada pembentukan lanskap sosial dan ekonomi di daerah perkotaan. Warung-warung ini sering kali menjadi pusat interaksi sosial bagi masyarakat sekitar, tempat di mana informasi dan gosip beredar, serta tempat di mana berbagai lapisan masyarakat dapat berinteraksi tanpa batasan kelas sosial. Dalam konteks ekonomi, Warung Madura telah memainkan peran penting dalam menyediakan lapangan kerja bagi para migran dan keluarga mereka, serta dalam mendistribusikan barang-barang kebutuhan sehari-hari ke berbagai pelosok kota.

Dengan demikian, fenomena Warung Madura bukan hanya sekadar cerita tentang keberhasilan ekonomi sebuah komunitas migran. Ia adalah narasi yang lebih besar tentang bagaimana urbanisasi, migrasi, dan adaptasi budaya telah membentuk wajah Indonesia modern. Keberadaan warung-warung ini menjadi pengingat akan kompleksitas dan dinamika proses pembangunan nasional, di mana berbagai identitas dan tradisi lokal berinteraksi dan beradaptasi untuk membentuk realitas baru dalam konteks perkotaan Indonesia.

2. Ciri Khas Warung Madura

Warung Madura telah menjadi fenomena sosial-ekonomi yang unik di Indonesia, mencerminkan adaptabilitas dan etos kerja tinggi dari komunitas migran Madura. Ciri khas Warung Madura yang paling menonjol adalah jam operasional 24 jam, yang mencerminkan filosofi "abantal omba asapo angin" (berbantal ombak dan berselimut angin), menunjukkan keberanian dan ketekunan dalam menghadapi tantangan (Detik Finance, 2023). Selain itu, Warung Madura memiliki beberapa karakteristik distingtif:

- a. Penataan barang yang khas, dengan etalase kaca berisi beras dan rokok tersusun rapih, serta kemasan plastik yang digantung
- b. Keberadaan kulkas es krim dan minuman di bagian depan warung, memudahkan akses pelanggan.
- c. Penjualan bensin eceran atau "Pertamini", yang menjadi solusi bagi kebutuhan darurat pengendara.
- d. Kelengkapan produk yang menyaingi minimarket modern, namun dengan harga yang lebih terjangkau.
- e. Sistem pengelolaan yang seragam, termasuk cara mendapatkan barang dagangan, sistem penggajian, dan perekrutan pegawai.
- f. Integrasi fungsi bisnis dan tempat tinggal, dengan warung yang sering kali dilengkapi kamar mandi, ruang tidur, dan tempat ibadah.

Keberhasilan Warung Madura tidak lepas dari modal sosial yang kuat di antara komunitas Madura. Sistem kekerabatan dan jaringan sosial yang erat memfasilitasi transfer pengetahuan, keterampilan, dan sumber daya. Hal ini tercermin dalam praktik rekrutmen dan pelatihan karyawan, di mana pemilik warung sering memberikan edukasi mengenai pengelolaan usaha dan keuangan kepada karyawan mereka (Wiryaatmadja, 2023). Strategi adaptasi Warung Madura terhadap dinamika ekonomi modern meliputi:

- a. Diversifikasi layanan, termasuk penjualan pulsa, pembayaran tagihan, dan penyediaan makanan atau minuman siap saji.
- b. Fleksibilitas operasional yang memungkinkan adaptasi cepat terhadap perubahan permintaan pasar.
- c. Penerapan sistem bagi hasil antara pemilik modal dan penjaga, yang mendorong motivasi dan kinerja optimal.
- d. Pemanfaatan jaringan sosial untuk mendapatkan dukungan modal dan tenaga kerja.

Meskipun menghadapi tantangan dari ekspansi ritel modern, Warung Madura tetap bertahan berkat beberapa faktor:

- a. Dukungan kebijakan pemerintah, seperti perlindungan UMKM dan kemudahan akses legalitas usaha.

- b. Kemampuan membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan melalui layanan personal dan sistem kredit informal.
- c. Peran sebagai pusat interaksi sosial dan penguatan solidaritas masyarakat lokal.
- d. Adaptabilitas terhadap kebutuhan pasar lokal dan pemahaman dinamika setempat.

Fenomena Warung Madura merupakan contoh yang menarik tentang bagaimana nilai-nilai tradisional dapat diintegrasikan dengan tuntutan ekonomi modern, menciptakan model bisnis yang tangguh dan berkelanjutan. Warung Madura telah menjadi bagian integral pada wilayah perkotaan di Indonesia. Keberadaan warung-warung ini tidak hanya menawarkan barang dan makanan dengan harga terjangkau, tetapi juga menjadi cerminan dari kegigihan dan semangat kewirausahaan masyarakat Madura.

Dalam konteks ekonomi modern, Warung Madura telah menunjukkan kemampuan adaptasi yang luar biasa. Meskipun menghadapi persaingan dari Minimarket dan Supermarket besar, warung-warung ini tetap bertahan dan bahkan berkembang. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain kualitas barang yang konsisten, harga yang kompetitif, dan pelayanan yang ramah khas budaya Madura. Selain itu, banyak Warung Madura yang telah mengadopsi teknologi modern seperti sistem pembayaran digital, menunjukkan kemampuan mereka untuk beradaptasi dengan tren konsumen terkini.

Keberadaan Warung Madura tidak hanya berkontribusi pada perekonomian lokal, tetapi juga memperkuat kohesi sosial di daerah urban. Warung-warung ini sering menjadi tempat berkumpul bagi masyarakat, tidak hanya untuk berbelanja, tetapi juga untuk bersosialisasi dan membangun jaringan. Hal ini menciptakan rasa komunitas yang kuat, terutama di antara pendatang dari Madura dan daerah lain yang tinggal di kota-kota besar. Fenomena ini menunjukkan bagaimana usaha kecil dapat memainkan peran penting dalam menjaga identitas budaya dan memfasilitasi integrasi sosial di tengah arus urbanisasi.

Warung Madura juga menjadi contoh menarik dari resiliensi UMKM dalam menghadapi globalisasi dan modernisasi ekonomi. Meskipun menghadapi tantangan seperti persaingan dari bisnis berskala besar dan perubahan preferensi

konsumen, Warung Madura tetap mampu mempertahankan eksistensinya. Hal ini menunjukkan bahwa model bisnis yang berakar pada nilai-nilai tradisional dan kearifan lokal dapat menjadi kekuatan dalam menghadapi gempuran ekonomi global. Keberhasilan Warung Madura dalam mempertahankan relevansinya di era modern menjadi inspirasi bagi UMKM lain untuk tetap menjaga keunikan mereka sambil beradaptasi dengan perkembangan zaman.

Dengan demikian, fenomena Warung Madura merupakan manifestasi dari ketahanan budaya dan ekonomi lokal di tengah arus globalisasi. Keberhasilan mereka dalam memadukan nilai-nilai tradisional dengan praktik bisnis modern menjadi pelajaran berharga bagi pengembangan UMKM di Indonesia, menunjukkan bahwa pelestarian budaya dan pertumbuhan ekonomi dapat berjalan beriringan.

3. Sistem Pengelolaan

Sistem Pengelolaan Warung Madura mencerminkan adaptabilitas dan resiliensi usaha kecil dalam menghadapi dinamika ekonomi perkotaan. Beberapa aspek kunci dari sistem pengelolaan ini meliputi:

a. Sistem Bagi Hasil

Warung Madura umumnya menerapkan sistem bagi hasil antara pemilik modal dan penjaga warung. Sistem ini diterapkan ketika omzet warung mencapai level tertentu, biasanya di atas Rp 3 juta. Penjaga warung bertanggung jawab penuh atas pengelolaan dan menanggung risiko kerugian, sementara keuntungan dibagi sesuai kesepakatan. Selain itu hasil yang didapatkan oleh penjaga akan ditabung untuk membuka Warung Madura sendiri.

b. Manajemen Keuangan

Penjaga warung biasanya menabung sekitar 10% dari omzet harian, yang kemudian dibagi untuk cicilan sewa, jatah penjaga, dan jatah pemilik. Sistem ini memastikan adanya aliran kas yang teratur untuk semua pihak yang terlibat.

c. Pergantian Penjaga

Penjaga Warung Madura biasanya dirotasi setiap tiga hingga enam bulan. Hal ini memungkinkan penjaga untuk beristirahat setelah periode kerja intensif dan memastikan kinerja yang konsisten.

d. Jam Operasional 24 Jam

Salah satu ciri khas Warung Madura adalah jam operasional 24 jam, yang mencerminkan etos kerja tinggi dan memaksimalkan peluang penjualan.

e. Manajemen Stok dan Pemasok

Warung Madura umumnya menjalin kerjasama dengan berbagai distributor untuk mendapatkan harga terbaik. Mereka juga mulai mengadopsi sistem informasi pengelolaan stok berbasis web untuk meningkatkan efisiensi operasional.

f. Jaringan Kekerabatan

Warung Madura memanfaatkan jaringan kekerabatan yang kuat untuk berbagi informasi, sumber daya, dan dukungan. Hal ini membantu dalam perekrutan pegawai dan transfer pengetahuan bisnis.

g. Pembagian Tugas

Warung Madura biasanya mempekerjakan dua pegawai yang bekerja secara bergantian, dengan pembagian tugas yang jelas untuk memastikan operasional yang efisien.

h. Strategi Pengembangan

Pengelola Warung Madura menerapkan berbagai strategi pengembangan, termasuk diversifikasi produk, peningkatan layanan pelanggan, dan adaptasi terhadap tren pasar terkini

i. Pengelolaan Hubungan Pelanggan

Warung Madura menekankan pentingnya menjaga kepercayaan pelanggan melalui layanan yang konsisten dan produk berkualitas.

Sistem pengelolaan Warung Madura mencerminkan kemampuan luar biasa dalam mengintegrasikan nilai-nilai tradisional dengan praktik bisnis modern, memungkinkan mereka untuk bertahan dan berkembang di lingkungan urban yang kompetitif. Warung Madura telah berhasil memadukan kearifan lokal masyarakat Madura dengan strategi bisnis kontemporer, menciptakan model usaha yang unik dan tangguh.

Salah satu aspek penting dari sistem pengelolaan Warung Madura adalah penerapan nilai-nilai tradisional seperti kekeluargaan dan gotong royong dalam operasional bisnis mereka. Para pemilik Warung Madura seringkali mempekerjakan saudara atau kerabat dari daerah asal mereka, menciptakan

lingkungan kerja yang didasarkan pada kepercayaan dan loyalitas (Hidayat, 2024). Praktik ini tidak hanya memperkuat ikatan sosial di antara komunitas Madura di perkotaan, tetapi juga memastikan adanya dedikasi dan komitmen yang tinggi dari para pekerja terhadap keberhasilan usaha.

Bersamaan dengan itu, Warung Madura juga mengadopsi praktik bisnis modern untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing mereka. Misalnya, banyak Warung Madura yang kini menerapkan sistem inventaris digital dan metode pembayaran elektronik untuk memudahkan transaksi dan pengelolaan stok. Beberapa warung bahkan telah mulai memanfaatkan platform e-commerce dan media sosial untuk memperluas jangkauan pasar mereka, menunjukkan kemampuan adaptasi terhadap tren konsumen terkini.

Strategi penetapan harga yang kompetitif juga menjadi salah satu kunci keberhasilan Warung Madura. Mereka mampu menawarkan harga yang lebih terjangkau dibandingkan dengan toko ritel modern, sambil tetap mempertahankan kualitas produk dan layanan. Hal ini dicapai melalui efisiensi operasional dan kesediaan untuk mengambil margin keuntungan yang lebih kecil demi volume penjualan yang lebih tinggi.

Kemampuan Warung Madura untuk beroperasi 24 jam sehari juga merupakan contoh nyata dari integrasi nilai tradisional dengan tuntutan pasar modern. Konsep kerja keras yang menjadi bagian dari etos kerja masyarakat Madura diaplikasikan dalam bentuk jam operasional yang fleksibel, memenuhi kebutuhan konsumen urban yang memiliki pola hidup beragam. Hal ini tidak hanya meningkatkan aksesibilitas bagi pelanggan, tetapi juga menciptakan keunggulan kompetitif yang signifikan dibandingkan dengan toko ritel konvensional.

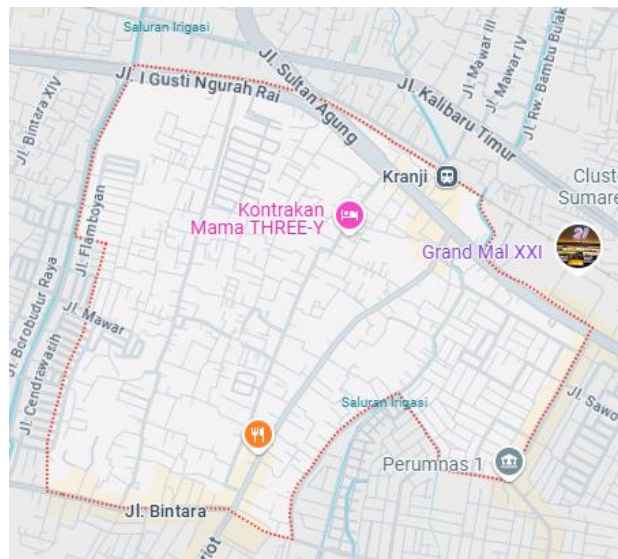
Dengan mengintegrasikan nilai-nilai tradisional dan praktik bisnis modern, Warung Madura telah menciptakan model bisnis yang tidak hanya bertahan, tetapi juga berkembang di tengah persaingan ketat di lingkungan urban. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa kearifan lokal dan modernitas dapat berjalan beriringan, menciptakan solusi bisnis yang unik dan efektif dalam menghadapi tantangan ekonomi kontemporer.

B. Gambaran Umum Kelurahan Kranji

1. Kondisi Geografis

Kelurahan Kranji merupakan salah satu dari lima kelurahan di Kecamatan Bekasi Barat, Kota Bekasi, Provinsi Jawa Barat. Secara astronomis, Kelurahan Kranji terletak pada koordinat $6^{\circ}13'29.58''$ Lintang Selatan dan $106^{\circ}58'13.306''$ Bujur Timur. Kelurahan ini berbatasan langsung dengan Kelurahan Bintara yang memiliki banyak area pemukiman.

Gambar 1 Peta Batas Wilayah Administrasi Kelurahan Kranji



Sumber : Digitalisasi Peta (maps.google.com), 2024

Kelurahan Kranji merupakan salah satu dari lima kelurahan yang berada di Kecamatan Bekasi Barat, Kota Bekasi, Provinsi Jawa Barat. Kelurahan ini memiliki karakteristik geografis dan demografis yang khas, mencerminkan perkembangan wilayah perkotaan di pinggiran Jakarta. Kelurahan Kranji memiliki luas wilayah sekitar 2,49 km² atau 249 hektar. Batas-batas wilayah Kelurahan Kranji adalah sebagai berikut:

- a. Sebelah Utara: Berbatasan dengan Jalan Gusti Ngurah Rai (jalan baru) dan rel kereta api.
- b. Sebelah Selatan: Berbatasan dengan Kelurahan Jakamulya dan Jalan Bintara Raya.
- c. Sebelah Barat: Berbatasan dengan Kelurahan Bintara.
- d. Sebelah Timur: Berbatasan dengan Kelurahan Kayuringin.

Kelurahan Kranji memiliki struktur administratif yang terdiri dari beberapa Rukun Warga (RW) dan Rukun Tetangga (RT). Berdasarkan data yang tersedia:

- a. Jumlah Rukun Warga (RW): 15 RW
- b. Jumlah Rukun Tetangga (RT): 91 RT

Struktur administratif ini memungkinkan pengelolaan wilayah yang lebih efektif dan memudahkan koordinasi antara pemerintah kelurahan dengan masyarakat (Badan Pusat Statistik Kota Bekasi, 2014).

Kelurahan Kranji merupakan bagian integral dari perkembangan Kota Bekasi. Lokasinya yang strategis, berbatasan dengan beberapa kelurahan penting dan dilalui oleh infrastruktur transportasi utama seperti rel kereta api, menjadikan Kelurahan Kranji sebagai area yang potensial untuk pengembangan pemukiman dan aktivitas ekonomi. Dengan luasnya Kelurahan Kranji menjadikan wilayah ini menjadi sumber tersebasarnya Warung Madura. Menurut data dari Badan Pusat Statistik Kota Bekasi tahun 2014 bahwa di Kelurahan Kranji terdapat 50 Warung Madura, dengan perincian sebagai berikut:

- a. RW 1 terdapat 4 Warung Madura
- b. RW 2 terdapat 3 Warung Madura
- c. RW 3 terdapat 3 Warung Madura
- d. RW 4 terdapat 3 Warung Madura
- e. RW 5 terdapat 4 Warung Madura
- f. RW 6 terdapat 3 Warung Madura
- g. RW 7 terdapat 3 Warung Madura
- h. RW 8 terdapat 4 Warung Madura
- i. RW 9 terdapat 3 Warung Madura
- j. RW 10 terdapat 3 Warung Madura
- k. RW 11 terdapat 4 Warung Madura
- l. RW 12 terdapat 3 Warung Madura
- m. RW 13 terdapat 3 Warung Madura
- n. RW 14 terdapat 4 Warung Madura
- o. RW 15 terdapat 3 Warung Madura

Berdasarkan data di atas tentang persebaran Warung Madura, dapat dilihat bahwa persebarannya merata di tiap RW nya yakni di tiap RW nya terdapat 3-4

Warung Madura. Meratanya persebaran Warung Madura di Kelurahan Kranji karena disebabkan oleh padatnya penduduk dan luasnya wilayah Kelurahan Kranji.

2. Kondisi Topografi

Kecamatan Bekasi Barat, yang mencakup Kelurahan Kranji, memiliki karakteristik topografi yang unik dan berpengaruh signifikan terhadap kondisi lingkungan setempat. Wilayah ini dikenal dengan topografinya yang relatif datar, dengan kemiringan lahan yang sangat rendah berkisar antara 0-2%. Kondisi ini menciptakan lanskap yang hampir sepenuhnya rata, tanpa adanya perbedaan elevasi yang signifikan di seluruh area. Ketinggian wilayah Kecamatan Bekasi Barat, termasuk Kelurahan Kranji, berada pada rentang 11-25 meter di atas permukaan laut (Badan Pusat Statistik Kota Bekasi, 2014). Meskipun terdapat variasi ketinggian, perbedaannya tidak terlalu signifikan mengingat luasnya area yang tercakup. Karakteristik topografi ini memiliki implikasi penting terhadap pola drainase alami dan perencanaan infrastruktur perkotaan di wilayah tersebut. Kondisi topografi yang datar ini, meskipun memudahkan pembangunan dan pengembangan wilayah, juga membawa tantangan tersendiri bagi Kelurahan Kranji dan sekitarnya. Salah satu konsekuensi utama dari topografi datar ini adalah kerentanan terhadap genangan air, terutama selama musim hujan. Tanpa kemiringan yang cukup untuk mengalirkan air secara alami, air hujan cenderung berkumpul dan membentuk genangan di berbagai lokasi di wilayah tersebut.

Kerentanan terhadap genangan air ini menjadi perhatian serius bagi pemerintah setempat dan masyarakat. Pada musim hujan, risiko banjir dan genangan berkepanjangan meningkat secara signifikan. Hal ini tidak hanya mengganggu aktivitas sehari-hari penduduk, tetapi juga berpotensi menimbulkan masalah kesehatan dan kerusakan infrastruktur. Oleh karena itu, diperlukan perencanaan drainase yang cermat dan implementasi sistem pengelolaan air yang efektif untuk mengatasi tantangan ini. Untuk mengatasi masalah genangan air, pihak berwenang perlu mempertimbangkan berbagai solusi, seperti pembangunan sistem drainase yang komprehensif, peningkatan kapasitas pompa air, dan pengembangan area resapan air. Selain itu, edukasi masyarakat tentang pentingnya menjaga kebersihan saluran air dan partisipasi dalam upaya pencegahan banjir juga menjadi kunci dalam mengelola risiko yang timbul akibat kondisi topografi ini.

Dengan memahami karakteristik topografi Kecamatan Bekasi Barat dan Kelurahan Kranji, diharapkan dapat dilakukan perencanaan pembangunan yang

lebih baik dan implementasi strategi mitigasi yang efektif untuk mengurangi dampak negatif dari kondisi geografis tersebut. Hal ini akan membantu menciptakan lingkungan yang lebih aman dan nyaman bagi penduduk setempat, sekaligus mendukung pembangunan berkelanjutan di wilayah tersebut.

3. Kondisi Demografis

Berdasarkan data tahun 2013, Kelurahan Kranji memiliki jumlah penduduk sebanyak 47.727 jiwa dengan kepadatan penduduk mencapai 19.926 jiwa/km² (Badan Pusat Statistik Kota Bekasi, 2014). Komposisi penduduk Kelurahan Kranji terdiri dari beragam etnis, dengan mayoritas berasal dari suku Sunda, Betawi, dan Jawa. Sebagian besar penduduk Kelurahan Kranji memeluk agama Islam, meskipun terdapat juga penganut agama lain seperti Kristen, Hindu, Buddha, dan Konghucu.

a. Potensi Ekonomi

Kelurahan Kranji memiliki potensi ekonomi yang cukup besar, terutama dalam bidang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Berdasarkan data laporan tahunan Kelurahan Kranji, tercatat sebanyak 162 jenis UMKM yang beroperasi di wilayah ini (Afif & Abdullah, 2010). Sektor usaha yang berkembang di Kelurahan Kranji meliputi bidang jasa, industri, serta perdagangan. Pemerintah Kelurahan Kranji telah mengambil langkah-langkah untuk memberdayakan masyarakat melalui peningkatan industri kreatif bagi pelaku UMKM. Upaya ini meliputi sosialisasi perencanaan program, penyediaan fasilitas seperti gerai-gerai pasar, dan penyelenggaraan program bazar secara rutin.

b. Infrastruktur dan Transportasi

Kelurahan Kranji memiliki akses transportasi yang cukup baik. Beberapa angkutan umum yang melayani wilayah ini antara lain:

- 1) KWK T20 ke Pulo Gadung
- 2) Koasi Kota Bekasi K03 ke Bintara
- 3) Mikrolet M19 ke Cililitan
- 4) Blue Line di Stasiun Kranji

Keberadaan Stasiun Kranji yang dilayani oleh KRL Commuterline Blue Line memberikan akses yang sangat bermanfaat bagi penduduk Kelurahan Kranji untuk bepergian ke Jakarta dan wilayah sekitarnya. Stasiun Kranji yang terletak di Jalan I Gusti Ngurah Rai, Kranji, Bekasi Barat, merupakan stasiun kereta api kelas

III/kecil yang berada pada ketinggian +18 meter di atas permukaan laut. Posisinya yang strategis menjadikan Stasiun Kranji sebagai gerbang transportasi utama bagi warga Kelurahan Kranji dan sekitarnya.

KRL Commuterline Blue Line yang melayani Stasiun Kranji memiliki beberapa rute penting, termasuk Cikarang-Bekasi-Angke dan Cikarang-Bekasi-Kampung Bandan⁸. Jadwal keberangkatan KRL dari Stasiun Kranji dimulai sejak pukul 04:39 pagi hingga 22:39 malam, memberikan fleksibilitas waktu yang luas bagi para pengguna. Kemudahan akses ini sangat membantu mobilitas penduduk Kelurahan Kranji, terutama bagi mereka yang bekerja atau memiliki kepentingan di Jakarta dan wilayah sekitarnya.

Dengan posisi strategis dan potensi ekonomi yang dimiliki, Kelurahan Kranji memainkan peran penting dalam perkembangan Kota Bekasi secara keseluruhan. Berdasarkan data, tercatat sebanyak 162 jenis UMKM di Kelurahan Kranji, yang mencakup berbagai bidang seperti jasa, industri, dan perdagangan (Rafika, et al, 2023). Potensi ekonomi ini, jika dikembangkan dengan baik, dapat memberikan dampak positif yang signifikan bagi kesejahteraan masyarakat dan pertumbuhan ekonomi Kota Bekasi.

Namun, Kelurahan Kranji juga menghadapi beberapa tantangan yang perlu dikelola dengan baik. Salah satu tantangan utama adalah kepadatan penduduk yang cukup tinggi. Tercatat bahwa Kelurahan Kranji memiliki jumlah penduduk sebanyak 49.540 jiwa (Musdiana, 2023). Kepadatan penduduk ini berpotensi menimbulkan berbagai masalah perkotaan jika tidak dikelola dengan baik, seperti keterbatasan ruang terbuka hijau dan tekanan pada infrastruktur publik.

Selain itu, Kelurahan Kranji juga menghadapi risiko banjir yang cukup serius. Pada Februari 2020, wilayah ini mengalami banjir akibat luapan Kali Jatiluhur/Kali Beringin. Kondisi topografi yang relatif datar dengan kemiringan lahan antara 0-2% menjadikan Kelurahan Kranji rentan terhadap genangan air, terutama pada musim hujan. Oleh karena itu, diperlukan upaya serius dalam pengelolaan drainase dan mitigasi bencana banjir untuk menjamin keamanan dan kenyamanan penduduk.

Untuk menjamin keberlanjutan pembangunan di Kelurahan Kranji, pemerintah setempat perlu mengambil langkah-langkah strategis. Ini termasuk peningkatan

infrastruktur drainase, pengembangan ruang terbuka hijau, serta pemberdayaan UMKM lokal. Dengan pengelolaan yang tepat dan pemanfaatan potensi yang ada, Kelurahan Kranji dapat terus berkembang sebagai salah satu pusat pertumbuhan ekonomi di Kota Bekasi, sambil tetap menjaga kualitas hidup penduduknya.

4. Profil Kranji

Kelurahan Kranji memiliki sejarah perkembangan yang erat kaitannya dengan pertumbuhan Kota Bekasi. Meskipun tidak ada catatan pasti mengenai asal-usul nama Kranji, kelurahan ini telah menjadi bagian integral dari perkembangan wilayah Bekasi Barat sejak lama. Kranji telah menjadi bagian integral dari perkembangan wilayah Bekasi Barat sejak lama. Meskipun tidak ada catatan pasti mengenai asal-usul nama Kranji, kelurahan ini telah berkembang pesat seiring dengan perluasan wilayah perkotaan Jakarta ke arah timur pada era 1980-an dan 1990-an. Perkembangan Kelurahan Kranji semakin signifikan setelah terbentuknya Kota Administratif Bekasi pada tahun 1982.

Pola pemukiman di Kelurahan Kranji mencerminkan karakteristik daerah peri-urban yang mengalami urbanisasi cepat. Terdapat kombinasi antara kawasan perumahan terencana dan perkampungan yang tumbuh secara organik. Beberapa area pemukiman utama di Kelurahan Kranji meliputi:

- a. Perumahan Duta Kranji: Kawasan perumahan terencana yang terletak di sekitar Blok C.
- b. Kampung Rawa Pasung: Merupakan salah satu perkampungan asli di wilayah Kranji.
- c. Kawasan perumahan yang dikembangkan oleh pengembang swasta, seperti Perumahan Harapan Baru I, II, dan Perumahan Harapan Baru Regency.

Kepadatan hunian di Kelurahan Kranji tergolong tinggi, dengan rata-rata 4 orang per rumah (Suhardi, 2024). Hal ini mencerminkan karakteristik daerah perkotaan dengan tingkat urbanisasi yang tinggi. Fenomena ini tidak mengherankan mengingat Kranji merupakan salah satu kelurahan yang terletak di pusat kota, menawarkan akses mudah ke berbagai fasilitas perkotaan seperti perkantoran, pusat perbelanjaan, dan sarana pendidikan. Tingginya kepadatan hunian ini juga dapat dikaitkan dengan mahalnya harga properti di daerah perkotaan, yang mendorong banyak keluarga untuk tinggal bersama dalam satu rumah atau memilih hunian dengan ukuran lebih kecil. Selain itu, tren urbanisasi

yang terus meningkat, di mana banyak orang dari daerah pedesaan berpindah ke kota untuk mencari peluang kerja dan pendidikan yang lebih baik, turut berkontribusi pada tingginya kepadatan penduduk di Kelurahan Kranji. Kondisi ini tentu membawa tantangan tersendiri bagi pemerintah setempat dalam hal penyediaan infrastruktur dan layanan publik yang memadai untuk memenuhi kebutuhan penduduk yang padat..

Kelurahan Kranji merupakan salah satu dari lima kelurahan di Kecamatan Bekasi Barat, Kota Bekasi, Provinsi Jawa Barat. Wilayah administrasi Kelurahan Kranji meliputi:

a. Luas Wilayah

Kelurahan Kranji memiliki luas wilayah sekitar 2,49 km² atau 249 hektar.

b. Batas Wilayah

- 1) Sebelah Utara: Berbatasan dengan Jalan Gusti Ngurah Rai dan rel kereta api
- 2) Sebelah Selatan: Berbatasan dengan Kelurahan Jakamulya dan Jalan Bintara Raya
- 3) Sebelah Barat: Berbatasan dengan Kelurahan Bintara
- 4) Sebelah Timur: Berbatasan dengan Kelurahan Kayuringin

c. Struktur Administratif

Kelurahan Kranji memiliki total Rukun Warga (RW) 15 dan total Rukun Tetangga (RT) 91.

d. Kode Pos

Kode Pos yang ada di Kelurahan Kranji yaitu 17135

Kelurahan Kranji memiliki lokasi yang strategis, berbatasan dengan Jakarta Timur, menjadikannya sebagai daerah pemukiman yang diminati oleh para komuter yang bekerja di Jakarta. Perkembangan ini tercermin dari pertumbuhan penduduk dan pembangunan infrastruktur di wilayah tersebut (Kusumaningrum, 2015). Kelurahan ini juga dilayani oleh beberapa angkutan umum yang memudahkan mobilitas penduduk, seperti KWK T20 ke Pulo Gadung, Koasi Kota Bekasi K03 ke Bintara, Mikrolet M19 ke Cililitan, dan KRL Commuterline Blue Line di Stasiun Kranji. Kelurahan Kranji terus berkembang sebagai salah satu pusat

pertumbuhan di Kota Bekasi, menghadapi tantangan dan peluang sebagai daerah penyangga ibukota.

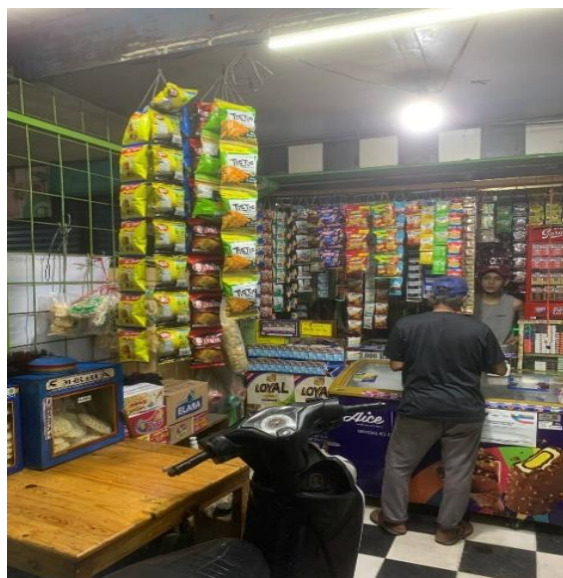
BAB IV

BENTUK MODAL SOSIAL WARUNG MADURA DI KELURAHAN KРАНJI

A. Kepercayaan Antar Pemilik Warung dan Pelanggan

Francis Fukuyama, seorang ilmuwan politik dan ekonom Amerika yang terkenal, memberikan definisi yang mendalam tentang konsep kepercayaan dalam konteks sosial. Menurut Fukuyama, kepercayaan adalah suatu harapan yang tumbuh dan berkembang di dalam sebuah komunitas sosial di mana para anggotanya memiliki keyakinan bahwa mereka akan bertindak dengan kejujuran dan kerjasama, berlandaskan pada norma-norma yang telah disepakati bersama. Definisi ini menekankan pentingnya perilaku etis dan kolaboratif dalam interaksi sosial. Lebih lanjut, Fukuyama menegaskan bahwa kepercayaan ini bukan hanya sekadar konsep abstrak, melainkan merupakan komponen fundamental yang memungkinkan individu maupun kelompok untuk bekerja sama secara efektif dalam berbagai aspek kehidupan, baik dalam ranah sosial maupun ekonomi. Dengan adanya kepercayaan, masyarakat dapat membangun hubungan yang lebih kuat, mengurangi konflik, dan meningkatkan produktivitas kolektif. Oleh karena itu, pemahaman dan penerapan konsep kepercayaan ini menjadi sangat penting dalam membangun dan memelihara kohesi sosial serta mendorong kemajuan ekonomi dalam suatu masyarakat (Fukuyama, 1995).

Gambar 3 Seorang pelanggan sedang melakukan transaksi pembelian di Warung Madura



Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2025

Gambar diatas merupakan salah satu pembeli yang sedang membeli kebutuhan sehari-hari di Warung Madura, di Warung Madura ini banyak kelebihan seperti harga-harga yang tersedia dari berbagai macam produk yang disediakan mempunyai harga yang relatif murah ketimbang dengan minimarket dan mudah dijumpai di setiap jalan yang juga memudahkan akses masyarakat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, selain harga yang relatif murah, barang-barang di Warung Madura pun cukup lengkap dan beragam dalam hal ini merupakan salah satu daya tarik masyarakat untuk berbelanja, dengan produk yang terjamin kualitasnya Warung Madura dapat membangun kepercayaan masyarakat terkait dengan produk yang disediakan oleh Warung Madura yang berada di Kelurahan Kranji. Selanjutnya hal ini didukung oleh pak Muhdi selaku pembeli yang hanya melakukan transaksi pembelian, menurut penuturannya dalam wawancara :

“Kebetulan alasan khususnya sih enggak ada sih mas, tapi kenapa lebih memilih Warung Madura itu, ya karena lebih terjangkau karena dekat terus yang kedua, harganya juga relatif lebih murah dibandingkan kalau kita belanja di Alfamart atau di Indomaret, soalnya saya ke sana juga karena emang butuh mungkin kayak beli bahan bahan makanan pokok kayak indomie, telur, gula, kadang beli rokok juga mas” (Wawancara dengan Bapak Muhdi, Pembeli di Warung Madura, 20 Mei 2025).

Menurut penuturannya, bahwa pemilihan tempat berbelanja seseorang sangat dipengaruhi oleh faktor praktis dan ekonomis. Responden memilih Warung Madura sebagai tempat berbelanja utama bukan karena alasan khusus yang mendalam, melainkan karena dua faktor utama: aksesibilitas dan efisiensi biaya. Kedekatan lokasi memberikan kemudahan akses yang menghemat waktu dan tenaga, sementara harga yang lebih terjangkau dibandingkan dengan minimarket modern seperti Alfamart atau Indomaret menjadi pertimbangan ekonomis yang signifikan. Pola belanja yang fokus pada kebutuhan dasar seperti makanan pokok (indomie, telur, gula) dan barang konsumsi sehari-hari menunjukkan bahwa warung tradisional masih memainkan peran penting dalam memenuhi kebutuhan masyarakat, terutama bagi konsumen yang mengutamakan efisiensi biaya dalam berbelanja. Hal ini mencerminkan bagaimana faktor geografis dan ekonomi menjadi determinan utama dalam pengambilan keputusan konsumen di level mikro.

Kepercayaan yang dijelaskan oleh Fukuyama dapat ditemukan dalam praktik bisnis tradisional seperti Warung Madura. Berikut adalah bentuk kepercayaan yang relevan:

1. Kepercayaan Pelanggan terhadap Konsistensi Layanan

Warung Madura dikenal dengan layanan 24 jam yang konsisten, menciptakan rasa aman bagi pelanggan bahwa kebutuhan mereka dapat terpenuhi kapan saja. Hal ini mencerminkan kepercayaan berbasis reliabilitas.

2. Kejujuran dalam Transaksi

Pemilik Warung Madura umumnya menjaga kejujuran dalam penentuan harga dan kualitas barang. Praktik ini memperkuat hubungan dengan pelanggan, sesuai dengan konsep kepercayaan yang diuraikan Fukuyama.

3. Kepercayaan Internal dalam Keluarga

Banyak warung dikelola oleh anggota keluarga, menunjukkan tingkat kepercayaan internal yang tinggi. Hal ini mencerminkan pentingnya ikatan keluarga dalam membangun modal sosial, sebagaimana ditekankan oleh Fukuyama.

4. Jaringan Sosial antar Pemilik Warung

Pemilik Warung Madura sering kali memiliki hubungan baik dengan pemasok dan sesama pedagang, membangun jaringan sosial berbasis kepercayaan yang mendukung keberlangsungan usaha mereka.

Dengan beberapa poin diatas, kepercayaan merupakan hal penting bagi pemilik Warung Madura dengan para pelanggan yang selalu berinteraksi dan bertransaksi ke warung mereka. Antara pemilik Warung Madura dan pelanggan pun harus saling menghormati dan menjaga kenyamanan di lingkungan mereka, sebagaimana yang dikatakan oleh Bapak Sugi selaku Ketua Komunitas Orang Madura yang berada di Kelurahan Kranji saat wawancara :

“Ya intinya ya sama orang dan lingkungannya harus mengutamakan kenyamanan kan biar sama-sama enak aja. yang kedua ya sopan, saling hormati ketika ada di lingkungan baru kan seperti itu agar kita sebagai perantau pun diperlakukan baik, yang ketiga ya harga emang harus miring, harus saingan harga-harga” (Wawancara dengan Bapak Sugi, Ketua Komunitas Orang Madura, 20 Januari 2025).

Menurut penuturuannya, bahwa Kelurahan Kranji merupakan lingkungan yang kondusif dan saling mengutamakan kenyamanan dan menghormati satu sama lain, dengan segala mobilitas yang cukup tinggi di wilayah Kelurahan Kranji, Warung Madura hadir sebagai salah satu tempat yang dapat diandalkan oleh masyarakat urban yang dimana notabenenya mempunyai mobilitas yang cukup tinggi dan siap melayani 24 jam nonstop dan memiliki harga barang yang relatif murah dapat menarik dan memunculkan kepercayaan pada pelanggan dan masyarakat sekitarnya.

Kepercayaan memainkan peran yang sangat penting dalam operasional Warung Madura, menjadi landasan utama yang menopang keberlangsungan usaha ini. Dalam konteks hubungan dengan pelanggan, kepercayaan tercermin dari kualitas layanan dan produk yang konsisten, serta kejujuran dalam bertransaksi. Para pemilik warung menyadari bahwa membangun dan mempertahankan kepercayaan pelanggan adalah kunci untuk menciptakan loyalitas dan menjamin keberlanjutan usaha mereka. Sementara itu, di antara sesama pemilik warung, kepercayaan mewujud dalam bentuk kerjasama yang erat, saling membantu, dan menjaga etika bisnis yang sehat. Mereka sering berbagi informasi, sumber daya, dan bahkan pelanggan, menciptakan jaringan sosial yang kuat di kalangan komunitas Warung Madura. Fenomena ini sangat selaras dengan pemikiran Francis Fukuyama yang melihat kepercayaan sebagai perekat sosial yang vital. Kepercayaan, dalam pandangan Fukuyama, bukan hanya memungkinkan terjadinya kerjasama yang efisien dalam masyarakat, tetapi juga menjadi fondasi bagi terbentuknya modal sosial yang kuat. Dalam kasus Warung Madura, kepercayaan ini terbukti menjadi faktor kunci yang memungkinkan mereka untuk beroperasi dengan efisien, mengatasi berbagai tantangan bisnis, dan mempertahankan eksistensi mereka di tengah persaingan yang ketat dalam bisnis pada wilayah urban.

B. Norma Kekeluargaan Pemilik Warung Madura

Dalam teori modal sosial yang dikemukakan oleh Francis Fukuyama, norma memainkan peran krusial sebagai salah satu elemen pembentuk modal sosial, bersama dengan kepercayaan dan jaringan. Fukuyama mendefinisikan norma sebagai seperangkat nilai-nilai atau aturan informal yang dianut bersama oleh anggota suatu kelompok masyarakat, yang memfasilitasi terjalinnya kerjasama di antara mereka (Rahmatullah et al, 2023). Penting untuk dicatat bahwa norma-norma ini bukanlah produk dari kebijakan pemerintah atau birokrasi, melainkan hasil dari proses evolusi sosial yang panjang dalam masyarakat. Norma terbentuk melalui akumulasi tradisi,

pengalaman sejarah, dan interaksi sosial yang berlangsung secara terus-menerus dalam kurun waktu yang lama (Subagyo, 2021). Fukuyama menekankan bahwa norma-norma ini, meskipun sering kali tidak tertulis, dipahami dan dipatuhi oleh anggota masyarakat, serta berperan penting dalam mengatur perilaku dan menciptakan keteraturan sosial. Lebih lanjut, norma-norma ini menciptakan dasar bagi terbentuknya kepercayaan dan memungkinkan terbentuknya jaringan sosial yang kuat, yang pada gilirannya memperkuat modal sosial dalam masyarakat. Dalam konteks Warung Madura yang berada di Kelurahan Kranji, beberapa bentuk norma yang dapat diidentifikasi dan dikaitkan dengan konsep Fukuyama antara lain:

1. Norma Kejujuran dan Integritas

Pemilik Warung Madura umumnya menjunjung tinggi kejujuran dalam bertransaksi, seperti dalam penentuan harga dan kualitas produk. Hal ini sejalan dengan pemikiran Fukuyama bahwa norma-norma kooperatif seperti kejujuran dapat meningkatkan efisiensi ekonomi dengan mengurangi biaya transaksi (Fukuyama, 2002).

2. Norma Kerja Keras

Warung Madura terkenal dengan jam operasional yang panjang, bahkan 24 jam. Etos kerja keras ini mencerminkan norma yang diyakini dan dijalankan bersama oleh komunitas pemilik Warung Madura, sesuai dengan konsep Fukuyama tentang norma sebagai pemahaman dan nilai bersama (Fukuyama, 1999).

3. Norma Kekeluargaan

Pengelolaan Warung Madura yang sering melibatkan anggota keluarga mencerminkan norma kekeluargaan yang kuat. Ini selaras dengan pandangan Fukuyama tentang pentingnya ikatan sosial dalam membangun modal sosial (Fukuyama, 2001). Selanjutnya penjaga Warung Madura ini akan memanfaatkan hasil bagi hasil yang dilakukan oleh pemilik dan penjaga Warung Madura untuk membuka usaha Warung Madura baru, sehingga hal tersebut bisa menjadi modal untuk penjaga membuka Warung Maduranya sendiri.

4. Norma Pelayanan

Warung Madura umumnya menerapkan standar pelayanan yang konsisten, seperti keramahan dan kecepatan dalam melayani pembeli maupun pelanggan. Norma ini menjadi bagian dari identitas kolektif pemilik Warung

Madura, sebagaimana dijelaskan Fukuyama bahwa norma dapat menjadi pengikat kelompok (Fukuyama, 1995). Hal ini seperti apa yang diutarakan oleh pak Muhdi sebagai salah satu pembeli saat wawancara :

“Kalau bilang perbedaannya ada atau enggak pasti ada ya mas. Karena kan kalau toko modern itu kan pasti dia punya. SOP tersendiri kan bagaimana melayani klien atau pembeli dengan maksimal seperti salah satu contoh kecilnya itu ya ramah dan senyum ketika melayani pelanggannya. Tapi kalau misalkan di Warung Madura ada umumnya ya sama tapi beberapa hanya sekedar melayani aja.” (Wawancara dengan Bapak Muhdi, Pembeli di Warung Madura, 20 Mei 2025).

Berdasarkan pemaparan pak Muhdi terdapat perbedaan signifikan dalam standar pelayanan antara toko modern dan Warung Madura, meskipun keduanya sama-sama melayani konsumen. Toko modern cenderung menerapkan Standar Operasional Prosedur (SOP) yang lebih terstruktur dan konsisten dalam memberikan pelayanan optimal kepada pelanggan, dengan menekankan aspek-aspek seperti keramahan dan senyuman sebagai bagian integral dari pengalaman berbelanja. Sementara itu, Warung Madura meskipun secara umum juga menerapkan prinsip pelayanan yang baik, namun masih terdapat variasi dalam kualitas pelayanan di mana sebagian hanya memberikan layanan dasar tanpa fokus khusus pada aspek customer experience yang lebih mendalam. Perbedaan ini mencerminkan evolusi standar retail modern yang lebih memprioritaskan kepuasan pelanggan melalui pendekatan yang lebih sistematis dan terstandarisasi.

5. Norma Kebersihan

Meskipun sederhana, Warung Madura umumnya menjaga standar kebersihan tertentu. Norma ini mencerminkan nilai bersama yang dianut oleh komunitas pemilik Warung Madura, sesuai dengan konsep Fukuyama tentang norma sebagai nilai yang diyakini bersama (Fukuyama, 2000).

Dalam beberapa poin diatas, norma merupakan hal yang penting bagi pelaku usaha Warung Madura ini, salah satunya norma kekeluargaan yang dapat memupuk ikatan sosial yang ada pada kelompok masyarakat terkecil, dengan norma kekeluargaan yang kuat Warung Madura dapat menjalani bisnisnya menjadi lebih mudah dan dapat mempercayai orang-orang terdekat mereka, seperti apa yang dikatakan oleh bapak Sugi selaku Ketua Komunitas Orang Madura saat wawancara :

“Emang kalau namanya keluarga ya, saling membantu masalahnya kan namanya masih satu keluarga ya, karena yang ada yang gak ada saling kita bantu, saling support gitu, saling mensupport gitu ya, jadi ada campur tangan kerabat dan keluarga juga gitu, meskipun ada beberapa masalah diluar bisnis, keluarga yang lain tetap membantu” (Wawancara dengan Bapak Sugi, Ketua Komunitas Orang Madura, 20 Januari 2025).

Menurut apa yang disampaikan informan, dalam bisnis Warung Madura yang berada di Kelurahan Kranji ini, keluarga merupakan bagian penting yang dapat mendukung keberlangsungan usaha, karena keluarga yang saling support dapat membantu jalannya sebuah usaha khususnya bisnis Warung Madura. sebaliknya jika keluarga dari pemilik Warung Madura mempunyai kesalahan diluar hal tentang bisnis, keluarga mereka tetap mendukung penuh ketika keluarga lain memiliki kesulitan.

Dalam konteks komunitas pemilik Warung Madura, norma-norma yang berlaku menunjukkan kesesuaian yang kuat dengan konsep norma yang diuraikan oleh Fukuyama dalam teori modal sosialnya. Norma-norma ini berfungsi jauh lebih luas dari sekadar aturan tidak tertulis yang mengatur perilaku anggota komunitas. Mereka berperan sebagai fondasi etika bisnis, panduan interaksi sosial, dan prinsip-prinsip operasional yang dipegang teguh oleh para pemilik warung. Misalnya, norma kejujuran dalam bertransaksi, kualitas layanan yang konsisten, dan sikap saling membantu antar pemilik warung telah menjadi bagian integral dari identitas Warung Madura khususnya yang berada di Kelurahan Kranji. Lebih dari itu, norma-norma ini bertindak sebagai perekat sosial yang kuat, memfasilitasi terciptanya jaringan kerjasama yang erat di antara para pemilik warung. Hal ini memungkinkan mereka para pemilik Warung Madura yang berada di Kelurahan Kranji dapat saling mendukung dalam menghadapi tantangan bisnis, berbagi sumber daya, dan bahkan pelanggan. Konsekuensinya, norma-norma ini tidak hanya berkontribusi pada keberhasilan individual setiap warung, tetapi juga menjamin keberlangsungan dan keberlanjutan usaha Warung Madura secara kolektif dalam jangka panjang. Dengan demikian, norma-norma dalam komunitas Warung Madura menjadi bukti nyata dari peran vital norma dalam membangun dan mempertahankan modal sosial, sesuai dengan pemikiran Fukuyama.

C. Membangun Jaringan Sosial Antar Komunitas Warung Madura dan Pelanggan

Dalam teori modal sosial yang dikemukakan oleh Francis Fukuyama, jaringan sosial menempati posisi yang sangat penting sebagai salah satu elemen utama, bersama dengan kepercayaan dan norma. Fukuyama mendefinisikan jaringan sosial sebagai

sekelompok individu yang saling terhubung dan berbagi nilai-nilai serta norma-norma informal yang melampaui apa yang umumnya diperlukan dalam transaksi pasar biasa (Claridge, 2018). Konsep ini menekankan bahwa ikatan antar individu dalam jaringan sosial tidak hanya didasarkan pada kepentingan ekonomi semata, tetapi juga pada nilai-nilai dan norma-norma bersama yang lebih mendalam. Jaringan sosial ini memiliki peran krusial dalam memfasilitasi koordinasi dan kerja sama antar anggotanya, yang pada gilirannya dapat menghasilkan keuntungan bersama (Subagyo, 2021). Melalui jaringan ini, informasi dapat mengalir dengan lebih efisien, sumber daya dapat diakses dan dimobilisasi dengan lebih mudah, dan tindakan kolektif dapat diorganisir dengan lebih efektif (Claridge, 2018). Fukuyama menekankan bahwa jaringan sosial yang kuat dapat meningkatkan efisiensi masyarakat dengan memungkinkan berbagai bentuk tindakan terkoordinasi (Rahmatullah et al, 2023). Dengan demikian, jaringan sosial tidak hanya berfungsi sebagai saluran komunikasi, tetapi juga sebagai fondasi bagi terbentuknya modal sosial yang kuat dalam suatu komunitas atau masyarakat.

Dalam konteks Warung Madura, beberapa bentuk jaringan sosial yang dapat diidentifikasi antara lain:

1. Jaringan Kekerabatan

Warung Madura umumnya dikelola oleh anggota keluarga, mencerminkan jaringan sosial yang kuat berbasis kekerabatan (Farisi et al, 2022). Hal ini sejalan dengan pandangan Fukuyama tentang pentingnya ikatan keluarga dalam membangun modal sosial.

2. Jaringan Sesama Pemilik Warung Madura

Para pemilik Warung Madura sering membangun hubungan dengan sesama pemilik warung, membentuk jaringan informal yang memungkinkan pertukaran informasi dan saling mendukung. Jaringan solidaritas ini biasanya terbentuk secara alamiah melalui pertemuan rutin di pasar tradisional saat membeli bahan baku, atau dalam acara-acara komunitas seperti pengajian dan perayaan keagamaan. Dalam interaksi sehari-hari, para pemilik warung saling berbagi informasi penting seperti fluktuasi harga bahan pokok, lokasi supplier terpercaya, strategi pemasaran yang efektif, serta tips mengatasi tantangan operasional seperti persaingan atau masalah perizinan.

3. Jaringan dengan Pemasok

Warung Madura biasanya memiliki hubungan yang kuat dengan pemasok bahan baku, menciptakan jaringan bisnis yang saling menguntungkan.

4. Jaringan Komunitas Madura

Sebagai bagian dari komunitas Madura di perantauan, pemilik Warung Madura sering terlibat dalam jaringan sosial yang lebih luas dengan sesama perantau Madura, memberikan dukungan sosial dan ekonomi.

5. Jaringan dengan Pelanggan Setia

Melalui layanan yang konsisten dan interaksi rutin, Warung Madura membangun jaringan dengan pelanggan tetap, menciptakan basis loyalitas yang kuat.

Dari kelima poin diatas, jaringan sosial tidak bisa lepas dari Warung Madura karena adanya jaringan sosial sendiri dapat membangun informasi dan hubungan antar keluarga, sesama pemilik Warung Madura, pelanggan, pemasok, dan komunitas orang Madura. Salah satu bentuk jaringan informal yang memainkan peran penting untuk keberlangsungan bisnis Warung Madura adalah jaringan sesama pemilik Warung Madura dan Komunitas Orang Madura, seperti apa yang disampaikan oleh bapak Sugi ketika diwawancara :

“Oh ada, itu namanya silaturahmi kan, biasanya ngumpulin ada istilah arisan gitu, silaturahmi sama-sama orang Madura dan para pemilik usaha Warung Madura gitu, Lain-lain, misalnya ada yang wilayah Bekasi timur atau Bekasi Barat gitu, Kita ngumpul satu minggu tuh, biasanya sebulan sekali di tempat siapa, Nah nanti giliran gitu” (Wawancara dengan Bapak Sugi, Ketua Komunitas Orang Madura, 20 Januari 2025).

Merujuk dengan apa yang disampaikan oleh informan, perkumpulan dalam menjalin jaringan sosial itu penting untuk membangun hubungan sesama pemilik Warung Madura untuk mendapatkan informasi atau sekedar untuk silaturahmi dalam sebuah acara informal, guna mendapatkan pengetahuan dan informasi yang lebih luas dan terbaru yang dapat menciptakan dukungan kuat dalam membangun bisnis dalam jangka panjang dimasa depan. Jaringan-jaringan sosial ini memainkan peran penting dalam keberlangsungan dan kesuksesan Warung Madura. Mereka memfasilitasi aliran informasi, membangun kepercayaan, dan menciptakan sistem dukungan yang kuat. Hal ini sejalan dengan pemikiran Fukuyama bahwa jaringan sosial yang kuat dapat mengurangi biaya transaksi dan meningkatkan efisiensi ekonomi (Fukuyama, 2000).

Gambar 4 Beberapa anak muda sedang bercengkrama di Warung Madura



Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2025

Gambar di atas merupakan salah satu bentuk dari jaringan pelanggan setia dan radius kepercayaan masyarakat lokal. Dalam hal radius pelanggan setia, para anak muda yang sedang bercengkrama di depan Warung Madura merupakan bentuk pelayanan yang baik dari pemilik usaha Warung Madura yang menyediakan tempat untuk sekedar beristirahat bahkan bercengkrama sesaat dengan harga barang yang dijual relatif murah para masyarakat sekitar pun tidak merasa keberatan untuk berbelanja atau bahkan bercengkrama di Warung Madura, dan pemilik usaha Warung Madura serta para pemuda/i tersebut pun saling menjaga kenyamanan saat dalam lingkungan tersebut. Hal ini selaras dengan jaringan dengan pelanggan setia, yang mana Warung Madura dapat membangun reputasi pada masyarakat sekitar, sehingga dapat memperluas jaringan sosial masyarakat yang akan berdampak pada banyaknya jumlah pelanggan yang akan datang ke Warung Madura tersebut. Hal ini selaras dengan apa yang dikatakan bapak Sugi selaku salah satu pemilik Warung Madura saat wawancara:

“Kalau saya pribadi ya bebas siapa aja yang boleh nongkrong yang penting intinya baik gak buat aneh-aneh gitu, Kalau menurut saya kalau yang tongkrongnya baik ya gak masalah. Tapi kalau tongkrongannya yang buatnya yang gak bener ya saya minta maaf kan gitu, Yang buruk gitu ya, Kalau yang baik ya saya sambut baik, Tapi kalau buat tongkrongannya yang gak bener ya saya tolak, saya larang gitu” (Wawancara dengan Bapak Sugi, Pemilik Warung Madura, 20 Januari 2025).

Menurut perkataannya, bahwa masyarakat yang nongkrong disana dibebaskan untuk siapa saja dan dari mana saja, selagi tongkrongan tersebut bersifat baik dan tidak membuat kegaduhan di lingkungan sekitar, bapak Sugi selaku salah satu pemilik Warung Madura yang ada di Kelurahan Kranji tidak keberatan adanya anak muda atau bahkan orangtua yang berada di luar lingkungan tersebut selama tidak menyebabkan kegaduhan. Akan tetapi ketika ada salah satu atau bahkan sekelompok masyarakat dari sekitar maupun di luar lingkungan tersebut yang berbuat onar, informan tidak segan-segan untuk menolak dan mengusir masyarakat tersebut.

Jaringan sosial yang terbentuk di antara para pemilik Warung Madura merupakan contoh nyata dari penerapan teori modal sosial yang dikemukakan oleh Fukuyama. Fenomena ini menunjukkan bagaimana modal sosial dapat menjadi aset yang sangat berharga dalam mempertahankan kelangsungan usaha tradisional di tengah era ekonomi modern yang semakin kompetitif. Jaringan ini tidak hanya sebatas hubungan bisnis biasa, tetapi telah berkembang menjadi struktur sosial yang kompleks dan saling menguntungkan, di mana para pemilik warung saling berbagi informasi, memberikan dukungan, dan bersama-sama menghadapi berbagai tantangan. Kekuatan kolektif yang terbentuk dari jaringan sosial ini memungkinkan Warung Madura untuk tetap bertahan dan bahkan berkembang di tengah persaingan yang semakin ketat di dunia ekonomi modern. Lebih dari itu, jaringan sosial ini juga memiliki korelasi yang erat dengan terbentuknya jaringan pelanggan setia dan meningkatnya kepercayaan masyarakat lokal terhadap Warung Madura. Hal ini menghasilkan dampak positif seperti peningkatan penjualan dan akses terhadap informasi penting mengenai dinamika masyarakat urban yang terus berubah. Namun, penting untuk dicatat bahwa jaringan pelanggan setia yang terlalu sempit dapat membatasi potensi pertumbuhan usaha dan berisiko menciptakan eksklusivitas yang berlebihan terhadap kelompok luar. Oleh karena itu, para pemilik Warung Madura perlu menjaga keseimbangan antara mempertahankan kepercayaan dalam komunitas inti mereka dan membuka diri terhadap peluang baru dari masyarakat yang lebih luas. Dengan strategi ini, mereka dapat memperkuat posisi mereka dalam masyarakat, meningkatkan ketahanan bisnis, sekaligus tetap fleksibel dalam menghadapi perubahan dan memanfaatkan peluang baru di lingkungan urban yang dinamis.

D. Kebijakan Sosial dalam Penguatan Identitas Lokal

Francis Fukuyama, seorang ilmuwan politik terkemuka, menekankan peran krusial kebijakan sosial dalam membentuk dan memperkuat modal sosial di masyarakat. Menurut Fukuyama, kebijakan sosial yang efektif harus melampaui pendekatan ekonomi semata dan mempertimbangkan aspek-aspek budaya serta nilai-nilai lokal yang ada (Fukuyama 1995). Ia berpendapat bahwa kebijakan sosial seharusnya dirancang untuk mendorong terbentuknya kepercayaan dan norma-norma bersama, yang merupakan fondasi penting bagi kerjasama dan kohesi sosial (Morrone et al, 2009). Fukuyama menekankan bahwa jaringan sosial yang kuat tidak terbentuk secara instan, melainkan hasil dari interaksi sosial yang berlangsung lama dan didukung oleh kebijakan yang tepat (Fukuyama, 2001). Oleh karena itu, ia menganjurkan agar pembuat kebijakan memperhatikan institusi-institusi perantara antara keluarga dan negara, seperti asosiasi sukarela dan organisasi masyarakat sipil, yang berperan penting dalam membangun modal sosial (Fukuyama 1995). Fukuyama juga menekankan pentingnya kebijakan yang mendorong partisipasi warga dalam kehidupan bermasyarakat, karena hal ini dapat memperluas "radius kepercayaan" dan memperkuat ikatan sosial antar kelompok yang berbeda (Morrone et al, 2009). Dengan pendekatan yang holistik dan sensitif terhadap konteks lokal ini, Fukuyama yakin bahwa kebijakan sosial dapat secara efektif mendukung terbentuknya masyarakat yang lebih kohesif dan produktif (Fukuyama, 2001). Dalam konteks Warung Madura di Kelurahan Kranji, Kecamatan Bekasi Barat, beberapa bentuk kebijakan sosial yang dapat diidentifikasi antara lain:

1. Kebijakan Operasional Fleksibel

Pemerintah daerah memberikan keleluasaan bagi Warung Madura untuk beroperasi 24 jam, mengakomodasi kebutuhan masyarakat setempat. Hal ini mencerminkan pendekatan Fukuyama yang menekankan pentingnya kebijakan yang responsif terhadap kebutuhan lokal. Seperti apa yang disampaikan pak Muhdi selaku pembeli dalam wawancara :

“Warung Madura tuh enggak terlalu kayak toko-toko modern yang memang dituntut untuk melakukan standar operasional sebaik mungkin agar pelanggannya balik lagi. Tapi ya lebih unggulnya karena kebanyakan di sana murah terus rata rata juga Warung Madura itu dia bukannya 24 jam yang dimana itu kan enggak semua tokoh modern itu bisa sanggup buat menjalin hal tersebut.” (Wawancara dengan Bapak Muhdi, Pembeli di Warung Madura, 20 Mei 2025).

Menurut penuturan pak Muhdi sebagai pembeli, bahwa Warung Madura memiliki keunggulan kompetitif yang berbeda dari toko-toko modern dalam hal pendekatan bisnis dan operasional. Meskipun Warung Madura tidak menerapkan standar operasional yang ketat seperti yang dituntut pada toko modern untuk mempertahankan loyalitas pelanggan, mereka berhasil unggul melalui dua faktor utama: harga yang terjangkau dan jam operasional yang fleksibel. Keunggulan utama Warung Madura terletak pada kemampuannya menyediakan barang dengan harga murah yang dapat diakses oleh berbagai kalangan masyarakat, serta mayoritas dari warung-warung ini beroperasi selama 24 jam, memberikan akses makanan ataupun minuman kapan saja bagi konsumen. Hal ini menjadi diferensiasi penting dibandingkan toko-toko modern yang tidak selalu mampu menjalankan operasional 24 jam karena berbagai keterbatasan, sehingga Warung Madura tetap memiliki posisi strategis dalam memenuhi kebutuhan masyarakat akan makanan yang mudah diakses, murah, dan tersedia sepanjang waktu.

2. Pembinaan UMKM

Pemerintah melakukan pembinaan terhadap pemilik Warung Madura sebagai bagian dari UMKM, membantu mereka mengembangkan usaha dan memperkuat jaringan sosial. Ini sejalan dengan pandangan Fukuyama ia menekankan bahwa keberhasilan pembinaan UMKM tidak hanya bergantung pada intervensi ekonomi dan teknis, tetapi juga pada penguatan modal sosial yang meliputi kepercayaan, norma, serta jaringan sosial dan peran pemerintah dalam memfasilitasi terbentuknya modal sosial.

3. Fasilitasi Dialog Antar Pelaku Usaha

Pemerintah memfasilitasi dialog antara pemilik Warung Madura dengan pelaku usaha lainnya, termasuk minimarket modern, untuk menciptakan ekosistem bisnis yang saling mendukung. Hal ini mencerminkan konsep Fukuyama tentang pentingnya membangun kepercayaan antar kelompok dalam masyarakat.

4. Perlindungan Usaha Kecil

Kebijakan yang melindungi keberadaan Warung Madura dari persaingan tidak sehat dengan ritel modern, sejalan dengan pemikiran Fukuyama tentang pentingnya menjaga keseimbangan dalam struktur sosial ekonomi.

5. Penguatan Identitas Lokal

Kebijakan yang mendorong Warung Madura untuk mempertahankan ciri khas dan nilai-nilai tradisionalnya, selaras dengan pandangan Fukuyama tentang pentingnya memelihara identitas budaya dalam membangun modal sosial.

Kebijakan-kebijakan sosial ini mencerminkan upaya untuk membangun dan memperkuat modal sosial di kalangan pemilik Warung Madura dan masyarakat sekitarnya. Dengan mempertimbangkan konteks lokal dan mendorong terbentuknya jaringan sosial yang kuat, kebijakan-kebijakan ini sejalan dengan pemikiran Fukuyama tentang peran pemerintah dalam memfasilitasi terbentuknya modal sosial yang positif. Dengan beberapa poin yang sudah disampaikan di atas terkait dengan kebijakan-kebijakan sosial yang ada dalam modal sosial, hal ini selaras dengan fakta dilapangan. Bahwa kebijakan jam operasional yang fleksibel memungkinkan pelaku usaha Warung Madura ini lebih leluasa dalam menjalankan bisnisnya dalam sektor perekonomian yang ada pada lingkungan masyarakat urban. Dengan adanya perlindungan usaha kecil yang ada pada wilayah tersebut memungkinkan pelaku usaha Warung Madura ini dapat menjaga keseimbangan struktur sosial-ekonomi yang ada pada lingkungan tersebut. Pasalnya Warung Madura dapat dianggap sebagai budaya dan memiliki nilai tradisional dalam sistem ekonomi tradisional dengan mempertahankan ciri khas mereka dalam adaptasi dan menganut sistem ekonomi tradisional yang selaras dengan pandangan Fukuyama dalam pentingnya memelihara identitas budaya dalam membangun modal sosial. Mereka melakukan bisnis tersebut tanpa takut persaingan antara Retail Modern dan Warung Non-Madura karena mereka mempunyai ciri khas sendiri untuk menggaet pelanggan di lingkungan sekitar maupun diluar mereka dan mencerminkan konsep dari Fukuyama terkait pentingnya membangun kepercayaan antar kelompok dalam sebuah masyarakat dengan penguatan identitas lokal. Seperti apa yang disampaikan oleh bapak Sugi Ketua Komunitas Orang Madura yang ada di Kelurahan Kranji saat wawancara :

“Ya kalau ada acara kerja bakti ya kalau sempat ya kita ikut, sebagai warga gitu ya kita harus turut ikut serta karena kita kan bagian dari masyarakat dan kita berjualan dengan cara tradisional dan tidak takut soal minimarket karena masih miringan warung Madura iya soal harganya dan untuk Warung Non-Madura ya saya pikir ya hampir sama cuma beda-beda harga paling dia tipis, malah antara gopek lah paling harga selisihnya untuk Warung Non-Madura dan ya 7 ribu gak nyampe tinggi selisihan harganya untuk minimarket, dari selisih harga ya” (Wawancara dengan Bapak Sugi, Ketua Komunitas Orang Madura, 20 Januari 2025).

Menurut penuturannya, sebagai bagian dari masyarakat sekitar, informan mengikuti kebijakan sosial yang ada pada wilayahnya seperti kerja bakti dan tidak menghiraukan persaingan harga dengan Retail Modern maupun Warung Non-Madura karena rentang harga yang tidak begitu signifikan dan setiap Retail Modern dan Warung Non-Madura memiliki fasilitas yang berbeda yang dapat menarik pelanggan dengan kelebihan yang ada pada setiap toko modern maupun tradisional seperti Warung Madura. Hal ini mencerminkan konsep Fukuyama tentang membangun kepercayaan antar kelompok dan memelihara identitas budaya dalam membangun modal sosial.

Pendekatan yang memandang Warung Madura di Kelurahan Kranji sebagai lebih dari sekadar entitas ekonomi mencerminkan pemahaman yang mendalam tentang peran mereka dalam struktur sosial masyarakat. Warung-warung ini bukan hanya tempat menjual berbagai macam kebutuhan, tetapi juga menjadi pusat interaksi sosial, pertukaran informasi, dan pembentukan identitas komunitas. Sebagai bagian integral dari kehidupan sehari-hari masyarakat Kranji, Warung Madura berperan dalam membangun dan memelihara jaringan sosial yang kuat. Mereka menjadi tempat di mana norma-norma sosial dipraktikkan dan diperkuat, serta kepercayaan antar anggota masyarakat dibangun melalui interaksi rutin. Hal ini menciptakan ekosistem yang unik, di mana pertumbuhan ekonomi dan penguatan kohesi sosial berjalan beriringan. Sesuai dengan visi Fukuyama tentang peran modal sosial dalam pembangunan masyarakat, Warung Madura menjadi contoh nyata bagaimana usaha kecil dapat menjadi katalis bagi terbentuknya modal sosial yang kuat. Keberadaan mereka tidak hanya mendorong aktivitas ekonomi lokal, tetapi juga memperkuat ikatan sosial, meningkatkan rasa kebersamaan, dan memfasilitasi kerjasama antar warga. Dengan demikian, Warung Madura di Kelurahan Kranji menjadi bukti konkret bagaimana modal sosial dapat menjadi aset berharga dalam pembangunan masyarakat yang berkelanjutan dan inklusif.

BAB V

PERAN MODAL SOSIAL DAN TANTANGAN WARUNG MADURA DALAM EKSISTENSI WARUNG MADURA DI KELURAHAN KRANJI

A. Peran Modal Sosial dalam Mendukung Eksistensi Warung Madura

Warung Madura telah menjadi bagian integral dari kehidupan sosial dan ekonomi di Kelurahan Kranji, Kecamatan Bekasi Barat. Keberadaan warung-warung ini tidak hanya sebagai tempat jual beli, tetapi juga berperan penting dalam memfasilitasi interaksi sosial di kalangan masyarakat setempat. Dalam perspektif modal sosial yang dikemukakan oleh Francis Fukuyama, warung Madura dapat dilihat sebagai wadah yang memungkinkan terbentuknya jaringan sosial, norma-norma bersama, dan kepercayaan antar anggota masyarakat. Seperti dalam gambar di bawah ini menunjukkan adanya norma-norma informal pada Warung Madura di RT 005 / RW 005 yang berada di Kelurahan Kranji, Kecamatan Bekasi Barat.

Gambar 5 Seorang pemilik Warung Madura sedang berinteraksi dengan para pelanggan



Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2025

Gambar diatas menunjukkan adanya interaksi dari pemilik Warung Madura dengan para pelanggan. Pemilik Warung Madura ini membangun jaringan sosial dengan pelanggan dengan cara mengadakan tempat dan kursi untuk para pelanggan dan masyarakat sekitar sekedar nongkrong atau beristirahat sesaat. Dalam hal ini ada beberapa peran yang terkandung dalam teori modal sosial Francis Fukuyama yaitu peran kepercayaan, norma, dan jaringan sosial sebagai berikut :

1. Kepercayaan

Kepercayaan ini terbangun dari kejujuran dalam transaksi, umumnya pemilik Warung Madura menjaga kejujuran dengan hanya sekedar menentukan harga dan kualitas barang, akan tetapi tidak sedikit juga pemilik Warung Madura memberikan layanan kredit atau hutang kepada para pelanggannya dengan selektif berbasis kepercayaan antar pemilik Warung Madura dan pelanggan. Sebaliknya masyarakat yang telah dipercaya oleh pemilik Warung Madura ini harus mempertahankan kepercayaan yang terjalin dengan cara membayar ketika tenggat waktu yang sudah dijanjikan ketika bertransaksi. Disisi lain dengan adanya layanan yang diberikan kepada pelanggan oleh pemilik Warung Madura, dapat memberikan keuntungan untuk para pemilik Warung Madura karena dengan kepercayaan yang telah terbangun menjadikan masyarakat sekitar memilih berbelanja kebutuhan sehari-hari di Warung Madura. Hal ini berkaitan dengan apa yang diutarakan oleh pak Sugi saat wawancara :

“Saya melayani kalau yang orang-orang terdekat, yang kenal lingkungan wilayah sini lah sekitarnya gitu, Tapi kalau luar lingkungan sini ya mohon maaf gitu kan gak kenal kan gitu, Jadi hanya orang-orang tertentu yang udah kenal” (Wawancara dengan Bapak Sugi, Pemilik Warung Madura, 20 Januari 2025).

Menurut apa yang telah diutarakan informan, pemilik Warung Madura memberikan layanan kredit atau hutang kepada masyarakat sekitar dengan selektif melalui kepercayaan yang dibangun dalam lingkungan tersebut. Kepercayaan ini terbangun karena terjalinnya interaksi yang ada di Warung Madura yang memiliki fasilitas tempat duduk untuk para pelanggan yang ingin bercengkrama dan istirahat sejenak. Hubungan timbal balik ini memunculkan kepercayaan antar pemilik Warung Madura dan masyarakat sekitar selaku pelanggan dan pada akhirnya pemilik Warung Madura dapat memberikan layanan kredit atau hutang kepada pelanggannya. Praktik ini memperkuat hubungan dengan pelanggan, sesuai dengan konsep kepercayaan yang diuraikan Fukuyama.

2. Norma

Norma informal yang ada pada gambar di atas merupakan salah satu contoh dari norma pelayanan. Warung Madura meskipun secara umum juga

menerapkan prinsip pelayanan yang baik, namun masih terdapat variasi dalam kualitas pelayanan di mana sebagian hanya memberikan layanan dasar tanpa fokus pada aspek *customer experience*. Meskipun dengan standar pelayanan yang baik dan konsisten seperti keramahan dan kecepatan dalam melayani pelanggan, pemilik Warung Madura dapat menjadi pengikat kelompok yang akan berpengaruh pada keberhasilan dalam membangun dan mempertahankan bisnisnya dalam dinamika masyarakat urban yang dinamis.

3. Jaringan Sosial

Jaringan sosial yang ada pada gambar di atas merupakan salah satu contoh dari jaringan sosial. Melalui jaringan sosial dengan berinteraksi secara langsung dengan masyarakat sekitar, pemilik Warung Madura dapat berinteraksi guna melakukan pertukaran informasi dari masyarakat sekitar dan dapat menjadi sumber daya penting bagi pembangunan ekonomi dan sosial. Hal ini sejalan dengan jaringan sosial yang dimaksud dengan Francis Fukuyama dengan bagaimana sekelompok individu saling terhubung dan berbagi norma-norma informal yang lebih dari apa yang umumnya diperlukan saat transaksi pasar biasanya.

Fukuyama menekankan pentingnya kepercayaan (*trust*) sebagai elemen kunci dari modal sosial. Di Kelurahan Kranji, warung Madura yang beroperasi 24 jam sehari menjadi tempat di mana kepercayaan ini dibangun dan diperkuat. Interaksi rutin antara pemilik warung, pelanggan, dan masyarakat sekitar menciptakan hubungan yang lebih erat dan memungkinkan terjadinya pertukaran informasi serta dukungan sosial (Rahmatullah et al, 2023). Hal ini sejalan dengan pandangan Fukuyama bahwa modal sosial dapat memfasilitasi kerjasama dan tindakan kolektif dalam masyarakat.

Selain itu, warung Madura di Kelurahan Kranji juga berperan dalam memperkuat norma-norma sosial dan nilai-nilai bersama. Fukuyama berpendapat bahwa norma-norma informal yang dimiliki bersama oleh anggota suatu kelompok memungkinkan terjalinnya kerjasama di antara mereka. Dalam konteks ini, warung Madura menjadi tempat di mana nilai-nilai seperti gotong royong, saling membantu, dan solidaritas dipraktikkan dan diperkuat. Misalnya, pemilik warung seringkali memberikan bantuan atau kredit kepada pelanggan yang membutuhkan, yang pada

gilirannya memperkuat ikatan sosial dan rasa saling percaya di antara anggota masyarakat (Tamim et al, 2024).

Selanjutnya, Warung Madura yang ada di Kelurahan Kranji berperan dalam membangun jaringan sosial yang ada. Francis Fukuyama berpendapat dengan bagaimana sekelompok individu dapat berhubungan dan berbagi informasi dari norma-norma informal yang lebih daripada apa yang dibutuhkan saat bertransaksi. Dengan jaringan sosial, pemilik Warung Madura dapat secara langsung bertinteraksi dengan masyarakat sekitar sehingga memungkinkan terjadinya pertukaran informasi dari masyarakat sekitar dan dapat berguna sebagai sumber daya yang cukup penting dalam pembangunan ekonomi dan sosial.

Peran warung Madura dalam mendukung interaksi sosial di Kelurahan Kranji juga dapat dilihat dari perspektif kepercayaan, norma informal, dan jaringan sosial yang dibahas oleh Fukuyama. Warung-warung ini berfungsi sebagai pengikat kelompok masyarakat yang akan berdampak pada keberlangsungan ekonomi dan sosial masyarakat sekitar menjadikan adanya hubungan yang terjalin kerjasama diantara mereka serta titik temu bagi berbagai lapisan masyarakat, memungkinkan terjadinya pertukaran informasi dan sumber daya yang penting bagi pembangunan ekonomi dan sosial (Wiryaatmadja, 2023). Melalui interaksi di warung Madura, warga dapat membangun dan memperluas jaringan sosial mereka, yang menurut Fukuyama merupakan peran penting dari modal sosial yang dapat mendorong pertumbuhan ekonomi dan stabilitas sosial (Fukuyama, 1997).

B. Tantangan Warung Madura dalam Pemanfaatan Modal Sosial

Warung Madura sebagai salah satu bentuk usaha mikro kecil menengah (UMKM) menghadapi beberapa tantangan dalam memanfaatkan modal sosial dalam ruang lingkup sosial menurut teori Francis Fukuyama. Beberapa tantangan yang dihadapi antara lain:

1. Keterbatasan Interaksi Sosial

Para pemilik Warung Madura seringkali menghabiskan sebagian besar waktu mereka hanya untuk mengelola usaha mereka, yang berdampak pada keterbatasan untuk membangun jaringan sosial yang lebih luas terutama pada wilayah mereka. Hal ini dapat menghambat pembentukan kepercayaan dan norma bersama menurut Francis Fukuyama merupakan elemen penting dari modal sosial. Akan tetapi pada Warung Madura yang berada di

Kelurahan Kranji, Kecamatan Bekasi Barat ini berbeda dengan sebagian besar Warung Madura yang ada di kota-kota besar lainnya. Warung Madura khususnya di Kelurahan Kranji menyediakan tempat untuk sekedar beristirahat atau hangout. Hal ini merupakan salah satu cara pemilik Warung Madura di Kelurahan Kranji untuk menghadapi tantangan keterbatasan interaksi sosial yang ada pada wilayahnya sekaligus sebagai solusi dalam memanfaatkan modal sosial dalam ruang lingkup masyarakat urban yang dinamis. Seperti apa yang diutarakan pak Sugi selaku pemilik Warung Madura saat wawancara yang telah dituangkan peneliti dalam bab IV :

“Ya intinya ya sama orang dan lingkungannya harus mengutamakan kenyamanan kan biar sama-sama enak aja. yang kedua ya sopan, saling hormati ketika ada di lingkungan baru kan seperti itu agar kita sebagai perantau pun diperlakukan baik, yang ketiga ya harga emang harus miring, harus saingan harga-harga” (Wawancara dengan Bapak Sugi, Pemilik Warung Madura, 20 Januari 2025).

Terkait dengan kepercayaan, salah satunya membuat tempat yang nyaman untuk para pelanggannya agar mereka berbelanja dan memenuhi kebutuhan sehari-hari di Warung Madura. Hal ini pun direspon dengan cukup baik dari para pelanggannya, salah satu pelanggannya bapak Fikry yang merupakan warga asli Kelurahan Kranji, Kecamatan Bekasi Barat saat wawancara ia menuturkan :

“Warung Madura, menurut saya, bukan cuma sekedar warung jualan sembako biasa ya, berbeda dengan kelurahan ataupun kota-kota lain, disini bisa menjadi tempat nongkrong, Saya sama teman-teman biasa nongkrong di situ sih, karena kan warung-warung Madura dekat rumah saya itu biasanya nyediain bangku gitu loh, Buat anak-anak buat nongkrong di situ” (Wawancara dengan Bapak Fikry, Warga Kelurahan Kranji, 27 Januari 2025).

Menurut penuturannya, bahwa Warung Madura bukan hanya sekedar sebagai toko sembako yang menjual berbagai macam produk kebutuhan sehari-hari, akan tetapi lebih kompleks lagi, Warung Madura yang ada di Kelurahan Kranji merupakan salah satu tempat berkumpulnya masyarakat sekitar untuk berinteraksi dengan sesama mereka.

Dengan demikian hal ini berkesinambungan dengan hambatan terkait dengan jaringan sosial dalam modal sosial yang dimaksud Francis Fukuyama, karena Warung Madura di Kelurahan Kranji, Kecamatan Bekasi

Barat memiliki hal kecil yang berbeda akan tetapi berdampak besar dalam aspek sosial dengan kebanyakan Warung Madura yang ada pada wilayah kota-kota besar yang hanya sekedar berjualan dan pemilik Warung Madura yang hanya sekedar mengelola usaha mereka. Sehingga Warung Madura yang berada di Kelurahan Kranji ini merupakan sebuah contoh pemanfaatan modal sosial yang ada di lingkungan masyarakat urban sebagaimana yang dimaksud oleh Francis Fukuyama.

2. Tantangan Adaptasi dengan Masyarakat Urban

Warung Madura dituntut untuk beradaptasi tanpa menghilangkan nilai-nilai tradisional yang akan menjadi kekuatan modal sosial mereka. Fukuyama menekankan pentingnya mempertahankan nilai-nilai tradisional sebagai bagian untuk mencapai keberhasilan ekonomi, namun hal ini dapat menjadi tantangan tersendiri untuk Warung Madura. Pasalnya dengan adanya Warung Madura ini, mereka yang merantau untuk membangun sebuah usaha di kota besar, khususnya daerah Kelurahan Kranji, Kecamatan Bekasi Barat, Kota Bekasi ini harus mengikuti norma dan dinamika lingkungan sosial yang ada di wilayah tersebut, meskipun hal ini baik, ada beberapa aspek yang dapat mempengaruhi nilai-nilai tradisional mereka sebelumnya seperti lingkungan sosial yang ada di wilayah perkotaan tidak kenal lelah, sehingga banyak dari mereka memutuskan untuk membuka Warung Madura 24 jam penuh non-stop dan melakukan pekerjaan untuk menjaga toko dilakukan oleh 2 orang, pagi dan malam.

Dengan demikian, Warung Madura menghadapi dilema kompleks dalam proses adaptasi di lingkungan perkotaan, khususnya di Kelurahan Kranji, Bekasi Barat, dimana mereka harus menyeimbangkan antara mempertahankan nilai-nilai tradisional sebagai modal sosial utama mereka dengan tuntutan dinamika kehidupan kota yang berbeda. Meskipun Fukuyama menekankan bahwa nilai-nilai tradisional merupakan kunci keberhasilan ekonomi, realitas lingkungan perkotaan yang tidak kenal lelah memaksa para pemilik Warung Madura untuk melakukan penyesuaian operasional yang signifikan, seperti membuka usaha selama 24 jam penuh dengan sistem kerja shift dua orang, yang berpotensi mengikis sebagian nilai-nilai tradisional mereka. Adaptasi ini menunjukkan kemampuan resiliensi ekonomi masyarakat Madura, namun sekaligus menghadirkan

tantangan dalam menjaga keaslian identitas budaya mereka di tengah tekanan modernisasi dan urbanisasi yang terus berlangsung.

Gambar 6 Seorang Pemilik Warung Madura Tetap Melayani Pelanggan Saat Malam Hari



Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2025

Pada gambar diatas, terdapat seorang pembeli yang sedang berbelanja kebutuhan sehari-hari pada malam di Warung Madura Kelurahan Kranji, terlihat jalanan di sebelah Warung Madura tersebut sudah sepi, akan tetapi Warung Madura ini masih menjajakan produknya dikala larut malam. Hal ini merupakan bagian dari adaptasi mereka selaku pemilik usaha Warung Madura untuk beradaptasi dalam lingkungan perkotaan yang tak kenal lelah.

Proses adaptasi yang menjadikan kebanyakan Warung Madura membuka tokonya 24 jam non-stop ini lah yang menjadikan Warung Madura sebagai salah satu andalan masyarakat perkotaan yang dinamis. Seperti apa yang dikatakan oleh bapak Fikry selaku masyarakat Kelurahan Kranji :

“Biasanya kalau lagi sepi sih tukang warung Maduranya suka ikut nimbung kita ngobrol gitu-gitu, Cerita kalau misalkan ada kejadian apa malam-malam, kan namanya warung Madura kan 24 jam ya, Jadi tau lah keadaan sekitar kampung gimana” (Wawancara dengan Bapak Fikry, Warga Kelurahan Kranji, 27 Januari 2025).

Menurut apa yang diutarakan informan, salah satu kelebihan dari Warung Madura yang beroperasi 24 jam ini dapat membantu keamanan masyarakat setempat dan dapat menjadi sumber informasi ketika dalam

suatu hari ada sebuah kejadian yang dapat merusak tatanan sosial masyarakat setempat.

Dengan demikian, proses adaptasi Warung Madura dengan kebijakan sosial menggunakan nilai-nilai tradisional salah satu caranya beroperasi selama 24 jam non-stop ini diterima baik oleh masyarakat setempat. Pasalnya selain menjadi tempat berkumpul dan berbelanja, Warung Madura pun bisa menjadi sumber informasi dan menjaga lingkungan sekitar pada malam hari, yang dapat memunculkan rasa aman bagi masyarakat setempat. Hal ini berkesinambungan dengan teori modal sosial Francis Fukuyama terkait dengan kebijakan sosial yang efektif harus melebihi pendekatan ekonomi semata dan mempertimbangkan nilai-nilai lokal yang ada.

3. Persaingan Dengan Usaha Modern

Warung Madura juga menghadapi persaingan yang semakin ketat dengan munculnya minimarket atau pun toko retail modern yang berkecambah dalam lingkungan masyarakat urban yang menawarkan produk serupa dengan skala lebih besar. Situasi ini dapat mengikis rasa solidaritas dan kepercayaan antar sesama pedagang Warung Madura yang merupakan komponen penting dalam teori modal sosial Francis Fukuyama. Meskipun kemunculan minimarket atau pun toko retail modern ini kian masif, Warung Madura masih eksis dikalangan masyarakat urban. Pelaku usaha Warung Madura yang berada di Kelurahan Kranji tidak terlalu merasa bersaing dengan adanya minimarket yang berada di sekitar lingkungan mereka, berdasarkan data wawancara informan pada bab sebelumnya mengenai kebijakan sosial, maka dengan adanya minimarket atau pun toko retail modern yang ada di sekitar mereka, tidak berdampak signifikan dalam kegiatan transaksi yang ada di warung mereka. Dengan harga yang tidak terlalu jauh berbeda dan bahkan cenderung lebih murah Warung Madura, para masyarakat sekitar cenderung memilih Warung Madura untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari. Selain itu, ketika dalam beberapa waktu ada beberapa produk yang mengalami kelonjakan harga yang cukup signifikan, para pemilik Warung Madura ini memanfaatkan jaringan sosial yaitu jaringan komunitas Madura, yang dapat membantu mencari agen atau

tengkulak dengan harga yang masih stabil dengan mengadakan acara silaturahmi satu kali dalam sebulan.

Dalam prespektif pelanggan, Warung Madura menjadi sebuah pilihan yang sangat diminati masyarakat sekitar, selain karena jarak yang cukup dekat dengan pemukiman, harga yang relatif murah dan pelayanan yang ramah menjadikan Warung Madura sebagai pilihan masyarakat Kelurahan Kranji, salah satunya adalah pak Fikry selaku masyarakat asli di Kelurahan Kranji, Kecamatan Bekasi Barat saat wawancara :

“Ada langganan Warung Madura yang paling dekat dari rumah saya sih, depan gang, Jadi kan ya gampang lah untuk berbelanja dan nongkrong disana, juga kan disana pemiliknya ramah dan harganya juga murah, saya dan teman-teman lebih senang kesana ketimbang ke kafe atau tempat lain, intinya soal harga saya pribadi sih cocok mas” (Wawancara dengan Bapak Fikry, Warga Kelurahan Kranji, 27 Januari 2025).

Menurut penuturannya, sebagai masyarakat Kelurahan Kranji, informan merasa senang adanya Warung Madura yang berada pada wilayah tempat tinggalnya, terlebih dari pelayanan dan konsistensi Warung Madura dalam mengelola usahanya, pemilik Warung Madura ini juga cukup pandai dalam persaingan harga dengan minimarket atau toko retail modern yang menjadikan Warung Madura banyak diminati masyarakat Kelurahan Kranji. Hal ini pun diperkuat oleh pak Muhdi sebagai pembeli, dalam wawancara:

“Kita kan hidup di zaman masyarakat modern ya pasti ada. Memang masyarakat tuh yang lebih mengutamakan belanja di toko modern karena mungkin kenyamanannya karena mungkin di tokonya ada ac, tapi memang tidak menutup kemungkinan juga banyak masyarakat juga yang lebih memilih belanja di Warung Madura sendiri karena memang yang harganya murah, lebih terjangkau, dan lebih dekat juga.” (Wawancara dengan Bapak Muhdi, Pembeli di Warung Madura, 20 Mei 2025).

Menurut penuturan informan, bahwa masyarakat modern memiliki preferensi belanja yang beragam dan dipengaruhi oleh berbagai faktor praktis dan ekonomis. Meskipun toko-toko modern menawarkan kenyamanan berupa fasilitas seperti pendingin udara yang membuat pengalaman berbelanja lebih nyaman, namun Warung Madura tetap mempertahankan daya tariknya di mata konsumen karena menawarkan keunggulan yang berbeda. Faktor harga yang lebih murah dan terjangkau menjadi pertimbangan utama bagi sebagian masyarakat dalam memilih Warung Madura, ditambah dengan lokasi yang lebih dekat dan mudah

diakses yang memberikan kemudahan tersendiri. Fenomena ini menunjukkan bahwa dalam era modernisasi, masyarakat tidak serta-merta meninggalkan pilihan tradisional, melainkan tetap mempertimbangkan aspek kepraktisan, keterjangkauan ekonomi, dan aksesibilitas dalam menentukan tempat berbelanja yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan masing-masing.

Dengan demikian, Warung Madura dapat menghadapi persaingan harga dengan minimarket atau toko retail modern dengan cara memanfaatkan jaringan sosial Komunitas Madura untuk mendapatkan akses ke beberapa agen atau tengkulak untuk mendapatkan harga yang lebih murah yang akan berdampak pada kestabilan pelanggan mereka dengan memberikan harga yang terbaik. Hal ini sejalan dengan penguatan rasa solidaritas dan kepercayaan dalam teori modal sosial Francis Fukuyama yang mendefinisikan sebagai sekelompok individu yang saling terhubung dan berbagi nilai-nilai informal yang melewati apa yang sebenarnya diperlukan dalam transaksi pasar biasa.

4. Membangun Kepercayaan di Luar Komunitas

Fukuyama menekankan pentingnya kepercayaan sebagai dasar modal sosial, akan tetapi Warung Madura sering kali menghadapi tantangan dalam membangun kepercayaan di luar komunitas mereka sendiri. Hal ini dapat membatasi ruang gerak dalam ekspansi usaha dan kerja sama yang lebih luas. Akan tetapi Warung Madura yang ada pada wilayah Kelurahan Kranji ini punya cara tersendiri dalam membangun kepercayaan diluar komunitasnya, dengan cara berkontribusi dalam kegiatan sosial yang diselenggarakan oleh masyarakat setempat serta memberikan kredit atau hutang kepada orang-orang yang dikenal oleh pemilik Warung Madura seperti apa yang dituturkan oleh pak Sugi selaku salah satu pemilik Warung Madura di Kelurahan Kranji saat wawancara :

“Ya kalau ada acara kerja bakti setiap minggu ya kalau sempat ya kita ikut, atau ketika ada acara 17 Agustusan seperti tahun lalu kita juga bantu-bantu, bahkan ketika tahlilan ke orang-orang yang kita kenal, kita juga berpartisipasi mengikuti acaranya, meskipun kita merantau tapi kami dianggap sudah menjadi warga sini sama orang-orang, sebagai warga gitu ya” (Wawancara dengan Bapak Sugi, Pemilik Warung Madura, 20 Januari 2025).

Menurut penuturannya, kontribusi informan dalam hal ini pemilik Warung Madura dalam membangun kepercayaan diluar komunitasnya dengan cara menghadiri beberapa kegiatan sosial yang ada di lingkungannya sekitarnya, ia juga berpendapat bahwa meskipun informan merantau ke kota besar, masyarakat yang berada disekitar lingkungan tersebut sudah menganggap informan sebagai warga Kelurahan Kranji karena kontribusinya dalam kegiatan sosial yang ada di lingkungan tersebut. Hal ini diperkuat dengan pendapat dari salah satu pelanggan, pak Fikry dalam wawancara :

“Syukurnya sih pemilik warung Madura di kampung saya, apa namanya, baiknya berperilaku baik juga, dia juga suka ikut dalam kegiatan sosial yang diselenggarakan di wilayah sini, Jadi kita juga sebagai warga sekitar juga menerima dia dengan baik juga” (Wawancara dengan Bapak Fikry, Warga Kelurahan Kranji, 27 Januari 2025).

Menurut penuturan informan, perilaku positif yang ditunjukkan oleh pemilik Warung Madura telah menjadi kunci utama dalam membangun hubungan harmonis dengan masyarakat setempat di Kelurahan Kranji. Perilaku baik tersebut tidak hanya terbatas pada pelayanan yang ramah dan jujur dalam berbisnis, tetapi juga tercermin dalam sikap saling menghormati, menjaga kebersihan lingkungan, serta menunjukkan kepedulian terhadap sesama warga. Lebih dari itu, keterlibatan aktif mereka dalam berbagai kegiatan sosial kemasyarakatan seperti gotong royong, kegiatan keagamaan, perayaan hari besar nasional, dan program-program pemberdayaan masyarakat telah membuktikan komitmen mereka sebagai bagian integral dari komunitas lokal. Partisipasi yang konsisten dan tulus dalam kegiatan-kegiatan tersebut telah berhasil menghilangkan stigma dan prasangka yang mungkin ada di awal, sekaligus membangun jembatan komunikasi yang kuat antara pedagang pendatang dengan warga asli. Kepercayaan yang tumbuh dari interaksi sosial yang berkelanjutan ini pada akhirnya menciptakan ekosistem usaha yang kondusif, di mana masyarakat sekitar tidak hanya menerima keberadaan Warung Madura sebagai pelaku ekonomi, tetapi juga mengakui dan menghargai kontribusi positif mereka terhadap dinamika sosial dan ekonomi di lingkungan Kelurahan Kranji.

Selain itu, kepercayaan yang dibangun oleh pemilik Warung Madura ke para pelanggannya ini menjadikan Warung Madura membuka sistem kredit atau hutang untuk ke orang-orang yang dikenali. Seperti apa yang dituturkan oleh pak Sugi selaku pemilik Warung Madura di Kelurahan Kranji :

“Ya ada, yang hutang ya ada, Tapi Alhamdulillah sekarang saya juga udah trauma, Kalau yang jauh-jauh yang gak mungkin saya kenal itu gak saya kasih ya Pak, Tapi kalau orang-orang tetap di sini yang udah kenal sama saya beli ke saya, Tetap saya kasih” (Wawancara dengan Bapak Sugi, Pemilik Warung Madura, 20 Januari 2025).

Menurut perkataanya, ketika informan membuka sistem kredit atau hutang, informan memiliki kendala dan trauma ketika awal melakukannya. Oleh karena itu informan mulai selektif dalam memberikan sistem kredit atau hutang itu sendiri kepada beberapa pelanggannya. Hal ini pula diperkuat oleh pelanggan yang sekaligus masyarakat yang berada di wilayahnya, pak Fikry dalam wawancara :

“Kalau untuk saya mah nggak ya, tapi mungkin beberapa teman saya sih ada yang suka kasbon gitu loh, Soalnya kan sama pemilik Warung Madura ini juga kita udah kenal, jadi gampang untuk berbelanja dengan cara berhutang, biasanya juga ga lama, Cuma 3-5 hari saja untuk melunasinya” (Wawancara dengan Bapak Fikry, Warga Kelurahan Kranji, 27 Januari 2025).

Merujuk apa yang disampaikan informan, ia membenarkan jika adanya sistem hutang pada transaksi di Warung Madura, akan tetapi hanya untuk orang-orang tertentu saja dan juga dengan tempo yang cukup singkat. Hal ini merupakan bagian keringanan yang ditawarkan Warung Madura ke pelanggan, terutama pelanggan yang tinggalnya dekat dengan Warung Madura dan cukup dikenal oleh pemilik Warung Madura.

Dengan demikian, Warung Madura dapat membangun kepercayaan di luar komunitasnya dengan menekankan pentingnya kepercayaan sebagaimana yang dikatakan Francis Fukuyama dalam teori modal sosial sebagai landasan modal sosial dan dapat melakukan ekspansi usaha serta kerja sama dengan masyarakat lokal dengan cara berkontribusi dalam acara atau kegiatan sosial yang ada di lingkungannya, seperti kerja bakti, HUT-Kemerdekaan, acara agama, dan lain-lain serta dapat berkontribusi juga dalam ekonomi skala kecil dengan memberikan keringanan bagi para

pelanggan tetap dan yang dikenal oleh pemilik Warung Madura untuk melakukan pembelian dengan sistem kredit atau hutang.

Warung Madura di Kelurahan Kranji, Kecamatan Bekasi Barat, telah berhasil memanfaatkan modal sosial sesuai dengan teori Francis Fukuyama dalam menghadapi berbagai tantangan di lingkungan urban. Meskipun menghadapi keterbatasan interaksi sosial, Warung Madura ini mampu membangun jaringan sosial yang kuat di lingkungan masyarakat urban. Dalam menghadapi persaingan dengan usaha modern, Warung Madura memanfaatkan jaringan sosial Komunitas Madura untuk mendapatkan akses ke agen atau tengkulak, sehingga dapat menawarkan harga yang kompetitif. Hal ini sejalan dengan konsep solidaritas dan kepercayaan dalam teori modal sosial Fukuyama.

Warung Madura beroperasi di lingkungan masyarakat urban berawal dari kepatuhan mereka dalam kebijakan sosial yang ada di wilayah tersebut. Fukuyama menekankan kebijakan sosial yang tepat dapat menetapkan jaringan sosial yang kuat dalam hal ini ada tantangan yang harus dilewati Warung Madura yaitu keterbatasan interaksi sosial dan adaptasi dengan masyarakat urban. Proses dalam melewati kedua tantangan tersebut yang dapat membangun kepercayaan pada masyarakat urban yang berada di sekitar Warung Madura, salah satu contoh kepercayaan pelanggan terhadap konsistensi layanan selanjutnya Warung Madura membangun norma informal pada pelanggannya seperti norma kejujuran dan integritas dalam penentuan harga sehingga dapat mengatasi persaingan dengan retail modern. Berawal pada kepatuhan Warung Madura terhadap kebijakan sosial yang ada yang dapat membangun jaringan sosial yang kuat untuk membangun jaringan sosial di luar komunitas mereka.

Terakhir, Warung Madura berhasil membangun kepercayaan di luar komunitasnya dengan berpartisipasi dalam kegiatan sosial dan memberikan kontribusi ekonomi skala kecil. Hal ini memungkinkan mereka untuk melakukan ekspansi usaha dan menjalin kerja sama dengan masyarakat lokal, sesuai dengan prinsip kepercayaan sebagai landasan modal sosial yang dikemukakan oleh Fukuyama. Secara keseluruhan, Warung Madura di Kelurahan Kranji telah mendemonstrasikan kemampuan adaptasi yang baik dalam memanfaatkan modal sosial untuk menghadapi tantangan di lingkungan urban, sambil tetap mempertahankan nilai-nilai tradisional mereka.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan tahap-tahap pembahasan tersebut di atas maka peneliti dapat menarik kesimpulan, bahwa penelitian ini telah mengungkap dinamika kompleks modal sosial dalam eksistensi Warung Madura di Kelurahan Kranji, Kecamatan Bekasi Barat.

1. Bentuk Modal Sosial Warung Madura di Kelurahan Kranji
 - a. Bahwa bentuk modal sosial yang dimiliki Warung Madura di Kelurahan Kranji mencakup lima dimensi utama yang saling terkait dan memperkuat satu sama lain. Kepercayaan sebagai fondasi utama termanifestasi dalam konsistensi layanan 24 jam yang telah menjadi trademark Warung Madura, menciptakan keandalan yang membuat pelanggan selalu kembali dan pada akhirnya menjadi pelanggan setia. Kepercayaan ini dibangun melalui kejujuran dalam transaksi, konsistensi kualitas produk, dan komunikasi personal yang membuat pelanggan merasa diperhatikan sebagai individu, bukan sekadar konsumen biasa.
 - b. Norma kekeluargaan pemilik Warung Madura menjadi komponen kedua yang sangat kental dalam operasional sehari-hari. Praktik saling membantu antar pemilik Warung Madura maupun penjaga Warung Madura dengan sistem bagi hasil, berbagi informasi tentang pemasok atau tren pasar, serta sistem kredit informal untuk pelanggan tetap merupakan manifestasi nyata dari norma *kolektivisme* yang kuat. Sistem bagi hasil ini lah yang dapat menjadi modal pendanaan awal untuk membuat Warung Madura baru dari kerabat ataupun keluarga terdekat. Norma ini tidak dilihat sebagai tindakan yang merugikan bisnis sendiri, melainkan sebagai bentuk solidaritas yang memperkuat komunitas Warung Madura secara keseluruhan.
 - c. Jaringan sosial antar komunitas Warung Madura dan pelanggan telah berkembang menjadi ekosistem bisnis yang kooperatif di tengah kompetisi pasar yang ketat. Warung Madura telah memposisikan diri

sebagai pusat jaringan sosial di lingkungan perkotaan, di mana pemilik warung berinteraksi dengan berbagai anggota komunitas dari latar belakang yang beragam. Jaringan ini tidak hanya membantu dalam menarik pelanggan tetapi juga dalam mendapatkan pasokan barang dengan harga lebih baik melalui hubungan baik dengan pemasok.

- d. Radius kepercayaan Warung Madura menunjukkan kemampuan luar biasa dalam memperluas hubungan kepercayaan melampaui batas etnis dan komunitas asal. Warung Madura berhasil membangun reputasi dan loyalitas pelanggan dari berbagai latar belakang etnis di lingkungan urban, menunjukkan bahwa nilai-nilai yang mereka terapkan bersifat universal dan dapat diterima oleh masyarakat luas.
 - e. Kebijakan sosial dalam penguatan identitas lokal tercermin dalam dukungan pemerintah melalui berbagai program pemberdayaan UMKM dan perlindungan terhadap ekspansi ritel modern yang agresif. Dukungan ini memberikan kerangka formal yang memperkuat modal sosial yang telah terbangun secara organik dalam komunitas Warung Madura.
2. Peran Modal Sosial dalam Mendukung Eksistensi Warung Madura
- a. Modal sosial memainkan peran krusial dalam mendukung eksistensi Warung Madura di masyarakat urban Kelurahan Kranji melalui tiga mekanisme utama. Kepercayaan yang terbangun dari kejujuran interaksi menjadi fondasi yang memungkinkan Warung Madura bertahan di tengah persaingan dengan ritel modern. Kejujuran dalam memberikan harga yang adil, kualitas produk yang konsisten, dan transparansi dalam setiap transaksi menciptakan loyalitas pelanggan yang sulit ditandingi oleh kompetitor.
 - b. Norma pelayanan yang mengutamakan kepuasan pelanggan dan fleksibilitas operasional 24 jam menunjukkan adaptabilitas Warung Madura terhadap kebutuhan masyarakat urban yang dinamis. Norma ini tidak hanya tercermin dalam jam operasional yang panjang, tetapi juga dalam kesediaan untuk menyediakan berbagai produk kebutuhan sehari-hari dengan akses yang mudah dan cepat.
 - c. Pembangunan jaringan sosial yang kuat memungkinkan Warung Madura menciptakan ekosistem ekonomi yang saling menguntungkan

dengan melibatkan berbagai pihak dalam rantai nilai. Jaringan ini mencakup hubungan dengan pemasok yang memberikan harga khusus, prioritas pengiriman, dan sistem pembayaran yang fleksibel, serta hubungan dengan pelanggan yang menciptakan basis pendapatan stabil melalui loyalitas jangka panjang.

- d. Efisiensi ekonomi yang dicapai melalui jaringan kepercayaan memungkinkan Warung Madura mengurangi biaya transaksi dalam interaksi dengan pemasok dan pelanggan. Sistem kredit informal yang diterapkan untuk pelanggan tetap menunjukkan tingkat kepercayaan tinggi yang memungkinkan ekspansi pasar tanpa menghadapi risiko tinggi atau biaya administratif yang kompleks.
3. Tantangan dalam Pemanfaatan Modal Sosial Warung Madura
 - a. Meskipun memiliki modal sosial yang kuat, Warung Madura di Kelurahan Kranji menghadapi beberapa tantangan signifikan dalam pemanfaatan modal sosial mereka. Keterbatasan interaksi sosial menjadi tantangan pertama, terutama dalam konteks masyarakat urban yang cenderung individualistis dan memiliki mobilitas tinggi. Perbedaan gaya hidup dan pola konsumsi masyarakat urban yang semakin modern menciptakan gap antara nilai-nilai tradisional yang dipegang Warung Madura dengan ekspektasi konsumen kontemporer.
 - b. Persaingan dengan usaha modern seperti minimarket dan supermarket yang memiliki modal besar dan sistem manajemen yang lebih canggih menjadi tantangan kedua yang sangat nyata. Ritel modern ini tidak hanya menawarkan kenyamanan berbelanja yang lebih baik dengan fasilitas modern seperti AC dan sistem kasir yang efisien, tetapi juga memiliki kemampuan untuk menyediakan promosi dan diskon yang agresif yang sulit ditandingi oleh Warung Madura.
 - c. Tantangan adaptasi dengan masyarakat urban yang heterogen dan memiliki preferensi yang beragam menuntut Warung Madura untuk terus berinovasi dalam hal produk dan layanan. Masyarakat urban yang semakin terpapar dengan teknologi digital juga mengharapkan kemudahan seperti sistem pembayaran digital, layanan pesan antar online, dan variasi produk yang lebih luas.

- d. Membangun kepercayaan di luar komunitas etnis Madura menjadi tantangan yang berkelanjutan, terutama dalam memperluas radius kepercayaan ke segmen pasar yang lebih luas. Proses ini membutuhkan waktu dan konsistensi dalam menunjukkan kualitas layanan dan produk kepada konsumen dari berbagai latar belakang budaya dan sosial ekonomi.

Eksistensi Warung Madura di Kelurahan Kranji memperlihatkan bahwa modal sosial bukan sekadar konsep teoritis, melainkan instrumen vital yang beroperasi secara dinamis dalam praktik bisnis sehari-hari. Integrasi kelima komponen modal sosial—kepercayaan, norma, jaringan sosial, radius kepercayaan, dan dukungan kebijakan—telah menciptakan ekosistem usaha yang tangguh, memungkinkan Warung Madura bertahan bahkan berkembang di tengah tekanan urbanisasi dan penetrasi ritel modern. Keberhasilan model ini tidak hanya terletak pada kemampuannya mempertahankan nilai-nilai kolektivisme tradisional, tetapi juga dalam beradaptasi dengan kompleksitas masyarakat urban melalui perluasan jaringan lintas-etnis dan inovasi layanan. Temuan ini menegaskan bahwa penguatan modal sosial harus menjadi poros strategi pengembangan UMKM, khususnya dalam menyeimbangkan relasi komunitas lokal dengan dinamika pasar global. Untuk itu, sinergi antara kebijakan pemerintah yang responsif, adopsi teknologi, dan pelestarian nilai-nilai kearifan lokal menjadi kunci keberlanjutan Warung Madura sebagai fenomena sosio-ekonomi unik di perkotaan Indonesia.

B. Saran

Berdasarkan temuan penelitian, berikut beberapa saran yang dapat dipertimbangkan:

1. Bagi Pemilik Warung Madura
 - a. Terus memperkuat jaringan sosial dengan masyarakat sekitar dan sesama pemilik Warung Madura.
 - b. Meningkatkan keterampilan manajemen usaha untuk menghadapi persaingan dengan usaha modern.
 - c. Mempertahankan nilai-nilai tradisional sambil beradaptasi dengan kebutuhan masyarakat urban.
2. Bagi Pemerintah Daerah

- a. Memberikan dukungan kebijakan yang memfasilitasi keberadaan Warung Madura sebagai UMKM.
 - b. Mengadakan program pelatihan kewirausahaan khusus untuk pemilik Warung Madura.
 - c. Mempertimbangkan Warung Madura dalam perencanaan tata ruang kota untuk menjaga keseimbangan antara usaha tradisional dan modern.
3. Bagi Masyarakat
- a. Mendukung keberadaan Warung Madura sebagai bagian dari upaya memperkuat ekonomi lokal.
 - b. Berpartisipasi aktif dalam membangun interaksi sosial positif dengan pemilik Warung Madura
4. Bagi Peneliti Selanjutnya
- a. Melakukan studi komparatif antara Warung Madura di berbagai wilayah perkotaan untuk melihat variasi dalam pembentukan modal sosial.
 - b. Mengkaji lebih dalam mengenai dampak digitalisasi terhadap eksistensi Warung Madura dan modal sosialnya.
 - c. Meneliti potensi Warung Madura dalam konteks pembangunan ekonomi inklusif di wilayah perkotaan.

Dengan memperhatikan saran-saran ini, diharapkan Warung Madura dapat terus berkembang sebagai entitas ekonomi sekaligus penopang modal sosial yang penting dalam dinamika masyarakat urban.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Al-Maḥallī, J. & As-Suyūṭī, J. (1505). *Tafsīr al-jalālayn*. Pustaka Azzam.
- Castells, M. (1977). *The Urban Question: A Marxist Approach*. MIT Press.
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches (3rd ed.)*. Sage Publications.
- Durkheim, E. (1984). *The Division of Labor in Society* (W. D. Halls, Trans.). Free Press. (Original work published 1893).
- Fukuyama, F. (1995). *Trust: The social virtues and the creation of prosperity*. Free Press.
- Fukuyama, F. (1997). *Francis Fukuyama Article on Social Capital: Global Trends and US Civil Society*.
- Fukuyama, F. (2001). *Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity*. Free Press.
- Fukuyama, F. (2002). *Social Capital and Development: The Coming Agenda*. SAIS Review, 22(1), 23-37.
- Fukuyama, F. (2005). *State-building: Governance and world order in the 21st century*. Cornell University Press.
- Hidayat, M, A. dkk. (2023). *Kemandirian Sosial-Ekonomi 'Warung Madura' dan Nilai-Nilai Kearifan Lokal Masyarakat Madura*. Buku. Samudra Biru.
- Indrianto, N., & Supomo, B. (2013). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: BPFE.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*. Sage Publications.
- Kuntowijoyo. (2002). *Perubahan Sosial dalam Masyarakat Agraris Madura 1850-1940*. Mata Bangsa.
- Moehar, M. (2002). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mulyana, D. (2020). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. Simon & Schuster.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Umar, H. (2013). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Yulyani, S. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana.

JURNAL

- Alamin, & Uyun. (2022). *Analisis Modal Sosial dalam Pengentasan Kemiskinan Melalui Program E-Warung di Kota Kediri*. Realita: Jurnal Penelitian dan Kebudayaan Islam. Vol. 20 No. 2 (2022).

- Ariyanto, K. (2023). *Literature Review: Urban Poverty in a Sociological Perspective*. Antroposen: Journal of Social Studies and Humaniora, 2(1), 24-32.
- Bate, E. (2020). Modal sosial: Studi tentang Kumpo Kampo sebagai strategi melestarikan kohesivitas pada masyarakat Larantuka. Jurnal Warta Governare, 1(1), 62–63.
- Claridge, T. (2018). *Introduction to Social Capital Theory SOCAP101 Tristan Claridge: Vol. v1.0 (1st ed.)*. Social Capital Research.
- Evadila, E., Hartono, H., Handayani, W., & Sugiarto, E. (2023). *Potensi Modal Sosial dalam Eksistensi Komunitas Belajar Seni: Literature Review*. Prosiding Seminar Nasional Pascasarjana, 2023, 279-284.
- Farisi, M, J, A., Agustin, E, D. & Fakhrizal, R, Z. (2022). *Fungsi Digital Marketing Bagi (Usaha mikro kecil menengah) Warung Madura Di Kawasan Ketintang*. Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu sosial (SNIIS) pp. 797-784, 2022. Universitas Negeri Surabaya.
- Farqi, A, F. Revizal, Y, N, S. dkk. (2024). *Analisis Fenomena Warung Madura 24 Jam Dalam Perspektif Solidaritas dan Pembangunan Ekonomi Modern di Desa Tegalboto, Sumpalsari, Jember*. Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan Indonesia, 2(3), 29-40.
- Husson, L. (1997). *Eight Centuries of Madurese Migration to East Java*. Asian and Pacific Migration Journal, 6(1), 77-102.
- Heri, Aulia, & Septiana. (2024). *Strategi Penjualan pada Warung Madura: Studi Kasus pada Warung Madura di Kab. Bangkalan*. Kabillah: Journal of Social Community. Vol. 9 No. 1 (2024).
- Izzati, Nur dkk. (2024). *Aspek Modal Sosial: Peluang dan Tantangan Warung Madura di Kota Tangerang Selatan*. Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA). Vol 8 No 3 (2024).
- Ilham, R, B, M, R, F. dkk. (2024). *Strategi Meningkatkan Kesejahteraan Pengelola Warung Madura Di Kawasan Sidosermo, Surabaya*. Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial.
- Morrone, A., N. Tonnarelli and G. Ranuzzi (2009), “How Good is Trust?: Measuring Trust and its Role for the Progress of Societies”, OECD Statistics Working Papers, No. 2009/03, OECD Publishing, Paris.
- Rafika, A. Rofiyanti, E. & Barlian, A. (2023). *Analisis Strategi Pemerintah Daerah dalam Pemberdayaan Masyarakat melalui Peningkatan Industri Kreatif bagi Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Kranji Kecamatan Bekasi Barat*. Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Vol. 5 , No. 1, Juni 2022. Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI. Jakarta.
- Rahmatullah., Kusmin, A, F. & Hendrawan. (2023). *Studi Literatur : Peran Modal Sosial Dalam Pemberdayaan Masyarakat*. Arajang : Jurnal Ilmu Sosial Politik Volume 6. No. 1. (2023), hlm 49-58. Universitas Sulawesi Barat.
- Sasongko, Y. A. T., & Wahyuni, E. S. (2013). *Diaspora Madura : Social Capital Analysis in The Business in Informal Sector of Madura Migrants in Tanah Sareal Subdistrict, Bogor District, West Java*. Sodality: Jurnal Sosiologi Pedesaan, 01(01), 52–63.

- Wafiruddaroin, & Rezeky. (2022). *Dinamika Sosial Budaya Komunitas Pedagang Kelontong Madura di Kecamatan Pamulang Kota Tangerang Selatan*. Muqoddima Jurnal Pemikiran dan Riset sosiologi. Vol. 3 No. 2.
- Subagyo, R, A. & Legowo, M. (2021). *Modal Sosial Dalam Pemberdayaan Masyarakat Di Desa Purwosari Kecamatan Purwosari Kabupaten Bojonegoro*. Jurnal Vol. 10 No. 1. Universitas Negeri Surabaya.
- Sholeh, B. (2022). *Warung Madura di Era Digital: Adaptasi dan Inovasi*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 15(2), 45-60.
- Suhardi., Zefri., & Kasman. (2024). *Analisis Kondisi Sosial Ekonomi Masyarakat Kawasan Kumuh dan Perkembangannya Dalam Perspektif Rencana Tata Ruang Kota (Kasus Studi : Kawasan Kumuh Kecamatan Bekasi Barat Kota Bekasi)*. Jurnal Kajian Wilayah dan Kota Vol. 3 No 1. Universitas Krisnadwipayana. Jakarta.
- Sulistyowati, Suryadi, Maharani, D. N., & Qaliabo, G. L. (2024). *Menyoal Kebijakan Pemerintah Tentang Jam Operasional Usaha Mikro Kecil Menengah Studi Kasus Warung Madura*. Jurnal Das Sollen, 10(1), 58-81.
- Tamim, Imron Hadi et al. (2024). *Strategi Bertahan Warung Madura di Kelurahan Pemecutan Kecamatan Denpasar Barat*. Jurnal Ilmiah Sosiologi: Sorot, [S.l.], v. 4, n. 1, may 2024. ISSN 2827-914X.
- Wahyuni, S. (2013). *Modal Sosial Pedagang Toko Kelontong Madura di Perantauan*. Paradigma, 12(1), 241-250.
- Wiyata, A. L. (2013). *Mencari Madura*. Bidik-Phronesis Publishing.

SKRIPSI

- Herliyana, F. (2021). *Modal Sosial Wirausaha Masyarakat Migran Madura di Desa Cibunar*. Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Kusumaningrum, N. (2015). *Redesain Pasar Kranji Baru*. Skripsi. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Musdiana, S, N. (2022). *Evaluasi Ketersediaan Ruang Terbuka Hijau di Kecamatan Bekasi Barat Kota Bekasi Tahun 2021*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Oktaviani, E. (2018). *Peran Modal Sosial Dalam Program Urban Farming Di Kelurahan Sukun Kecamatan Sukun Kota Malang*. Skripsi. Universitas Brawijaya.
- Rahmawati, S. D. (2010). *Pola modal sosial masyarakat perkotaan dan perdesaan di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta*. Skripsi. Universitas Gadjah Mada.
- Wiryaatmadja, A, S, P. (2023). *Strategi Pengembangan UMKM Warung Madura Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Pengelola Warung Di Kelurahan Cempaka Putih Tangerang Selatan*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. Jakarta.

WEBSITE

- Badan Pusat Statistik Kota Bekasi. (2012). *Profil Kelurahan Kranji*. Diambil dari <https://kel-kranji.bekasikota.go.id/profil-kelurahan>. Diakses pada 26 November 2024.

- Detik Finance. (2024). *Kisah Sukses Warung Madura: Dari Tanjung Priok Hingga Seluruh Indonesia*. Detik.com. Diakses pada 26 November 2024.
- Sholeh, B. (2022). *Warung Madura, spirit agak laen*. Website. UIN Sunan Ampel Surabaya. Diakses pada 15 Oktober 2024.
- Lampost. (2024). *Filosofi Bisnis Warung Madura: Buka 24 Jam Nonstop*. Lampost.co. Diakses pada 26 November 2024.
- Nomor.net. (n.d.). Kelurahan Kranji 17135 Kode POS. Diakses pada 26 November 2024.
- Pratiwi, F. (2024). *Kadin Surabaya: Warung Madura Datangkan Manfaat Bagi Masyarakat*. *Republika*. Diakses pada 26 November 2024.
- Stanford University. (2024). *Francis Fukuyama: Biography*. Freeman Spogli Institute for International Studies. Di akses pada 20 Mei 2025.
- Startsmeup. (2024). *Rahasia Sukses Warung Madura: Kekerabatan dan Etos Kerja*. Startsmeup.id. Diakses pada 26 November 2024.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Interaksi sosial yang terjadi di Warung Madura, Minggu 19 Januari 2025, di Kelurahan Kranji, Kecamatan Bekasi Barat.



Lampiran 2 Wawancara dengan Informan Fikry selaku pelanggan setia dan warga Kelurahan Kranji, Senin 27 Januari 2025, di rumah Fikry



Lampiran 3 Proses terjadinya bentuk Jaringan Sosial dalam Modal Sosial di Warung Madura,
Minggu 19 Januari 2025, di Warung Madura Pak Sugi



Lampiran 4 Wawancara dengan Informan Sugi, Minggu 19 Januari 2025, di Warung Madura
Pak Sugi



Lampiran 5 Wawancara dengan Infroman Muhdi, Selasa 20 Mei 2025, di Rumah Pak Muhdi

