

ANALISIS EKSISTENSI WARUNG MADURA DI LOWOKWARU KOTA MALANG

SKRIPSI

Oleh :

MUH.WALID SABAN USMAN

218.010.32.126



PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS ISLAM MALANG

MALANG 2024

**ANALISIS EKSISTENSI WARUNG MADURA DI LOWOKWARU KOTA
MALANG
SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat unuuk memperoleh gelar sarjana pertanian
strata satu (S - 1)

Oleh :

MUH.WALID SABAN USMAN

218.010.32.126



PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS ISLAM MALANG

MALANG 2024

RINGKASAN

Muh.Walid Saban Usman (21801032126). Analisis Eksistensi Warung Madura di Lowokwaru. Dosen Pembimbing 1. Dr. Ir. Masyhuri Machfudz, M. P.

2. Ir. M. Noerhadi Sudjoni, MBA. M. P.

Pada awal tahun 2023 di kecamatan Lowokwaru banyak usaha warung madura yang bermunculan sehingga para investor perdagangan ritel lama kelamaan merasa tersaingi dengan keberadaan warung madura. Salah 1 ciri khas warung madura ialah menjual barang yang lumayan lengkap dan relatif murah. mereka menjual kebutuhan sehari-hari dari makanan ringan, minuman kemasan, makanan instan, beras, perlengkapan mandi, deterjen, rokok, pulsa, sampai token listrik. berkat kelebihan warung madura yang terbuka selama 24 jam pemilik usaha memperoleh keuntungan dan mempermudah masyarakat yang memiliki kebutuhan mendadak karena eksistensi dari warung madura.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar keuntungan yang diperoleh dari eksistensi warung Madura di Kecamatan Lowokwaru. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal, serta strategi bauran pemasaran (marketing mix) yang berperan dalam mendukung keberlangsungan dan eksistensi warung Madura di wilayah tersebut.

Penelitian ini menggunakan metode *deskriptif kuantitatif* yang bertujuan untuk menggambarkan fenomena eksistensi Warung Madura di Kecamatan Lowokwaru, Kabupaten Malang, tanpa mencari hubungan sebab-akibat. Lokasi penelitian dipilih karena merupakan area strategis yang banyak terdapat Warung Madura, dan dilaksanakan selama satu bulan pada November 2024. Populasi dalam penelitian ini adalah pemilik atau karyawan Warung Madura, dengan pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan sampel secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu, dengan radius 5 km dari Kampus Universitas Islam Malang ke empat arah mata angin. Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi *observasi non-partisipatif*, wawancara *semi-terstruktur*, dan *dokumentasi* berupa foto maupun dokumen pendukung. Analisis data dilakukan dengan dua pendekatan, yaitu analisis *estimatif* untuk mengukur *estimasi* keuntungan usaha berdasarkan *fluktuasi* pendapatan harian

dengan menghitung margin laba kotor tertinggi dan terendah yang dirata-ratakan menjadi HTR (*Hasil Tingkat Rata-rata*), serta *analisis kuantitatif* dengan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threats*).

Berdasarkan hasil pembahasan, dapat disimpulkan bahwa Warung Madura di Lowokwaru memiliki tingkat profitabilitas yang cukup stabil. Pendapatan bulanan per pemilik berkisar antara Rp105 juta hingga Rp240 juta, dengan rata-rata kolektif sebesar Rp1,5 miliar atau sekitar Rp150 juta per pemilik. Rata-rata persentase laba kotor tercatat sebesar 19%, dengan rentang antara 10% hingga 37%, sedangkan laba bersih bulanan rata-rata mencapai Rp8,3 juta per pemilik. Variasi ini mencerminkan perbedaan dalam efisiensi manajemen dan strategi penjualan masing-masing warung. Secara keseluruhan, data ini menunjukkan bahwa Warung Madura memiliki potensi keuntungan yang menjanjikan dan dapat dijadikan acuan dalam evaluasi kinerja serta perencanaan keuangan jangka panjang.

Berdasarkan hasil analisis matriks SWOT, nilai $x = 0,04$ dan $y = 0,22$ menempatkan strategi bauran pemasaran Warung Madura di kuadran I, yang menunjukkan posisi strategis yang kuat. Artinya, Warung Madura mampu memanfaatkan kekuatan untuk meraih peluang, sehingga strategi agresif menjadi pilihan tepat. Strategi ini mencakup penetrasi dan pengembangan pasar, serta inovasi produk. Peluang yang dimiliki antara lain tingginya jumlah pelanggan tetap, sementara kekuatannya terletak pada keragaman produk dan harga yang terjangkau bagi konsumen kelas menengah ke bawah.

UMKM Warung Madura disarankan fokus pada penjualan produk dengan margin keuntungan tinggi untuk meningkatkan laba bersih. Pemilik usaha juga perlu memanfaatkan keunggulan lokasi, harga terjangkau, dan variasi produk dengan menambah layanan seperti pesan antar atau penjualan digital. Untuk penelitian selanjutnya dianjurkan menambah variabel seperti layanan, proses, bukti fisik, digital marketing, kepuasan, loyalitas, dan teknologi agar analisis strategi dan kinerja lebih *komprehensif*.

BAB I PENDAHULUAN

Eksistensi berasal dari kata eksis yang berarti ada. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), eksistensi berarti keberadaan. Kata ini mengacu pada kata dasar eksis. Selain itu, eksis juga bisa berarti dikenal, tenar dan populer. Eksistensi dalam usaha merupakan salah satu tolak ukur sejauh mana usaha dapat bertahan dan tetap relevan dalam lingkungan yang terus berubah. Dalam hal ini, untuk menilai eksistensi dalam suatu usaha memerlukan faktor-faktor eksternal dan internal. Faktor-faktor eksternal yang terdiri atas aspek kebijakan pemerintah, aspek budaya dan ekonomi, dan aspek peranan budaya yang terkait. Faktor-faktor internal yang terdiri atas aspek sumber daya manusia, aspek keuangan, aspek teknik produksi (*operasional*) dan aspek pasar dan pemasaran. Adapun penyesuaian produk dagangan merupakan juga salah satu bentuk dalam mempertahankan eksistensi sebuah usaha, sehingga masyarakat dan pemilik usaha dapat mengetahui dampak keuntungan dari hal tersebut.

Pada awal tahun 2023 di Kecamatan Lowokwaru banyak usaha Warung Madura yang bermunculan sehingga para investor perdagangan ritel lama kelamaan merasa tersaingi dengan keberadaan Warung Madura. Salah 1 ciri khas Warung Madura ialah menjual barang yang lumayan lengkap dan relatif murah. Mereka menjual kebutuhan sehari-hari dari makanan ringan, minuman kemasan, makanan instan, beras, perlengkapan mandi, deterjen, rokok, pulsa, sampai token listrik. Berkat kelebihan Warung Madura yang terbuka selama 24 jam pemilik usaha memperoleh keuntungan dan mempermudah masyarakat yang memiliki kebutuhan mendadak karena eksistensi dari Warung Madura. Berdasarkan penelitian sebelumnya oleh Windi (2003) menyatakan bahwa pedagang toko kelontong berusaha sangat keras agar tokonya tetap eksis di tengah berkembangnya pasar modern seperti Alfamart dan Indomaret di Kecamatan Tebo Tengah, Kabupaten Tebo, sedangkan penelitian sebelumnya oleh Muhammad (2019) menyatakan bahwa eksistensi transportasi online (*Go-food*) dalam meningkatkan penjualan rumah makan di Banjarmasin, salah satunya adalah rumah makan kedai Bunda yang mengalami peningkatan signifikan.

Warung Madura di Lowokwaru terkenal sebagai sebutan untuk toko kelontong serba ada. warung madura menyediakan berbagai macam produk, seperti kebutuhan pokok sehari-hari, aneka jajanan, bensin eceran hingga pulsa dan token listrik. Kebanyakan pemilik Warung ini berasal dari Madura dan diwariskan secara turun temurun biasanya, Warung akan dijaga secara bergantian oleh kerabat atau pegawainya. Berikut ini beberapa Warung Madura yang berada di Lowokwaru. Pertama, Warung Madura Aulia yang beralamat jalan. Cengger ayam no. kav 4, Rw.6, Jatimulyo, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur. Warung Madura Aulia merupakan salah satu usaha industri kecil dan menengah yang beroperasi selama 24 jam. Kedua, Warung Madura Amana yang beralamat jalan. Soekarno Hatta, Mojolangu, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur. Warung Madura Amana juga merupakan salah satu usaha industri kecil dan menengah yang beroperasi selama 24 jam.

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan, maka penulis memilih judul skripsi yaitu **Analisis Eksistensi Warung Madura di Lowokwaru Kota Malang.**

1.1. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, rumusan masalah pada penelitian ini yaitu :

1. Berapa keuntungan dengan adanya Eksistensi warung madura di Lowokwaru?
2. Berapa kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari strategi bauran pemasaran Warung Madura di Lowokwaru?

1.2. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, tujuan penelitian ini yaitu :

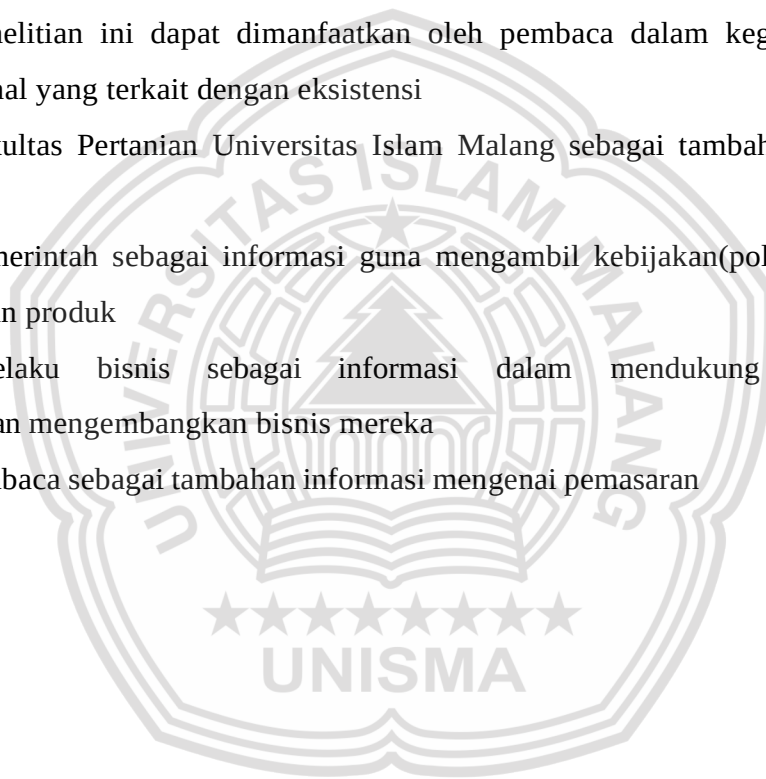
1. Untuk mengetahui berapa keuntungan dengan adanya Eksistensi Warung Madura di Lowokwaru.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor eksternal dan internal serta strategi bauran pemasaran yang mendukung Eksistensi Warung Madura di Lowokwaru.

1.3. Batasan Masalah

1. Penelitian ini hanya menggunakan metode analisis kontribusi margin terhadap keuntungan
2. Variabel penelitian hanya mengenai bauran pemasaran 4p yaitu, produk, harga, tempat, dan promosi.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis sebagai persyaratan untuk menyelesaikan program S-1 dan sebagai tambahan pengetahuan serta pengalaman khususnya di bidang pemasaran
Bagi penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh pembaca dalam kegiatan operasional yang terkait dengan eksistensi
2. Bagi Fakultas Pertanian Universitas Islam Malang sebagai tambahan referensi
3. Bagi pemerintah sebagai informasi guna mengambil kebijakan(policy) pemasaran produk
4. Bagi pelaku bisnis sebagai informasi dalam mendukung dan mengembangkan bisnis mereka
5. Bagi pembaca sebagai tambahan informasi mengenai pemasaran



BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan kajian penelitian ini, maka dapat di simpulkan mengenai Profitabilitas

1. Persentase Laba Kotor dan Profitabilitas

Data juga menunjukkan adanya variasi dalam persentase laba kotor dan laba bersih di antara para pemilik Warung Madura, yang mencerminkan perbedaan efektivitas dalam pengelolaan biaya dan efisiensi operasional masing-masing warung. Persentase laba kotor rata-rata tercatat sebesar 19%, dengan nilai tertinggi mencapai 37% dan yang terendah berada pada angka 10%. Sementara itu, rata-rata laba bersih bulanan per pemilik berada di kisaran Rp8.327.250, yang menjadi indikator penting dalam menilai profitabilitas dan keberlanjutan usaha secara individual.

2. Strategi SWOT

Berdasarkan rumusan strategi yang telah dilakukan menggunakan pembobotan matriks SWOT didapat nilai $x = 0,04$ dan $y = 0,22$ dapat diketahui bahwa bauran pemasaran produk yang dijual Warung Madura ini termasuk dalam kuadran I. Hal ini menunjukkan bahwa produk yang dijual memiliki posisi strategis yang sempurna karena dapat memanfaatkan kekuatan untuk meraih peluang yang menguntungkan. Maka dari itu, dapat digunakan alternatif strategis pengembangan (strategi agresif). Strategi agresif berupa berkonsentrasi pada pasar dan produk. Konsentrasi pada pasar yakni penetrasi pasar dan pengembangan pasar. Sedangkan konsentrasi pada produk yakni dengan terus melakukan pengembangan produk yang dijual.

6.2. Saran

1. UMKM Warung Madura perlu Fokus pada penjualan produk-produk dengan margin keuntungan lebih tinggi dapat membantu meningkatkan laba bersih bulanan secara signifikan.

2. Pemilik usaha harus memanfaatkan kekuatan berupa lokasi strategis, harga terjangkau, dan variasi produk untuk menjangkau pasar yang lebih luas melalui layanan tambahan seperti pesan antar atau penjualan melalui platform digital lokal.
3. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan menambah variabel lain seperti layanan, proses, bukti fisik, digital marketing, kepuasan pelanggan, loyalitas konsumen, dan pengaruh teknologi agar analisis strategi pemasaran dan kinerja Warung Madura menjadi lebih komprehensif.



DAFTAR PUSTAKA

B.A. Isnanto 2023.Eksistensi adalah : contoh penggunaan kata - detik.com
<https://www.detik.com/bali/berita/d-6545319/eksistensi-adalah-contoh-penggunaan-kata>. diakses pada Agustus,19,2024

Muhammad H. ,2019.Analisis eksistensi layanan Go-food dalam meningkatkan penjualan pada rumah makan di banjarmasin,Al Kalam,**6** (1) : 15

Windi H. D. 2023,Analisis strategi Eksistensi Toko Kelontong Dalam Menghadapi Perkembangan Pasar Modern Di Kabupaten Tebo,Ilmiah Ekonomi & Bisnis,**16** (2) 365

Apriani,N.S.; dan Marlya F. AK .,2019 kemudahan aplikasi dan keragaman produk dalam membentuk keputusan pembelian generasi milenial berbelanja secara online,Akuntansi dan politeknik negeri medan, 8 (2) : 216

Kikit. A. ,2022. keuntungan adalah tujuan utama : apa benar? - majoo indonesia knowledge

<https://majoo.id/solusi/detail/keuntungan-adalah>

diakses pada september,15,2024

Capps, C. J. dan Glissmeyer., M. D. 2012 “Extending The Competition profile matrix using internal factor evaluation and external factor evaluation matrix concepts,” the journal of applied business research, 28(5), hal.1059-1062

Dias, E. B. dan Lopes, D. S. 2014 “Cooperation between large enterprises (le’s) And sme’s: an approach to overcome the stage internationalization process, “Business journal: theory and practice, 15(4), hal. 316-327

Manajemen harga : teori biaya, manajemen harga, dan model transaksi syariah (Qardhul hasan).(2018).Universitas Islam Malang

Moeleong, Lexy J. (2012) Metodologi penelitian kualitatif. Bandung. PT. Remaja Rosda Karya

Gania ,2024. 7 tips sukses bangun ‘warung madura’ yang menghasilkan omset puluhan juta - ketoko.co.id

<https://ketoko.co.id/blog/read/7-tips-sukses-bangun-warung-madura-yang-menghasilkan-omzet-puluhan-juta>

diakses pada september, 17, 2024

M. Haryanto, Nurdiana S. , M. Ashary , M. Hatta, dan Izaac L.,
2022. Pengaruh bauran pemasaran terhadap peningkatan volume
penjualan, 5
(2): 225 - 226

Fajar, N. D. F. 2020. Teknik analisis SWOT. First edition. Anak hebat
indonesia. Yogyakarta.

.Margin: Pengertian, Jenis, dan Cara Menghitung. 2024 . Sahabat
Pegadaian

<https://sahabat.pegadaian.co.id/artikel/wirusaha/margin-adalah>

diakses pada desember, 3 , 2024

Nency, P. (2022). Analisis strategi bauran pemasaran produk batu
chocolate. Universitas Islam Malang.

