

## ASPEK MODAL SOSIAL : PELUANG DAN TANTANGAN WARUNG MADURA DI KOTA TANGERANG SELATAN

Irma Nur Izzati<sup>1</sup>; Muhammad Isbad Addainuri<sup>2</sup>; Fahrurrozi<sup>3</sup>

Institut Agama Islam Negeri Madura, Pamekasan<sup>1</sup>; UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta<sup>2</sup>;

Institut Agama Islam Negeri Madura, Pamekasan<sup>3</sup>

Email : irmanurizzati120902@gmail.com<sup>1</sup>; itsbadayenk25@gmail.com<sup>2</sup>;

fahrurrozi@iainmadura.ac.id<sup>3</sup>

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengungkap modal sosial pedagang warung Madura di Kota Tangerang Selatan dan perannya dalam keberlangsungan usaha mereka. Penelitian ini mengadopsi pendekatan deskriptif kualitatif, Metode deskriptif kualitatif digunakan dengan studi literatur dan wawancara melalui media sosial, melibatkan pemilik toko kelontong Madura yang berdagang minimal satu tahun dan penduduk asli Madura. Hasil penelitian menunjukkan modal sosial terdiri dari jaringan antar pedagang, nilai kepercayaan, dan norma gotong royong. Jaringan sosial antar pedagang sempit karena keterbatasan waktu interaksi, namun norma kejujuran dan kerja keras mendasari aktivitas ekonomi mereka. Tingkat kepercayaan yang tinggi mengurangi kebutuhan pengawasan dan kontrak formal, sehingga mengurangi biaya operasional dan mempercepat proses bisnis. Penelitian ini menyatakan bahwa modal sosial memiliki peranan yang penting dalam mendukung ekonomi etnis Madura dengan peluang memperluas jaringan sosial ke luar komunitas asli mereka. Tantangan yang dihadapi meliputi keterbatasan interaksi sosial dan perlunya studi komparatif di kota lain.

Kata kunci : Modal Sosial; Warung Madura

### ABSTRACT

*This research aims to reveal the social capital of Madurese stall traders in South Tangerang City and its role in the sustainability of their business. This research adopted a qualitative descriptive approach. Qualitative descriptive methods were used with literature studies and interviews via social media involving Madurese grocery shop owners who had been trading for at least one year and native Madurese residents. The research results show that social capital consists of networks between traders, the value of trust, and norms of cooperation. Social networks between traders are narrow due to limited interaction time, but honesty and challenging work standards underlie their economic activities. A high level of trust reduces the need for oversight and formal contracts, thereby reducing operational costs and speeding up business processes. This research concludes that social capital is essential in supporting the Madurese ethnic economy and providing opportunities to expand social networks outside their original community. Challenges faced include limited social interaction and the need for comparative studies in other cities.*

*Keywords : Social Capital; Madurase Warung*

### PENDAHULUAN

Indonesia terdiri dari banyak kelompok etnis yang tersebar di berbagai wilayah, masing-masing dengan karakteristik sosial, budaya, politik, dan ekonomi yang unik.

Beberapa kelompok etnis memiliki reputasi yang dikenal luas di luar daerah asal mereka, seperti Etnis Madura. Etnis Madura menjadi salah satu etnis yang menarik untuk dibahas dalam segi budaya merantaunya (Puspitasari & Fauzi, 2023). Keberhasilan Etnis Madura dalam merantau dan beradaptasi di berbagai daerah tak lepas dari kekuatan budaya dan semangat kerja keras yang mereka miliki. Salah satu bentuk keberhasilan ini dapat dilihat dari menjamurnya Warung Madura yang dapat ditemukan di berbagai kota-kota besar di Indonesia bahkan di luar negeri (Hidayat, Hariyanto, & Susanto, 2023).

Warung Madura yang dikelola oleh komunitas Madura atau biasa disebut sebagai Warung Kelontong Madura, Memiliki ciri khas yang membedakannya dari warung sejenis lainnya (Kristina, 2024). Salah satunya adalah desain toko yang seragam dan beroperasi 24 jam dengan penataan barang-barang yang sangat rapi memiliki daya tarik tersendiri. Faktor penting pendukung merebaknya warung kelontong madura di kota-kota besar yakni berkat dukungan komunitas yang solid dari sesama etnis Madura, memungkinkan pertukaran informasi, modal, dan pengalaman dalam bisnis (Kristina, 2024). Warung-warung Madura, yang tersebar di sudut-sudut kota, menghadapi realitas yang kompleks. Meski tampak sederhana, keberadaan mereka diwarnai oleh berbagai tantangan, mulai dari persaingan ketat dengan pasar modern hingga perubahan pola konsumsi masyarakat. Di sisi lain, warung-warung ini juga merupakan bagian integral dari kehidupan sosial ekonomi penduduk setempat, menawarkan kesempatan bagi interaksi sosial yang erat dan dukungan komunitas. Fenomena ini membuka mata kita pada dinamika unik yang terjadi di lapangan, memaksa kita untuk bertanya: bagaimana warung Madura bisa terus bertahan dan berkembang di tengah perubahan zaman?

Peredaran Warung Madura tepatnya di Tangerang Selatan sudah merayap hingga sudut kota. Usaha Warung Kelontong Madura yang mana menjadi elemen penting dalam rotasi kehidupan rumah tangga, menjadikan usaha tersebut cukup menjanjikan untuk dijalankan. Tangerang selatan menjadi salah satu contoh daerah yang menjadi sasaran orang Madura untuk membuka usaha Warung kelontong Madura. Berdirinya satu toko dengan toko kelontong lainnya menjadi salah satu keunikan dan menjadi pembeda dengan model toko modern. Jika fenomena tersebut dilihat dari permukaan saja, tentu mengkhawatirkan bila mengalami pergesekan antara toko

kelontong Madura dengan toko kelontong Madura lainnya. Maka, didalam relasi antar pemilik toko kelontong Madura dengan lainnya memiliki modal sosial (Kristina, 2024).

Penelitian sebelumnya oleh Yakob Arfin Tyas Sasongko dan Ekawati S. Wahyuni (2015) Studi ini menunjukkan bahwa modal sosial berperan penting dalam usaha sektor informal di kalangan migran Madura di Bogor. Tingkat kepercayaan antara migran Madura dan dengan etnis lain masih rendah, dan norma saling menghargai sangat diperlukan untuk mencegah konflik. Meskipun jaringan sosial migran Madura cenderung sempit, teman kerja dan komunitas migran memiliki pengaruh yang signifikan. Penelitian dari Puspitasari dan Fauzi (2023) di Kelurahan Ketintang menunjukkan bahwa kepercayaan antara pedagang dan pembeli penting, tetapi jaringan antar pedagang lemah karena dominasi hubungan kekeluargaan dan kurangnya komunitas pendukung. Analisis elemen modal sosial menurut Fukuyama (nilai dan norma, kepercayaan, jaringan) diperlukan untuk memahami modal sosial di antara mereka.

Beberapa permasalahan yang muncul Pada Warung Madura di Tangerang selatan seperti, Jaringan sosial yang kuat dalam komunitas Warung Madura membantu pertukaran informasi bisnis dan dukungan saat krisis. Namun, memperluas jaringan ini ke luar komunitas asli mereka menjadi tantangan di Tangerang Selatan yang urban. Norma-norma tradisional seperti gotong royong berperan penting bagi keberlangsungan warung madura, tetapi kadang bertentangan dengan nilai ekonomi modern. Kepercayaan antara pedagang dan pelanggan sangat penting untuk kelangsungan bisnis. Namun, membangun kepercayaan ini di tengah persaingan dan perubahan selera konsumen adalah tantangan besar.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengeksplorasi peran modal sosial dalam aktivitas ekonomi yang mempengaruhi solidaritas antar etnis Madura di Tangerang Selatan, dan juga menganalisis bagaimana warung kelontong Madura di Tangerang Selatan memanfaatkan modal sosial mereka dalam mengembangkan usaha, serta mengidentifikasi kendala yang mereka hadapi dalam penerapan modal sosial terhadap etnis lain di luar etnis Madura. Dengan memahami dinamika ini, diharapkan dapat memberikan wawasan tentang pentingnya pengelolaan modal sosial dalam konteks usaha kecil dan menengah. Sekaligus untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan warung kelontong Madura.

## TINJAUAN PUSTAKA DAN FOKUS STUDI

### Modal Sosial (*Sosial Capital*)

Modal sosial merupakan sumber daya sosial yang dimiliki oleh masyarakat. Secara umum, modal sosial dapat dipahami sebagai kapasitas masyarakat dalam berorganisasi guna mencapai tujuan yang sama. Pada awalnya, modal sosial dipahami sebagai bentuk kepercayaan yang diberikan masyarakat kepada komunitas dan individu di dalamnya (Hasdiana, 2023). Putnam (1995) mendefinisikan modal sosial sebagai *“features of social organization such as networks, norms, and social trust that facilitate coordination and cooperation for mutual benefit”* (Hasdiana, 2023). Modal sosial berperan sebagai penghubung antar individu melalui norma, kepercayaan, dan jaringan kerja, yang memungkinkan terjalinnya kerjasama yang saling menguntungkan dalam mencapai suatu tujuan (Suparyana, Indrawan, & Syaputra, 2021).

Konsep modal sosial meliputi jaringan, kepercayaan, norma-norma, dan nilai-nilai. Ketiga elemen ini sangat penting dan saling terkait dalam pembentukan modal sosial (Hasdiana, 2023). Modal sosial terdiri dari tiga pilar utama yang berfungsi sebagai aset dalam pengembangan masyarakat, yaitu: kepercayaan, norma dan nilai yang berlaku di masyarakat, serta jaringan sosial yang terbentuk dalam sistem sosial (Suparyana et al., 2021).

#### a. Kepercayaan

Kepercayaan (trust) merupakan keinginan untuk mengambil risiko dalam hubungan sosial berdasarkan keyakinan bahwa orang lain akan bertindak sesuai harapan dan selalu berperilaku dalam pola yang saling mendukung, atau setidaknya tidak merugikan diri sendiri dan kelompoknya (Putnam, 2000). Pandangan Fukuyama (Fukuyama, 2007). Kepercayaan merujuk pada sikap saling percaya masyarakat yang memungkinkan untuk bersatu dan berkontribusi terhadap pengembangan modal sosial (Muhammad, 2021).

Keberhasilan ekonomi di negara-negara sampel dipengaruhi oleh etika kerja yang mendorong perilaku ekonomi dengan kerjasama dan sinergi antar individu atau kelompok. Kini, kehidupan ekonomi tidak dapat dipisahkan dari aspek budaya. Modal sosial saat ini memiliki nilai yang sama pentingnya dengan modal fisik, hanya masyarakat yang memiliki tingkat kepercayaan sosial yang tinggi yang mampu membentuk organisasi bisnis besar dan fleksibel yang dapat bersaing di tingkat global.

Solidaritas merupakan salah satu elemen penting dalam modal sosial, karena rasa solidaritas dapat menyatukan pandangan masyarakat mengenai tujuan yang ingin mereka capai (Adawiyah, 2018).

### **b. Norma**

Norma merupakan serangkaian aturan yang diharapkan untuk dipatuhi dan diikuti oleh anggota masyarakat dalam sebuah kelompok sosial tertentu. Menurut (Hasbullah, 2006), menjelaskan bahwa pedoman atau norma yang diakui ini biasanya tidak tertulis, namun dipahami oleh setiap anggota masyarakat dan menentukan pola perilaku yang diharapkan dalam konteks interaksi sosial. Fukuyama (2000) menyatakan bahwa norma adalah elemen dari modal sosial yang tidak dibentuk oleh birokrat atau pemerintah. Sebaliknya, norma berkembang melalui tradisi, sejarah, dan tokoh-tokoh kharismatik yang menetapkan cara bertindak bagi individu atau kelompok yang membentuk modal sosial dalam kerangka aturan (Khalid, 2014).

Norma sosial tidak dapat dipisahkan dari jaringan kerja sosial, karena pembentukan jaringan kerja sosial juga berkontribusi pada pembentukan norma sosial. Terdapat tiga aspek penting mengenai norma sosial. Pertama, norma muncul dari pertukaran yang saling menguntungkan. Kedua, norma bersifat timbal balik, mencakup hak dan kewajiban dari setiap pihak yang terlibat dan dapat memastikan manfaat dari aktivitas tertentu. Ketiga, jaringan yang terbentuk dalam jangka waktu lama dan menjamin manfaat yang adil bagi semua pihak akan menghasilkan norma keadilan (Adawiyah, 2018).

### **c. Jaringan Sosial**

Aspek ketiga dari modal sosial adalah jaringan. Modal sosial bukan dibangun oleh individu, melainkan muncul dari kecenderungan kelompok untuk bersosialisasi sebagai bagian integral dari nilai-nilai yang ada. Jaringan hubungan sosial biasanya memiliki tipe yang khas, sesuai dengan karakteristik dan orientasi kelompok tersebut. Askar Khalid, “Askar Khalid, “konsep kepercayaan, norma dan jaringan dalam teori modal sosial”

Jaringan hubungan sosial ini biasanya mencerminkan karakteristik dan orientasi kelompok dengan tipe yang khas. Umumnya, jaringan ini terbentuk secara turun-temurun melalui pengalaman sosial yang berulang dan berlandaskan kesamaan kepercayaan agama, yang sering kali memiliki kohesi tinggi namun dengan rentang

jaringan dan tingkat kepercayaan yang sempit. Sebaliknya, jika kelompok dibentuk berdasarkan kesamaan orientasi dan tujuan serta dikelola dengan cara yang lebih modern, maka tingkat partisipasi anggotanya cenderung lebih tinggi dan jaringan yang terbentuk akan lebih luas (Hasdiana, 2023).

### **Warung Madura**

Toko kelontong Madura adalah bisnis toko kelontong yang dimiliki dan dioperasikan oleh orang-orang dari Madura di berbagai daerah di Indonesia (Bisnis, 2024). Warung Madura termasuk dalam kategori Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjual segala kebutuhan primer dan bahan pangan dengan harga lebih terjangkau. Meskipun berskala mikro, Warung Madura menghadapi pesaing kuat seperti supermarket dan bisnis serupa lainnya (E. Z. Zed, Novianti, Naomi, Michael, & Nuraulia, 2024). Toko kelontong tetap tradisional, dengan pembeli yang tidak bisa langsung mengambil barang dan transaksi yang dilakukan secara langsung antara pembeli dan penjual karena rak toko yang belum modern. Biasanya, toko ini terletak di desa-desa maupun di daerah perkotaan (Aprilia & Septiana, 2023).

Seiring waktu, migrasi orang Madura telah menunjukkan fenomena kultural, di mana migrasi menjadi kebiasaan. Sebagai migran yang tinggal di wilayah dengan budaya dan sumber daya alam yang berbeda dari daerah asalnya, Orang Madura mengembangkan strategi adaptasi ekonomi untuk meningkatkan taraf hidup dan strategi sosial untuk membangun hubungan harmonis dengan penduduk setempat (Sasongko & Wahyuni, 2013).

### **METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan pada penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif, bertujuan untuk mengungkap masalah berdasarkan peristiwa atau kenyataan yang ada. Oleh karena itu, Fokusnya adalah memberikan deskripsi objektif tentang kondisi real dari objek yang diteliti (Nawawi, 1993). Penelitian ini berlandaskan studi literatur yang dilanjutkan dengan wawancara melalui beberapa media sosial. Studi literatur digunakan untuk menetapkan dasar teoritis penelitian, sementara wawancara dilakukan untuk mengumpulkan fakta di lapangan (Hidayat et al., 2023).

Data yang digunakan dalam penelitian ini mencakup data primer dan data sekunder. Data primer adalah sumber data utama yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari objek penelitian, seperti buku, artikel, dan hasil wawancara dengan subjek

penelitian. Sedangkan data sekunder merupakan sumber data tambahan yang digunakan oleh peneliti untuk mendukung data primer, seperti buku, artikel, majalah, dan sumber data lain yang dapat memperkuat informasi yang ada dalam data primer (M. Zed, 2014).

Kriteria subjek penelitian ini yakni pemilik atau pengelola toko kelontong Madura di Tangerang Selatan dengan minimal berdagang satu tahun. Selain itu pemilik atau pengelola toko kelontong Madura merupakan penduduk asli madura. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif yang melibatkan tiga proses utama, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

## HASIL PENELITIAN DAN DISKUSI

### Modal Sosial Warung Madura Di Kota Tangerang Selatan

#### a. Jaringan (Jumlah Orang Yang Dikenal)

Jaringan adalah sekelompok individu atau kelompok yang terhubung oleh kepentingan atau tujuan yang serupa, yang bisa tercapai melalui relasi kekeluargaan, persahabatan, atau komunitas (Arsyad, 2015). Pembentukan jaringan relatif mudah; pihak-pihak yang memiliki tujuan serupa akan membentuk jaringan kecil melalui komunikasi, yang kemudian menjadi dasar modal sosial (Subagyo, 2021). Pedagang toko kelontong atau Warung Madura di luar daerah. biasanya membangun jaringan melalui rekomendasi saudara atau teman yang lebih dulu memulai usaha. Hubungan kekerabatan dan persahabatan memainkan peran penting dalam perkembangan bisnis warung Madura. Kedekatan hubungan ini mendorong kolaborasi dan pertukaran informasi berharga yang mendukung pengembangan toko, seperti mendapatkan akses ke sumber grosir yang lebih ekonomis untuk barang-barang tertentu. Dekatnya toko-toko ini juga menjamin keamanan bersama, dengan pemilik toko yang waspada mengawasi tempat usaha mereka masing-masing (Komunikasi Pribadi, 23 juni 2024).

Jaringan sosial dapat dianalisis berdasarkan berbagai aspek, salah satunya adalah keragaman jaringan menurut ukurannya (luas atau sempit), yang diukur dari jumlah orang yang dikenal selama menetap di Kota Tangerang Selatan (Sulistiawati & P Lubis, 2015). Hasil penelitian menunjukkan bahwa jaringan sosial etnis Madura antar sesama pedagang warung madura tergolong sempit. Di sebabkan pengoperasian warung yang dilakukan 24 jam membuat pedagang warung Madura sulit untuk berinteraksi dengan baik antar sesama pedagang warung Madura di tanggerang selatan. Interaksi yang bisa

dilakukan hanya ketika berpapasan di agen kulakan saja selebihnya hanya dilakukan lewat komunikasi dari jauh. Kesadaran mereka akan pentingnya menjalin jaringan sosial sangat krusial Hal ini di sebabkan oleh pemikiran mereka yang cenderung menganggap warung Madura yang berdekatan adalah pesaing bukan mitra. Untuk mengatasi kendala ini, perlu adanya perubahan paradigma di kalangan pedagang warung Madura agar mereka melihat pedagang lain sebagai mitra yang dapat bekerja sama, bukan sebagai pesaing.

#### **b.Kepercayaan (Kepercayaan Antar Sesama Migran Madura, Kepercayaan Terhadap Masyarakat Lokal)**

Sebagai perantau di Kota Tangerang Selatan, setiap migran Madura perlu membangun dan menjaga kepercayaan demi mencapai stabilitas hidup. Kepercayaan ini harus dibangun antara semua migran Madura. Kepercayaan yang kuat di antara sesama migran Madura akan membantu menciptakan komunitas migran yang solid.

Kepercayaan dimulai dengan adanya *high trust* dan *low trust*. *Hight trust* sendiri merupakan tingkatan kepercayaan yang didasari adanya masyarakat kelompok yang mau berproses di luar lingkup keluarga, serta ikut andil dalam penciptaan kelembagaan atau jaringan bisnis. Masyarakat dengan tingkat kepercayaan tinggi dicirikan oleh kemampuan mereka untuk mengorganisir pekerjaan secara lebih fleksibel dan berorientasi kelompok (Woolcock, 1998). Sedangkang *Low trust* merujuk pada tingkat kepercayaan yang rendah antar individu dalam suatu masyarakat atau komunitas. Dalam masyarakat low trust, individu cenderung hanya mempercayai anggota keluarga atau kelompok kekerabatan dekat, seperti klan atau suku. Hal ini sering kali menghambat kerjasama yang lebih luas di luar lingkaran kekerabatan dan dapat menghambat perkembangan sosial dan ekonomi yang lebih inklusif. Masyarakat dengan tingkat kepercayaan rendah cenderung bersifat familistik. Dalam masyarakat seperti ini, keluarga dan bentuk-bentuk kekerabatan yang lebih luas, seperti klan atau suku, menjadi wahana utama (dan sering kali satu-satunya) untuk sosialisasi (Gambetta, 2000).

Pada pedagang warung kelontong Madura, kepercayaan internal (sesama migran) cenderung lebih tinggi karena faktor-faktor kultural dan solidaritas yang kuat. Namun, untuk meningkatkan kepercayaan dengan masyarakat setempat, diperlukan upaya dari kedua belah pihak untuk meningkatkan interaksi, memfasilitasi pengalaman positif, dan memastikan adanya integritas serta keadilan dalam setiap interaksi. Dengan membangun



dan mempertahankan kepercayaan ini, pedagang warung kelontong Madura dapat lebih mudah berintegrasi dan sukses dalam lingkungan perantauan, sekaligus memberikan kontribusi positif terhadap masyarakat setempat (Komunikasi Pribadi, 26 juni 2024).

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan antara sesama migran Madura lebih kuat dibandingkan kepercayaan terhadap masyarakat setempat. Solidaritas, kesamaan budaya, dan pengalaman bersama menjadi faktor kunci dalam membangun kepercayaan di antara migran Madura. Sebaliknya, perbedaan budaya dan pengalaman pribadi yang beragam mempengaruhi tingkat kepercayaan terhadap masyarakat setempat. Membangun jembatan komunikasi dan pemahaman antara kedua kelompok dapat membantu meningkatkan kepercayaan dan integrasi sosial.

### **c. Norma**

Norma sosial adalah aturan yang diharapkan diikuti oleh masyarakat dalam kelompok sosial tertentu. Aturan ini biasanya tidak tertulis, terinstitusi, dan dipahami sebagai pedoman perilaku dengan sanksi sosial jika dilanggar (Rahman, Roslinda, & Kartikawati, 2015).

Berdasarkan wawancara dengan beberapa responden, terdapat aturan yang harus dipatuhi oleh sesama migran Madura yang membuka warung toko kelontong Madura di tanggerang selatan seperti, jarak antar toko Madura yang jaraknya minimal harus sekitar 3-7 tiang listrik atau lebih tepatnya 500 meter lebih. Sedangkan untuk aturan yang tidak tertulis lainnya seperti, antara pedagang warung Madura tidak boleh saling menjelek-jelekkan toko satu sama lain, agar tidak terjadi konflik antara sesama migran Madura di perantauan (Komunikasi Pribadi, 25 dan 26 juni 2024).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pedagang Madura menetapkan jarak minimal antara toko kelontong mereka sekitar 3-7 tiang listrik atau lebih tepatnya 500 meter lebih. Aturan ini bertujuan untuk menghindari persaingan yang terlalu ketat dan memastikan setiap toko memiliki peluang yang adil untuk mendapatkan pelanggan. Norma ini mencerminkan usaha komunitas Madura untuk menjaga keseimbangan dan kerukunan dalam berbisnis di lingkungan yang kompetitif. Namun, ada potensi permasalahan yang dapat timbul jika norma-norma ini tidak ditaati, seperti konflik antar pedagang, ketidakpuasan, dan ketegangan sosial.

### **Hubungan Klien-Pelindung Antara Pekerja Warung Madura Dan Pemilik**

Hubungan klien-pelindung antara pekerja warung Madura dan pemilik warung merupakan hubungan yang kompleks dan multidimensional. Ketika bekerja, karyawan tidak bisa lepas dari komunikasi dengan rekan kerja dan atasan. Melalui komunikasi, karyawan dapat meminta petunjuk dari atasan mengenai pekerjaannya. Begitu juga dengan pekerja warung Madura yang dapat saling bekerja sama melalui komunikasi. Komunikasi berfungsi sebagai sarana untuk mengirim dan menerima makna dari atau untuk orang lain, yang dapat berupa simbol, tanda, atau bahasa tertentu, sehingga informasi yang dimaksud dapat dipahami bersama (Saefudin, Prayekti, & Septyarini, 2023). Dalam konteks warung Madura, biasanya toko kelontong Madura dikelola oleh keluarga sendiri atau memiliki pekerja yang sering kali juga berasal dari komunitas yang sama atau terdekat. Sebagian besar pekerja memiliki hubungan kekerabatan atau berasal dari komunitas yang sama dengan pemilik warung. Ini menciptakan rasa saling percaya dan loyalitas yang kuat. Pekerja warung Madura sering kali mempercayai pemilik warung tidak hanya sebagai atasan tetapi juga sebagai pelindung yang memberi mereka pekerjaan dan perlindungan di kota besar. Pemilik warung memberikan dukungan moral dan kadang-kadang bantuan finansial kepada pekerja, terutama ketika mereka menghadapi kesulitan. Pekerja merasa memiliki kewajiban moral untuk bekerja dengan baik dan menjaga reputasi warung sebagai balas jasa terhadap kebaikan pemilik. Hubungan ini sering kali diperkuat oleh keterikatan sosial dan kultural, di mana pemilik dan pekerja sering kali berasal dari latar belakang yang sama atau memiliki koneksi budaya yang kuat (Komunikasi Pribadi, 25 juni 2024).

Hubungan klien-pelindung antara pekerja warung Madura dan pemiliknya menunjukkan simbiosis yang saling menguntungkan. Pemilik mendapatkan loyalitas dan kinerja baik dari pekerja, sementara pekerja mendapatkan perlindungan dan bantuan dalam bentuk non-formal. Hubungan ini didasarkan pada nilai-nilai kepercayaan, kekerabatan, dan kewajiban moral yang mendalam. Namun, ada tantangan yang dihadapi, seperti kemungkinan eksploitasi dan ketergantungan yang berlebihan pada pemilik. Oleh karena itu, penting untuk menciptakan mekanisme yang memastikan bahwa kedua belah pihak mendapatkan manfaat yang adil dan seimbang.

### **Modal Sosial Terhadap Peningkatan Perekonomian Etnis Madura**

Modal sosial adalah sumber daya yang mendorong individu untuk menjalin hubungan sosial secara efektif dengan membangun kepercayaan, mengikuti norma, mengamalkan prinsip saling menguntungkan, memperkuat kebersamaan, serta berpartisipasi secara aktif dan proaktif. Hal ini berdampak pada peningkatan kemampuan dalam memecahkan masalah dan meningkatkan kualitas hidup (Rosyadi, 2018). Peningkatan kualitas hidup yang signifikan dapat berpengaruh terhadap individu, misalnya penghasilan yang tinggi dapat memengaruhi pola pikir seorang individu dalam keluarga (Rosyadi, 2018). Kualitas hidup manusia yang tinggi tidak hanya berdampak pada individu dan keluarganya, tetapi juga memiliki pengaruh yang luas terhadap perkembangan ekonomi. Faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan ekonomi meliputi kekayaan alam dan lahan, kualitas tenaga kerja, modal atau dana, tingkat teknologi, sistem sosial, serta sikap masyarakat (Abidin, Addainuri, & Suci, 2023).

Modal sosial memiliki dampak yang besar dalam peningkatan perekonomian etnis Madura. Jaringan sosial yang luas dan erat memfasilitasi pertukaran informasi, yang sangat penting untuk mengidentifikasi peluang bisnis dan mengatasi tantangan yang ada. Sebagai contoh, dalam sektor perdagangan, jaringan sosial memungkinkan pedagang Madura untuk mendapatkan informasi mengenai harga pasar dan permintaan konsumen dengan cepat, sehingga mereka dapat menyesuaikan strategi bisnis mereka dengan lebih efektif.

Norma-norma sosial yang kuat juga menciptakan lingkungan yang kondusif bagi kegiatan ekonomi. Norma seperti kejujuran, integritas, dan kerja keras menjadi landasan yang kuat bagi setiap aktivitas ekonomi. Dalam komunitas Madura, pelanggaran terhadap norma-norma ini tidak hanya berdampak pada reputasi individu, tetapi juga dapat mempengaruhi hubungan sosial secara keseluruhan, yang pada akhirnya dapat mempengaruhi kelancaran bisnis.

Kepercayaan merupakan elemen kunci dalam modal sosial yang berdampak langsung pada perekonomian. Tingkat kepercayaan yang tinggi mengurangi kebutuhan akan pengawasan dan kontrak formal, karena anggota komunitas saling mempercayai komitmen satu sama lain. Tidak hanya mengurangi biaya operasional tetapi juga mempercepat proses bisnis karena Keputusan bisa diambil dengan cepat tanpa perlu melalui prosedur yang rumit.

Dalam konteks yang lebih luas, modal sosial etnis Madura juga membantu mereka dalam membangun jaringan dengan komunitas lain dan mitra bisnis di luar daerah. Kepercayaan yang dibangun di dalam komunitas menciptakan reputasi yang positif, sehingga pihak luar lebih cenderung untuk melakukan kerja sama dengan etnis Madura. Ini membuka peluang baru untuk ekspansi bisnis dan diversifikasi sumber pendapatan.

Secara keseluruhan, Modal sosial memiliki peran yang sangat signifikan dalam mendukung dan meningkatkan perekonomian etnis Madura. Dengan terus memperkuat jaringan sosial, memelihara norma-norma positif, dan meningkatkan tingkat kepercayaan, etnis Madura dapat mempertahankan dan bahkan meningkatkan kesejahteraan ekonomi mereka di masa depan.

### **KESIMPULAN**

Modal sosial yang dimiliki oleh pedagang Warung Madura di Kota Tangerang Selatan memainkan peran penting dalam keberlangsungan dan pengembangan usaha mereka. Modal sosial ini meliputi jaringan yang kuat antar pedagang, nilai-nilai kepercayaan, dan norma gotong royong yang dipegang teguh oleh komunitas Madura. Namun, penelitian ini juga menemukan tantangan dalam memperluas jaringan ke luar komunitas asli, terutama di lingkungan urban seperti Tangerang Selatan, di mana kepercayaan dan solidaritas antar sesama migran Madura lebih kuat dibandingkan dengan masyarakat setempat.

Penelitian ini juga mengungkapkan bahwa norma-norma sosial yang kuat menciptakan lingkungan yang kondusif bagi kegiatan ekonomi. Norma seperti kejujuran, integritas, dan kerja keras menjadi landasan yang kuat bagi setiap aktivitas ekonomi. Dalam komunitas Madura, pelanggaran terhadap norma-norma ini tidak hanya berdampak pada reputasi individu, tetapi juga mempengaruhi hubungan sosial secara keseluruhan, yang pada akhirnya dapat mempengaruhi kelancaran bisnis. Kepercayaan merupakan elemen kunci dalam modal sosial yang berdampak langsung pada perekonomian. Tingkat kepercayaan yang tinggi mengurangi kebutuhan akan pengawasan dan kontrak formal, karena anggota komunitas saling mempercayai komitmen satu sama lain. Ini tidak hanya mengurangi biaya operasional dan mempercepat proses bisnis dengan pengambilan keputusan yang cepat dan tanpa prosedur yang rumit. Secara keseluruhan, modal sosial memainkan peran krusial dalam

mendukung dan meningkatkan perekonomian etnis Madura, memungkinkan mereka untuk mempertahankan dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi mereka di masa depan. Penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi strategi yang efektif untuk memperluas jaringan sosial pedagang Warung Madura ke luar komunitas asli mereka. Hal ini bisa melibatkan studi tentang pendekatan kolaboratif dengan komunitas lokal dan cara meningkatkan interaksi positif antara pedagang Madura dan masyarakat setempat. Serta perlu dilakukan studi komparatif di berbagai kota-kota besar di Indonesia untuk melihat bagaimana modal sosial dan strategi adaptasi ekonomi pedagang Warung Madura berfungsi dalam konteks yang berbeda. Ini akan membantu memahami faktor-faktor spesifik yang mempengaruhi keberhasilan dan tantangan yang dihadapi di berbagai lingkungan.

Dengan mengikuti panduan ini, penelitian mendatang diharapkan dapat memberikan kontribusi yang lebih menyeluruh dalam memahami perubahan modal sosial dan strategi adaptasi ekonomi yang dilakukan oleh pedagang Warung Madura. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi praktis untuk meningkatkan keberlanjutan usaha mereka ke depan.

#### **PENGHARGAAN/UCAPAN TERIMAKASIH**

Peneliti ingin memberi apresiasi kepada Bapak Fahrurrozi, M.E.I selaku dosen pembimbing dan Muhammad Isbad Addainuri, M.E selaku Mentor Artikel dan juga Moh. Imron S.E & Moh. Humaidi selaku senior IKA (Ikatan Alumni) yang telah memfasilitasi pembuatan artikel saya, atas bimbingan dan dukungannya. Orang tua saya Bapak Marsuki dan Ibu Muslimah serta kakak saya Afifah Nur Azlin beserta seluruh keluarga karena berkat semangat dan dukungan mereka baik dukungan finansial maupun mental, Sehingga penulis dapat menyelesaikan Artikel ini. Dan juga seseorang yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada saya, makhluk spesial (Ega Candra Dinata). Teman-teman yang selalu mendukung saya dan menemani saya (Marisa, Eva, Intan). Penulis juga ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan menyediakan informasi selama penulisan artikel ini, sehingga penulis dapat menyelesaikannya.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Abidin, M., Addainuri, M. I., & Suci, L. E. (2023). Pengaruh Pendidikan dan Kesempatan Kerja Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 12(2), 113–119. <https://doi.org/10.23960/jep.v12i2.2079>

- Adawiyah, R. (2018). Strategi Pengembangan Badan usaha Milik Desa(BUMDes) Berbasis Media Sosial. *Kebijakan dan Manajemen Publik*, 1.
- Aprilia, M., & Septiana, A. (2023). Dampak Keberadaan Minimarket Iriyanti Terhadap Kelangsungan Usaha Toko Kelontong di Bangkalan. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 8(2), 454–464. <https://doi.org/10.31932/jpe.v8i2.2568>
- Arsyad, I. (2015). *Buku 9: Membangun Jaringan Sosial dan Kemitraan*. 1–28.
- Bisnis, P. (2024). *Aktiva Jurnal Manajemen dan Bisnis Kupas Tuntas Strategi Toko Kelontong Madura untuk Menghadapi*. 4(1), 9–16.
- Fukuyama. (2007). *Trust: Kebajikan Sosial dan Penciptaan Kemakmuran*. Jakarta: Qalam.
- Gambetta, D. (2000). “Can We Trust Trust?” In D. Gambetta (Ed.), *Trust: Making and Breaking Cooperative Relations*. Basil Blackwell.
- Hasbullah, J. (2006). *Sosial Capital: Menuju Keunggulan Budaya Manusia Indonesia*. Jakarta: MR-United Press.
- Hasdiana, U. (2023). Pengukuran Modal Sosial. In M. anang dwi santoso, S.Ap. (Ed.), *idea press yogyakarta*. Yogyakarta: ide press yogyakarta. Retrieved from <http://link.springer.com/10.1007/978-3-319-59379-1%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/B978-0-12-420070-8.00002-7%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.ab.2015.03.024%0Ahttps://doi.org/10.1080/07352689.2018.1441103%0Ahttp://www.chile.bmw-motorrad.cl/sync/showroom/lam/es/>
- Hidayat, U. S., Hariyanto, D. W., & Susanto, I. W. (2023). Meneropong Collective Entrepreneurship dan Manajemen Strategis pada Toko / Warung Madura. *IMKA (Implementasi Manajemen & Kewirausahaan)*, 3(2), 52–60. Retrieved from <https://doi.org/10.38156/imka.v3i2.204>
- Khalid, A. (2014). Konsep Kepercayaan, Norma dan Jaringan dalam Teori Modal Sosial. *Applied Microbiology and Biotechnology*, 85(1), 2071–2079.
- Kristina, A. (2024). *Kemandirian Sosial-Ekonomi “Warung Madura” dan Nilai-Nilai* (H. Ayu, ed.). yogyakar: Penerbit Samudra Biru.
- Muhammad, F. (2021). *Etos Kerja dan Modal Sosial dalam Perspektif Sosiologis*.
- Nawawi, H. (1993). *Metode Penelitian Bidang Sosal*. Yogyakarta: Gajah Mada Universiti Press.
- Puspitasari, F. N. C., & Fauzi, A. M. (2023). Modal Sosial Pedagang Toko Kelontong Madura di Perantauan. *Paradigma*, 12(1), 241–250. Retrieved from <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/paradigma/article/view/56391>
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling Alone: the Collapse and Revival of American Community* (RD., P. (2; S. Simon & S. Schuter, eds.). New York.
- Rahman, E., Roslinda, E., & Kartikawati, S. M. (2015). Norma Sosial Masyarakat Desa Nusapati dalam Pengelolaan Hutan Rakyat. *Jurnal Hutan Lestari*, 4(2), 244–249.
- Rosyadi, K. (2018). New Social Capital dan Revolusi Industri 4.0; Studi Terhadap Pembangunan Masyarakat Umkm Batik Tanjung Bumi Bangkalan Madura. *Pamator Journal*, 11(2), 49–54. <https://doi.org/10.21107/pamator.v11i2.4772>
- Saefudin, A., Prayekti, & Septyarini, E. (2023). Pengaruh Motivasi Ekstrinsik Komunikasi dan Stres. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 7(3), 1016–1029.
- 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.

- Subagyo, R. A. (2021). Modal Sosial dalam Pemberdayaan Masyarakat di Desa Purwosari Kecamatan Purwosari Kabupaten Bojonegoro. *Jurnal Penamas*, 181–202. Retrieved from <http://blajakarta.kemenag.go.id/journal/index.php/penamas/article/view/518/218>
- Sulistiawati, A., & P Lubis, D. (2015). Analisis Jaringan Sosial dalam Gabungan Kelompok Tani (Gapoktan) Tani Berkah. *Sodality: Jurnal Sosiologi Pedesaan*, 2(2), 76–82. <https://doi.org/10.22500/sodality.v2i2.9415>
- Suparyana, P. K., Indrawan, I. P. E., & Syaputra, M. (2021). Peran Modal Sosial Kelompok Nelayan Menghadapi Cuaca Buruk di Pesisir Pantai Desa Kuranji Dalang. *Emasains: Jurnal Edukasi Matematika Dan Sains*, 10(1), 181–188. Retrieved from <https://ojs.mahadewa.ac.id/index.php/emasains/article/view/1049>
- Woolcock, M. (1998). “Social Capital and Economic Development: Toward a Theoretical Synthesis and Policy Framework.” *Theory and Society*, 2(27), 1–208.
- Zed, E. Z., Novianti, A., Naomi, G., Michael, J., & Nuraulia, R. (2024). Tata Kelola dan Pertumbuhan Bisnis: Pendampingan Manajerial untuk Meningkatkan Usaha UMKM Warung Madura. *NGABDI: Scientific Journal of Community Services e-ISSN*; 2(3), 128–135. Retrieved from <https://journal.csspublishing/index.php/ngabdi%0ATata>
- Zed, M. (2014). *Metode Penelitian Kepustakaan*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.