

Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dalam Meningkatkan Profitabilitas Warung Madura Padang Sambian Denpasar Bali

Zainul Anwar^{1*}, Wawan Juandi², Alif Akbarul Muslim³, Shahibul Mighfar⁴

^{1,3,4} Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, Universitas Ibrahimy, Situbondo

² Pascasarjana, Universitas Ibrahimy, Situbondo

INFO ARTIKEL

Artikel History:

Diterima 26 Januari 2025

Revisi 2 Februari 2026

Disetujui 9 Februari 2026

Publish 10 Februari 2026

Keyword:

MSMEs, Business Development Strategy, Profitability, Warung Madura, Islamic Business

* Corresponding author

e-mail:

ziananwarza@gmail.com

wwnjuandi@gmail.com

Alif.akbarulmuslim@gmail.com

shahibulmghfr@gmail.com

Page: 94 – 102

ABSTRACT

This study aims to analyze the development strategies of micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in improving the profitability of Warung Madura located in Padang Sambian, Denpasar, Bali. The research is motivated by the important role of Warung Madura as a community-based MSME that operates with simple management practices yet demonstrates strong business resilience. This study employs a qualitative approach with a case study design. Data were collected through in-depth interviews, observation, and documentation, and analyzed using descriptive analytical methods. The findings reveal that profitability improvement is achieved through product diversification, pricing strategies, service quality enhancement (open 24 hours), and efficient operational management. Nevertheless, Warung Madura faces several challenges, including limited managerial skills, capital constraints, and intense business competition. This study contributes to the literature on Islamic business and MSME management by providing empirical insights into grassroots business development strategies.

Al-Idarah : Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam meningkatkan profitabilitas Warung Madura di Padang Sambian, Denpasar, Bali. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh peran penting Warung Madura sebagai bentuk UMKM berbasis masyarakat yang mampu bertahan di tengah persaingan usaha dengan sistem pengelolaan yang relatif sederhana. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi, sedangkan analisis data menggunakan metode deskriptif analitis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peningkatan profitabilitas Warung Madura dilakukan melalui strategi diversifikasi produk, penetapan harga yang kompetitif, peningkatan kualitas pelayanan (buka 24 jam), serta efisiensi pengelolaan operasional. Namun demikian, pengembangan usaha masih menghadapi kendala pada aspek keterbatasan manajerial, permodalan, dan tingkat persaingan usaha.

Kata kunci: UMKM, Strategi Pengembangan Bisnis, Profitabilitas, Warung Madura, Bisnis Syariah

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian nasional, terutama dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta memperkuat ketahanan ekonomi lokal. UMKM juga terbukti menjadi sektor yang relatif tangguh dalam menghadapi guncangan ekonomi, baik pada tingkat nasional maupun regional (Kementerian Koperasi dan UKM, 2022). Di tengah dinamika persaingan usaha yang semakin ketat, UMKM dituntut untuk memiliki strategi

pengembangan usaha yang adaptif agar mampu mempertahankan keberlangsungan usaha sekaligus meningkatkan profitabilitas. Profitabilitas menjadi indikator penting dalam menilai kinerja UMKM karena mencerminkan kemampuan usaha dalam mengelola sumber daya secara efektif dan efisien (Hery, 2021).

Salah satu bentuk UMKM yang berkembang pesat di berbagai daerah perkotaan adalah Warung Madura. Warung Madura dikenal sebagai usaha ritel skala kecil yang beroperasi dengan jam buka panjang, menyediakan kebutuhan sehari-hari masyarakat, serta dikelola dengan sistem manajemen yang relatif sederhana. Model usaha ini menunjukkan karakteristik kewirausahaan berbasis keluarga dan komunitas yang mengandalkan kepercayaan konsumen serta kedekatan sosial sebagai modal utama usaha (Suryana & Kartib, 2020). Di Kota Denpasar, khususnya wilayah Padang Sambian, Warung Madura tumbuh sebagai bagian dari ekonomi kerakyatan yang mampu bertahan di tengah persaingan dengan minimarket modern.

Meskipun Warung Madura menunjukkan daya tahan usaha yang cukup kuat, dalam praktiknya masih dihadapkan pada berbagai tantangan, seperti keterbatasan modal, rendahnya kemampuan manajerial, pengelolaan keuangan yang belum tertata dengan baik, serta persaingan usaha yang semakin kompetitif. Tantangan tersebut merupakan permasalahan umum yang sering dihadapi UMKM di Indonesia, terutama pada aspek perencanaan usaha dan pengambilan keputusan strategis (Tambunan, 2019). Kondisi ini menuntut pelaku UMKM untuk menyusun strategi pengembangan usaha yang terencana, baik dalam aspek diversifikasi produk, penetapan harga, peningkatan kualitas pelayanan, maupun efisiensi operasional.

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa strategi pengembangan usaha memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan kinerja dan profitabilitas UMKM (Wibowo et al., 2020). Namun demikian, sebagian besar kajian tersebut masih berfokus pada UMKM secara umum, seperti sektor industri kreatif dan UMKM berbasis digital, sementara kajian yang secara spesifik mengulas strategi pengembangan usaha Warung Madura dalam kaitannya dengan peningkatan profitabilitas masih relatif terbatas, khususnya pada konteks lokal di wilayah Bali. Dengan demikian, terdapat celah penelitian (research gap) yang perlu diisi melalui kajian empiris yang lebih kontekstual.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan UMKM dalam meningkatkan profitabilitas Warung Madura di Padang Sambian, Denpasar, Bali. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi

akademik dalam pengembangan kajian manajemen dan bisnis Islam, serta kontribusi praktis bagi pelaku UMKM dan pemangku kebijakan dalam merumuskan strategi pengembangan usaha yang berkelanjutan.

KAJIAN TEORI

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan unit usaha produktif yang dimiliki oleh perorangan atau badan usaha perorangan dengan skala operasional terbatas, namun memiliki kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional. UMKM berperan penting dalam penyerapan tenaga kerja, pemerataan pendapatan, serta penguatan ekonomi lokal. Di Indonesia, UMKM juga dikenal memiliki daya tahan relatif tinggi terhadap krisis ekonomi dibandingkan usaha berskala besar (Tambunan, 2019).

Karakteristik utama UMKM antara lain keterbatasan modal, manajemen yang sederhana, penggunaan teknologi yang masih terbatas, serta ketergantungan yang tinggi pada kemampuan pemilik usaha. Meskipun demikian, fleksibilitas dan kedekatan dengan konsumen menjadikan UMKM mampu beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan lingkungan usaha (Suryana & Kartib, 2020). Warung Madura merupakan salah satu bentuk UMKM sektor perdagangan ritel yang tumbuh berbasis kebutuhan masyarakat sehari-hari dan dikelola secara mandiri.

Strategi Pengembangan Usaha UMKM

Strategi pengembangan usaha merupakan rangkaian keputusan dan tindakan yang dirancang untuk meningkatkan kinerja usaha secara berkelanjutan. Dalam konteks UMKM, strategi pengembangan usaha diarahkan pada upaya memperluas pasar, meningkatkan kualitas produk dan layanan, serta memperbaiki efisiensi operasional agar usaha mampu bertahan dan berkembang di tengah persaingan (Wibowo et al., 2020).

Beberapa strategi pengembangan usaha yang umum diterapkan UMKM meliputi diversifikasi produk, penetapan harga yang kompetitif, peningkatan kualitas pelayanan, serta penguatan manajemen usaha. Penelitian menunjukkan bahwa UMKM yang menerapkan strategi pengembangan secara terencana cenderung memiliki kinerja usaha dan daya saing yang lebih baik dibandingkan UMKM yang menjalankan usaha tanpa perencanaan strategis (Sukardi, 2024).

Dalam perspektif bisnis Islam, strategi pengembangan usaha juga harus berlandaskan pada prinsip kejujuran, keadilan, dan kebermanfaatan. Prinsip-prinsip tersebut menjadi fondasi etis dalam pengambilan keputusan bisnis, termasuk dalam pengelolaan usaha UMKM yang berorientasi pada keberlanjutan dan kesejahteraan bersama.

Profitabilitas UMKM

Profitabilitas merupakan kemampuan usaha dalam menghasilkan laba dari aktivitas operasional yang dijalankan. Profitabilitas menjadi indikator utama dalam menilai keberhasilan dan keberlanjutan suatu usaha, termasuk UMKM. Tingkat profitabilitas yang baik menunjukkan bahwa usaha mampu mengelola sumber daya secara efektif dan efisien (Hery, 2021).

Dalam konteks UMKM, profitabilitas dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti volume penjualan, struktur biaya, strategi harga, dan efisiensi operasional. Penerapan strategi pengembangan usaha yang tepat terbukti dapat meningkatkan profitabilitas UMKM secara signifikan, terutama melalui optimalisasi pendapatan dan pengendalian biaya usaha (Ayem & Darmawan, 2024).

Bagi Warung Madura, profitabilitas tidak hanya dipengaruhi oleh besarnya omzet, tetapi juga oleh kemampuan pelaku usaha dalam mengelola stok barang, menetapkan harga yang sesuai dengan daya beli konsumen, serta menjaga loyalitas pelanggan melalui pelayanan yang konsisten.

Hubungan Strategi Pengembangan Usaha dengan Profitabilitas UMKM

Strategi pengembangan usaha dan profitabilitas memiliki hubungan yang erat dan saling memengaruhi. Strategi yang tepat akan mendorong peningkatan kinerja usaha, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan profitabilitas. Penelitian empiris menunjukkan bahwa UMKM yang menerapkan strategi diversifikasi produk, peningkatan kualitas layanan, dan efisiensi biaya cenderung memiliki tingkat profitabilitas yang lebih tinggi (Wasfika et al., 2024).

Dalam konteks Warung Madura, strategi pengembangan usaha menjadi instrumen penting untuk meningkatkan profitabilitas di tengah persaingan dengan usaha ritel modern. Oleh karena itu, analisis terhadap strategi pengembangan usaha UMKM Warung Madura menjadi relevan untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan usaha secara berkelanjutan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam strategi pengembangan usaha yang diterapkan oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), khususnya Warung Madura, dalam meningkatkan profitabilitas usahanya. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menggali realitas empiris, perilaku, serta pengalaman subjek penelitian secara komprehensif dan kontekstual (Sugiyono, 2019).

Objek penelitian ini adalah Warung Madura yang berlokasi di Padang Sambian, Denpasar, Bali. Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pada pertimbangan bahwa Warung Madura di wilayah tersebut merupakan salah satu bentuk UMKM sektor perdagangan ritel yang berkembang dan mampu bertahan di tengah persaingan usaha yang semakin kompetitif. Subjek penelitian meliputi pemilik dan pengelola Warung Madura yang terlibat langsung dalam pengambilan keputusan usaha.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur kepada pemilik dan pengelola usaha untuk memperoleh informasi terkait strategi pengembangan usaha, pengelolaan operasional, serta upaya peningkatan profitabilitas. Observasi dilakukan untuk mengamati secara langsung aktivitas usaha, pola pelayanan, serta kondisi operasional Warung Madura. Sementara itu, dokumentasi digunakan untuk melengkapi data berupa catatan penjualan, data stok barang, serta dokumen pendukung lainnya yang relevan dengan penelitian (Creswell, 2018).

Analisis data dilakukan menggunakan metode deskriptif analitis, yaitu dengan cara mereduksi data, menyajikan data, serta menarik kesimpulan secara sistematis. Data yang diperoleh dianalisis dengan mengelompokkan informasi berdasarkan tema-tema penelitian, kemudian diinterpretasikan untuk memahami keterkaitan antara strategi pengembangan usaha dan peningkatan profitabilitas Warung Madura. Untuk menjaga keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dan teknik, sehingga data yang diperoleh memiliki tingkat validitas dan reliabilitas yang memadai.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Diversifikasi Produk dalam Meningkatkan Profitabilitas

Hasil penelitian menunjukkan bahwa salah satu strategi utama yang diterapkan Warung Madura di Padang Sambian adalah diversifikasi produk. Diversifikasi dilakukan dengan menambah variasi barang kebutuhan sehari-hari, seperti sembako, minuman kemasan, produk rokok, serta kebutuhan rumah tangga lainnya. Strategi ini bertujuan untuk meningkatkan frekuensi kunjungan konsumen dan memperbesar peluang transaksi dalam satu waktu.

Diversifikasi produk terbukti memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan pendapatan usaha. Konsumen cenderung memilih Warung Madura karena kemudahan memperoleh berbagai kebutuhan di satu tempat, sehingga mendorong peningkatan omzet harian. Temuan ini sejalan dengan pandangan bahwa diversifikasi produk merupakan strategi penting bagi UMKM untuk memperluas pasar dan meningkatkan kinerja usaha (Wibowo et al., 2020).

Strategi Penetapan Harga dan Pengelolaan Biaya Usaha

Strategi lain yang berperan penting dalam meningkatkan profitabilitas Warung Madura adalah penetapan harga yang kompetitif. Pemilik usaha menetapkan harga dengan mempertimbangkan harga pasar, daya beli konsumen, serta margin keuntungan yang realistik. Harga yang relatif terjangkau menjadi daya tarik utama bagi konsumen di lingkungan sekitar.

Selain strategi harga, pengelolaan biaya operasional dilakukan secara sederhana namun efisien, terutama dalam pengendalian stok barang dan biaya operasional harian. Efisiensi biaya ini memungkinkan usaha tetap memperoleh keuntungan meskipun margin per produk relatif kecil. Temuan ini mendukung hasil penelitian Wasfika et al. (2024) yang menyatakan bahwa strategi harga dan efisiensi biaya berpengaruh signifikan terhadap peningkatan profitabilitas usaha kecil.

Selain itu, strategi penetapan harga yang bertumpu pada perhitungan biaya produksi yang akurat dan pendekatan harga berbasis nilai dapat memperkuat profitabilitas UMKM secara signifikan. Penelitian di sektor UMKM menunjukkan bahwa metode seperti cost-plus pricing, di mana harga jual ditetapkan berdasarkan total biaya produksi ditambah tingkat margin yang diinginkan, mampu meningkatkan potensi keuntungan hingga beberapa kali lipat tanpa mengorbankan daya saing di pasar (Pratista & Santoso, 2024).

Pendekatan ini tidak hanya memastikan bahwa semua komponen biaya diperhitungkan dengan tepat tetapi juga memungkinkan pelaku usaha menetapkan harga yang mencerminkan nilai produk di mata konsumen sekaligus menjaga kelangsungan usaha UMKM. Dengan demikian, penetapan harga yang sistematis dan manajemen biaya yang efektif merupakan elemen penting dalam strategi pengembangan usaha yang berorientasi pada peningkatan profitabilitas.

Peningkatan Kualitas Pelayanan sebagai Strategi Daya Saing

Peningkatan kualitas pelayanan menjadi strategi non-finansial yang turut mendukung peningkatan profitabilitas Warung Madura. Pelayanan yang ramah, ketersediaan barang yang relatif lengkap, serta jam operasional yang panjang (buka 24 jam) menciptakan kenyamanan bagi konsumen dan mendorong loyalitas pelanggan.

Kualitas pelayanan yang konsisten berkontribusi pada pembentukan kepercayaan konsumen, yang pada akhirnya berdampak pada keberlanjutan usaha. Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor penting dalam membangun keunggulan bersaing UMKM, terutama pada sektor ritel tradisional (Suryana & Kartib, 2020).

Kendala Pengembangan Usaha dan Implikasinya terhadap Profitabilitas

Meskipun strategi pengembangan usaha telah diterapkan, Warung Madura masih menghadapi sejumlah kendala, seperti keterbatasan modal usaha, rendahnya kemampuan manajerial, serta persaingan dengan usaha ritel modern. Keterbatasan tersebut memengaruhi kemampuan usaha dalam melakukan ekspansi dan inovasi secara lebih luas.

Kendala-kendala ini merupakan permasalahan umum yang sering dihadapi UMKM di Indonesia. (Tambunan, 2019) menegaskan bahwa keterbatasan akses permodalan dan manajemen menjadi faktor penghambat utama pengembangan UMKM.

Dengan demikian, strategi pengembangan usaha Warung Madura perlu didukung oleh peningkatan kapasitas manajerial dan akses terhadap sumber daya usaha agar profitabilitas dapat ditingkatkan secara berkelanjutan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan usaha memiliki keterkaitan yang erat dengan peningkatan profitabilitas UMKM Warung Madura. Diversifikasi produk, penetapan harga yang kompetitif, peningkatan kualitas pelayanan, serta efisiensi operasional menjadi faktor kunci dalam menjaga keberlangsungan usaha di tengah persaingan yang semakin ketat. Temuan ini memperkuat hasil penelitian

sebelumnya yang menyatakan bahwa strategi bisnis yang tepat dapat meningkatkan kinerja dan profitabilitas UMKM (Sukardi, 2024).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan usaha memiliki peran penting dalam meningkatkan profitabilitas UMKM Warung Madura di Padang Sambian, Denpasar, Bali. Strategi pengembangan usaha yang diterapkan meliputi diversifikasi produk, penetapan harga yang kompetitif, peningkatan kualitas pelayanan (buka 24 jam), serta efisiensi pengelolaan operasional. Strategi-strategi tersebut terbukti mampu meningkatkan daya tarik konsumen, memperbesar peluang penjualan, dan mendukung keberlanjutan usaha.

Selain itu, penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan peningkatan profitabilitas Warung Madura tidak hanya ditentukan oleh besarnya omzet, tetapi juga oleh kemampuan pelaku usaha dalam mengelola biaya, menjaga ketersediaan barang, serta membangun hubungan baik dengan konsumen. Namun demikian, pengembangan usaha Warung Madura masih menghadapi sejumlah kendala, terutama keterbatasan modal, rendahnya kapasitas manajerial, dan tingginya tingkat persaingan dengan usaha ritel modern.

Oleh karena itu, diperlukan upaya berkelanjutan dalam meningkatkan kemampuan manajerial pelaku UMKM serta dukungan dari berbagai pihak, khususnya dalam hal akses permodalan dan pembinaan usaha. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dalam pengembangan kajian manajemen dan bisnis Islam, serta menjadi referensi praktis bagi pelaku UMKM dan pemangku kebijakan dalam merumuskan strategi pengembangan usaha yang berorientasi pada peningkatan profitabilitas dan keberlanjutan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayem, S., & Darmawan, R. (2024). The Role of Profitability in the Influence of E-Commerce Implementation and Financial Accounting Standards on Enhancing MSME Competitiveness. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics*, 8(3). <https://doi.org/10.31538/ijse.v8i3.8037>
- Creswell, J. W. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage Publications.
- Hery. (2021). *Analisis Laporan Keuangan*. Grasindo.

- Kementerian Koperasi dan UKM, R. I. (2022). *Perkembangan Data UMKM Indonesia*. Kemenkop UKM. <https://www.kemenkopukm.go.id>
- Pratista, A. T., & Santoso, R. (2024). MSMEs Product Selling Pricing Strategy to Increase Profits Using the Cost Plus Pricing Approach. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research*, 8(2). <https://doi.org/10.29040/ijebar.v8i2.13225>
- Sukardi, A. Z. R. (2024). Strategi Pengembangan Usaha untuk Meningkatkan Pendapatan UMKM Kijen Star Reog Ponorogo. *Journal of Islamic Philanthropy and Disaster*, 3(1). <https://doi.org/10.21154/joipad.v3i1.5206>
- Suryana, Y., & Kartib, B. (2020). *Kewirausahaan: Pendekatan Karakteristik Wirausaha Sukses*. Kencana.
- Tambunan, T. (2019). *UMKM di Indonesia: Perkembangan, Kendala, dan Tantangan*. Ghalia Indonesia.
- Wasfika, H., Aswat, I., & Karpriana, A. P. (2024). Marketing Strategy of Small Business Management in Improving Business Profit. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 12(5), 1585–1594. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v12i5.2769>
- Wibowo, A., Saptono, A., & Suparno. (2020). The Role of Business Strategy in Improving SME Performance. *International Journal of Entrepreneurship*, 24(1), 1–10. <https://www.abacademies.org/articles/The-role-of-business-strategy-in-improving-SME-performance-1939-4675-24-1-567.pdf>