

HIFZ AL-MAL DAN EKONOMI RAKYAT: STUDI KASUS KO-EKSISTENSI WARUNG MADURA DI TENGAH EKSPANSI RETAIL MODERN DI SURABAYA

Achmad Tarmidzi Anas¹, Komaruddin²

¹Institut Agama Islam Al-Khairat Pamekasan, achmadtarmidzianas5@gmail.com,

² Universitas Bahaudin Mudhary Madura, komaruddin210620@gmail.com

DOI: 10.58293/esa.v8i2.207

Diterima: 16-08-2026

Direvisi: 26-08-2026

Diterbitkan: 30-08-2026

Abstrak

Ekspansi retail modern di kota-kota besar Indonesia sering diasumsikan melemahkan eksistensi ritel tradisional. Namun, fenomena warung Madura menunjukkan pola sebaliknya: usaha ritel informal berbasis etnis ini tidak hanya bertahan, tetapi dalam banyak kasus justru diuntungkan oleh kedekatan lokasi dengan retail modern. Penelitian kualitatif studi kasus multi-situs ini mengeksplorasi mekanisme ko-eksistensi tersebut di lima lokasi berkarakter berbeda di Surabaya, kawasan nelayan (Kenjeran), wisata religi (Ampel), jalan besar/stasiun (Jl. Kusuma Bangsa), kawasan kampus/kos (Gubeng), dan kawasan pasar/terminal (Wonokromo), dengan kerangka konseptual *maqashid syariah*, khususnya *Hifz Al-Mal*, dipadukan dengan konsep *cohabitation ritel* dan *ethnic entrepreneurship*. Data dikumpulkan dari 16 informan (lima pemilik warung, lima konsumen, lima karyawan atau pengelola retail modern, dan satu tokoh paguyuban Madura) melalui wawancara semi-terstruktur, serta observasi lapangan multi-waktu. Temuan menunjukkan bahwa ko-eksistensi dibentuk oleh diferensiasi produk dan waktu operasional, fleksibilitas transaksi berbasis kepercayaan, modal sosial jaringan etnis yang terlembagakan melalui paguyuban, serta nilai-nilai etika bisnis Islam yang diwariskan lintas generasi. Analisis lintas-lokasi juga mengungkap variasi penting: keunggulan jam operasional 24 jam warung tidak selalu signifikan di lokasi dengan retail modern yang juga buka panjang (Jl. Kusuma Bangsa), dan karakter kawasan (demografi, aktivitas ekonomi sekitar) terbukti menjadi variabel penentu pola ko-eksistensi yang jauh lebih kuat daripada sekadar kedekatan spasial semata. Studi ini berkontribusi memperluas konsep *cohabitation* dengan memasukkan dimensi kelembagaan modal sosial etnis dan etika bisnis Islam sebagai mekanisme tambahan yang menjelaskan resiliensi ekonomi rakyat.

Kata kunci: *Hifz Al-Mal*; *Maqashid Syariah*; Warung Madura; *Ethnic Entrepreneurship*; Modal Sosial

Abstract

The expansion of modern retail in Indonesia's major cities is often assumed to weaken the existence of traditional retail. However, the Madura warung phenomenon shows the opposite pattern: these ethnicity-based informal retail businesses not only survive, but in many cases benefit from the proximity of the location to modern retail. This multi-site case study qualitative research explores the mechanism of co-existence in five locations with

different characteristics in Surabaya, fishing areas (Kenjeran), religious tourism (Ampel), main roads/stations (Jl. Kusuma Bangsa), campus/boarded houses (Gubeng), and market/terminal areas (Wonokromo), with the conceptual framework of sharia maqashid, especially Hifz Al-Mal, combined with the concept of retail cohabitation and ethnic entrepreneurship. Data was collected from 16 informants (five stall owners, five consumers, five modern retail employees or managers, and one Madura community leader) through semi-structured interviews, as well as multi-time field observations. The findings show that co-existence is shaped by product differentiation and operational time, the flexibility of trust-based transactions, the social capital of ethnic networks institutionalized through associations, and the values of Islamic business ethics that are inherited across generations. Cross-location analysis also revealed important variations: the advantages of 24-hour operation hours of warungs are not always significant in locations with modern retail that are also open for a long time (Jl. Kusuma Bangsa), and the character of the area (demographics, surrounding economic activities) has proven to be a much stronger determinant of co-existence patterns than mere spatial proximity. This study contributes to expanding the concept of cohabitation by including the institutional dimensions of social capital, ethnicity, and Islamic business ethics as additional mechanisms that explain people's economic resilience.

Keywords: *Hifz Al-Mal; Maqashid Shariah; Warung Madura; Ethnic Entrepreneurship; Social Capital*

PENDAHULUAN

Ketegangan antara ekspansi retail modern dan keberlangsungan sektor informal merupakan salah satu isu ekonomi pembangunan yang paling mendesak di negara-negara berkembang saat ini. International Labour Organization (ILO) mencatat bahwa pada 2024–2025, sekitar 57,8% tenaga kerja dunia, lebih dari dua miliar orang, masih bergantung pada sektor informal untuk penghidupannya, dengan kawasan berpendapatan rendah dan negara-negara di Asia Selatan-Tenggara, termasuk Indonesia, mencatat proporsi tertinggi (International Labour Organization, 2025). Di saat yang sama, ekspansi retail modern, mulai dari hypermarket hingga jaringan minimarket waralaba, terus berlangsung masif di hampir seluruh kota besar dunia berkembang, menciptakan apa yang dalam literatur retail geography disebut sebagai "revolusi supermarket" (*supermarket revolution*), sebuah proses transformasi struktur ritel yang berlangsung jauh lebih cepat dibanding negara-negara maju pada masanya (Reardon & Hopkins, 2006). Pertanyaan tentang apakah dua kekuatan ekonomi ini, sektor informal yang menopang penghidupan miliaran orang, dan retail modern yang terus berekspansi, akan saling meniadakan atau justru dapat hidup berdampingan, menjadi isu yang relevan tidak hanya bagi Indonesia, tetapi bagi hampir seluruh negara di Global South yang tengah mengalami transformasi ritel serupa.

Di Indonesia, urgensi persoalan ini tergambar jelas dari data ketenagakerjaan terkini. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat bahwa pada Agustus 2025, proporsi pekerja informal

mencapai 57, 80% dari total 146, 54 juta penduduk bekerja, setara lebih dari 84, 5 juta orang (Badan Pusat Statistik, 2025); (Bisnis.com, 2025); (CNBC Indonesia, 2025). Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), yang sebagian besar beririsan dengan ekonomi informal, secara konsisten dilaporkan pemerintah berjumlah 64-66 juta unit usaha dengan kontribusi sekitar 60-62% Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan penyerapan sekitar 97% tenaga kerja Indonesia, angka yang telah dikutip berulang dalam publikasi resmi Kementerian Koperasi dan UKM maupun Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian sejak 2019 hingga 2024 dengan variasi minimal, sehingga presisi tahun rujukannya perlu dibaca sebagai gambaran umum, bukan angka tahunan yang diperbarui secara ketat (Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, 2019).

Pada saat bersamaan, ekspansi retail modern berjangkauan nasional berlangsung dengan kecepatan yang tidak melambat: dua ritel minimarket terbesar, Alfamart dan Indomaret, bersama-sama telah mencapai 44.366 gerai secara nasional hingga kuartal III 2025, dengan Alfamart tumbuh dari 15.343 gerai pada 2020 menjadi 20.925 gerai pada 2025, pertumbuhan sekitar 36% hanya dalam lima tahun (CNBC Indonesia, 2026). Kondisi faktual di lapangan, khususnya di kota-kota besar seperti Surabaya, justru menghadirkan gambaran yang lebih kompleks: warung kelontong tradisional berbasis etnis Madura tidak hanya bertahan berdampingan dengan gerai-gerai minimarket tersebut, tetapi dalam banyak kasus justru sengaja memilih lokasi berdekatan dengannya, sebuah fenomena yang belum banyak mendapat penjelasan sistematis dalam literatur ekonomi regional maupun ekonomi Islam di Indonesia.

Akar dari kesenjangan pemahaman ini sebagian dapat ditelusuri pada dominasi paradigma *displacement* dalam literatur *retail geography*, yang mengasumsikan ekspansi retail modern secara linear akan menggusur ritel tradisional melalui keunggulan skala ekonomi, efisiensi rantai pasok, dan daya tarik format belanja modern (Reardon & Hopkins, 2006). Paradigma ini turut diperkuat oleh temuan-temuan tentang asimetri kekuatan tawar (*bargaining power*) yang dihadapi pelaku usaha rakyat dalam relasi dagang dengan aktor pasar yang lebih besar, sebagaimana didokumentasikan (Wisandani dkk., 2025) pada kasus perdagangan rempah di pedesaan Jawa Barat, di mana petani kecil terjebak dalam skema harga yang eksploitatif akibat ketimpangan informasi dan struktur pasar yang dikuasai pembeli. Studi (Ridho dkk., 2025) di Medan turut menunjukkan bahwa pertumbuhan UMKM tidak semata ditentukan oleh ketersediaan infrastruktur fisik, melainkan jauh lebih ditentukan oleh kualitas ekosistem kewirausahaan, termasuk nilai-nilai etis yang melandasinya. Dengan kata lain, akar masalah rendahnya ketahanan ritel rakyat bukan semata soal skala usaha, melainkan juga soal ketiadaan kerangka etis dan kelembagaan yang secara sengaja dirancang untuk melindungi dan memberdayakan pelaku ekonomi kecil di tengah tekanan pasar modern.

Di sinilah nilai dan filosofi lokal berbasis etnisitas dan keagamaan berpotensi menawarkan penjelasan sekaligus jalan keluar yang selama ini belum banyak dieksplorasi. Konsep *Maqashid Syariah*, sebagaimana dirumuskan dalam pendekatan sistemik (Auda,

2008) dan visi pembangunan berbasis *Maqasid al-Shariah* dari Chapra (2008), khususnya dimensi *Hifz Al-Mal* (pemeliharaan dan pemberdayaan harta), menawarkan kerangka etis yang secara historis telah membentuk perilaku ekonomi komunitas Muslim di Indonesia, termasuk komunitas perantau Madura yang dikenal luas dengan tradisi kewirausahaan warung kelontongnya. *Hifz Al-Mal* tidak sekadar berbicara soal perlindungan kepemilikan individu, tetapi juga mencakup dimensi pemerataan dan keadilan distribusi ekonomi (Yasin & Billah, 2024), sebuah prinsip yang secara konseptual relevan untuk menjelaskan mengapa warung Madura mampu bertahan bahkan diuntungkan oleh kehadiran retail modern di sekitarnya. Sayangnya, potensi konseptual dan empiris dari *Hifz Al-Mal* sebagai kerangka analisis ekonomi rakyat kontemporer ini masih sangat jarang dimanfaatkan secara sistematis dalam penelitian retail geography maupun ekonomi regional di Indonesia, nilai lokal yang kaya ini masih lebih banyak dibahas dalam kajian fikih normatif ketimbang diuji dan diartikulasikan melalui studi empiris atas praktik ekonomi rakyat sehari-hari.

Berdasarkan pemetaan di atas, penelitian ini mengidentifikasi tiga celah penelitian (*research gap*) yang saling berkaitan. Pertama, terdapat kekosongan penelitian pada level konseptual: *literatur cohabitation* ritel informal-modern (Nangulah dkk., 2019) belum banyak diuji pada konteks ritel kelontong berbasis etnis dan nilai keagamaan di Asia Tenggara, sehingga generalisasi mekanisme *cohabitation* yang ditemukan pada konteks Afrika (sektor pangan segar informal) belum tentu berlaku pada konteks ritel kelontong 24 jam di Indonesia. Kedua, terdapat kebutuhan empiris yang mendesak untuk mendokumentasikan secara sistematis bagaimana modal sosial etnis dan kelembagaan komunitas (seperti paguyuban Madura) berfungsi sebagai infrastruktur ekonomi informal yang menggantikan peran lembaga formal, sebuah fenomena yang banyak disinggung secara anekdotikal namun jarang diverifikasi melalui triangulasi data lapangan yang memadai. Ketiga, terdapat keterbatasan implementasi konsep *Hifz Al-Mal* sebagai kerangka analisis: sebagian besar kajian *Maqashid Syariah* masih bersifat normatif-tekstual, sementara studi yang menelusuri bagaimana prinsip tersebut termanifestasi secara implisit dalam praktik ekonomi rakyat sehari-hari, tanpa dilabeli eksplisit sebagai "ekonomi syariah" oleh pelakunya sendiri, masih sangat terbatas jumlahnya.

Berangkat dari tiga celah tersebut, penelitian ini bertujuan untuk empat hal. Pertama, menganalisis pola pemilihan lokasi (*co-location*) warung Madura terhadap keberadaan retail modern di lima kawasan berkarakter berbeda di Surabaya. Kedua, menganalisis mekanisme operasional yang membuat warung Madura mampu bersaing, bahkan diuntungkan, oleh kedekatannya dengan retail modern tersebut. Ketiga, mengidentifikasi peran modal sosial dan kelembagaan etnis Madura dalam menopang resiliensi ekonomi rakyat tersebut. Keempat, mengeksplorasi bagaimana prinsip *Hifz Al-Mal* beroperasi sebagai etika bisnis hidup yang membentuk praktik dagang warung Madura sehari-hari. Keunikan (*novelty*) penelitian ini terletak pada tiga hal: penggunaan desain studi kasus multi-situs lintas lima karakter kawasan sosio-ekonomi yang berbeda dalam satu kota, yang jarang ditemukan dalam literatur *cohabitation* sebelumnya; perpaduan kerangka konseptual *cohabitation* ritel

dengan *Maqashid Syariah*, dua tradisi keilmuan yang selama ini jarang didialogkan; dan penggunaan triangulasi multi-sumber (pemilik usaha, konsumen, kompetitor retail modern, dan tokoh komunitas) untuk menguji keabsahan temuan secara lebih ketat dibanding studi-studi *cohabitation* terdahulu yang umumnya hanya mengandalkan perspektif pedagang informal semata. Dengan pendekatan ini, penelitian ini diharapkan tidak hanya memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan *literatur retail geography* dan ekonomi Islam di Indonesia, tetapi juga kontribusi praktis bagi perumusan kebijakan yang lebih berimbang dalam mengelola ko-eksistensi antara ekonomi rakyat dan ekspansi retail modern di kota-kota besar Indonesia.

Rumusan masalah penelitian ini terdiri atas empat pertanyaan. Pertama, bagaimana pola pemilihan lokasi warung Madura terhadap keberadaan retail modern, dan apa logika ekonomi di baliknya. Kedua, mekanisme apa yang membuat warung Madura mampu bersaing, bahkan diuntungkan, oleh kedekatan dengan retail modern, dan bagaimana mekanisme ini bervariasi antarkarakter kawasan. Ketiga, bagaimana modal sosial dan jaringan etnis Madura, termasuk kelembagaan paguyuban, berperan dalam strategi survival dan ekspansi usaha ini. Keempat, bagaimana praktik warung Madura mencerminkan prinsip *Hifz Al-Mal* sebagai instrumen pemberdayaan ekonomi rakyat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus multi-situs (*multiple case study*), mengikuti tradisi interpretivis yang memandang realitas ekonomi sebagai konstruksi sosial yang dibentuk melalui makna, relasi, dan konteks yang dihayati oleh pelaku usaha itu sendiri, bukan semata fenomena yang dapat direduksi menjadi angka. Pendekatan studi kasus dipilih karena fenomena ko-eksistensi warung Madura dan retail modern merupakan fenomena kontemporer yang berlangsung dalam konteks kehidupan nyata (*real-life context*), di mana batas antara fenomena dan konteksnya tidak jelas, sebuah kondisi yang menurut (Yin, 2018) paling tepat didekati melalui studi kasus ketimbang eksperimen atau survei. Desain multi-situs dipilih ketimbang studi kasus tunggal agar memungkinkan perbandingan lintas-kasus (*cross-case comparison*) yang memperkuat generalisasi analitik (*analytic generalization*) atas pola dan mekanisme yang ditemukan, alih-alih hanya menghasilkan deskripsi tunggal yang sulit ditarik pelajarannya ke konteks lain.

Penelitian ini secara khusus mengambil lima lokasi di Kota Surabaya yang dipilih melalui teknik maximum variation sampling (Palys, 2008), sebuah strategi penentuan lokasi yang secara sengaja memilih situs dengan karakter sosio-ekonomi dan demografis paling beragam, dengan tujuan memperoleh gambaran pola yang benar-benar konsisten lintas-konteks (bukan sekadar konsisten pada satu jenis kawasan saja). Kelima lokasi tersebut adalah kawasan permukiman nelayan (Kenjeran), kawasan wisata religi (Ampel), kawasan jalan besar dekat stasiun kereta (Jalan Kusuma Bangsa), kawasan kampus dan indekos (Gubeng), serta kawasan pasar dan terminal (Wonokromo). Pemilihan kelima karakter kawasan ini didasarkan pada asumsi bahwa mekanisme ko-eksistensi ritel informal-modern

kemungkinan besar tidak seragam, melainkan dibentuk oleh interaksi antara strategi pelaku usaha dan konteks sosial-ekonomi setempat, asumsi yang kemudian terbukti relevan melalui temuan penelitian ini sendiri. Pendekatan studi kasus kualitatif multi-situs ini juga konsisten dengan preseden metodologis (Sopha dkk., 2022), yang menunjukkan bahwa wawancara mendalam merupakan instrumen paling efektif untuk mengungkap peran modal sosial dan kepercayaan (*trust*) sebagai faktor ketahanan ritel tradisional, sebuah dimensi relasional dan bermakna yang sulit ditangkap secara memadai melalui pendekatan survei kuantitatif berskala besar.

Informan penelitian ditentukan melalui purposive sampling dengan kriteria yang disesuaikan pada masing-masing kelompok informan, guna memastikan setiap informan benar-benar memiliki pengetahuan dan pengalaman langsung yang relevan dengan fenomena yang diteliti. Kelompok informan pertama adalah pemilik atau pengelola warung Madura di kelima lokasi, dipilih dengan kriteria telah menjalankan usaha warung minimal dua tahun dan berlokasi dalam radius yang berdekatan secara langsung dengan gerai retail modern. Kelompok kedua adalah konsumen sekitar yang diketahui berbelanja baik di warung maupun di retail modern di lokasi yang sama, sehingga mampu memberikan perspektif pembandingan dari sisi preferensi konsumsi. Kelompok ketiga adalah karyawan atau pengelola retail modern (staf toko maupun kepala toko) di lokasi yang bersisian langsung dengan warung yang diteliti, untuk memperoleh sudut pandang dari pihak yang lazim diasumsikan sebagai kompetitor. Kelompok keempat adalah tokoh paguyuban atau komunitas etnis Madura di Surabaya, yang dipilih karena posisinya sebagai otoritas informal yang memahami dinamika kelembagaan dan modal sosial etnis secara lebih luas dibanding masing-masing pemilik warung secara individual.

Total informan yang berhasil dihimpun berjumlah 16 orang, terdiri atas lima pemilik warung Madura (satu per lokasi), lima konsumen sekitar, lima karyawan/pengelola retail modern, dan satu tokoh paguyuban yang perspektifnya melintasi seluruh lokasi penelitian. Khusus untuk informan pemilik warung Madura di lokasi Gubeng, transkrip wawancara yang digunakan dalam analisis bersumber dari putaran pengumpulan data sebelumnya karena berkas transkrip pada kompilasi akhir tidak turut tersalin secara administratif; substansi datanya tetap merupakan hasil wawancara riil dan validitasnya dikonfirmasi silang secara independen oleh konsumen dan staf retail modern pada lokasi yang sama. Jumlah informan ini tidak ditentukan secara apriori di awal penelitian, melainkan mengikuti prinsip kejenuhan data (*data saturation*).

Pengumpulan data dilakukan melalui dua teknik utama yang saling melengkapi, yaitu wawancara semi-terstruktur dan observasi lapangan langsung. Wawancara semi-terstruktur dipilih karena memberikan keseimbangan antara konsistensi antar-informan (melalui panduan pertanyaan inti yang sama) dan fleksibilitas untuk menggali jawaban informan secara lebih mendalam melalui pertanyaan probing yang disesuaikan dengan konteks jawaban yang muncul. Panduan wawancara disusun terpisah untuk masing-masing dari keempat kelompok informan, dengan substansi pertanyaan yang dipetakan langsung

terhadap rumusan masalah penelitian, mencakup aspek profil usaha, strategi pemilihan lokasi, mekanisme diferensiasi produk dan layanan, pola relasi sosial dan kepercayaan, jaringan modal sosial etnis, serta nilai-nilai etika berdagang yang dipegang informan. Setiap sesi wawancara berlangsung antara 20 hingga 40 menit, direkam dengan izin informan, dan ditranskripsi secara verbatim sebelum memasuki tahap analisis.

Observasi lapangan dilakukan di seluruh lima lokasi pada tiga rentang waktu berbeda dalam sehari, pagi, siang/sore, dan malam/dini hari, untuk menangkap variasi pola operasional warung Madura yang buka 24 jam nonstop, sebuah karakteristik yang tidak dapat ditangkap secara memadai apabila observasi hanya dilakukan pada satu waktu kunjungan saja. Aspek yang diobservasi mencakup pemetaan spasial (jarak dan garis pandang antara warung dan retail modern), kondisi fisik dan operasional warung, pola interaksi sosial antara pedagang dan pembeli, serta perbandingan langsung kepadatan pengunjung antara warung dan retail modern pada jam yang bersamaan. Data observasi dicatat dalam lembar observasi terstruktur yang dilengkapi catatan lapangan reflektif (*field notes*) untuk menangkap kesan dan interpretasi awal peneliti yang tidak selalu tertangkap dalam data faktual semata.

Data dianalisis menggunakan analisis tematik (*thematic analysis*) mengikuti enam tahap yang dikembangkan Braun dan Clarke (2006): familiarisasi data melalui pembacaan berulang seluruh transkrip wawancara dan lembar observasi; generasi kode terbuka (*open coding*) yang dilakukan baris-per-baris pada seluruh data; pengelompokan kode-kode tersebut ke dalam kategori aksial (*axial categories*) yang lebih besar; penyusunan tema selektif (*selective coding*) yang secara langsung terhubung dengan masing-masing rumusan masalah penelitian; peninjauan ulang tema terhadap keseluruhan data melalui perbandingan tetap (*constant comparison*) untuk memastikan konsistensi dan kejenuhan; dan tahap akhir berupa penamaan serta pendefinisian final setiap tema. Proses coding dilakukan secara manual, mengingat skala data penelitian (16 transkrip wawancara ditambah lima lembar observasi lapangan lengkap) masih memungkinkan ditelusuri secara cermat tanpa bantuan perangkat lunak analisis data kualitatif (CAQDAS), meskipun struktur pengkodean yang dihasilkan disusun dengan format yang kompatibel apabila di kemudian hari diperlukan verifikasi ulang melalui perangkat lunak semacam NVivo atau Atlas.ti.

Triangulasi data dilakukan pada level analisis dengan memeriksa kemunculan tema atau kode yang sama dari sumber data yang berbeda, misalnya pengakuan pemilik warung yang dikonfirmasi secara independen oleh konsumen, staf retail modern, atau catatan observasi pada lokasi yang sama. Kode dan tema yang berhasil dikonfirmasi oleh dua sumber data independen atau lebih diberi penanda "terkonfirmasi silang" dalam kerangka kerja pengkodean (*codebook*), sementara temuan yang hanya bertumpu pada satu sumber data dinyatakan secara eksplisit sebagai temuan bersumber tunggal yang memerlukan kehati-hatian interpretatif lebih besar dibanding temuan yang terkonfirmasi silang.

Kejenuhan data (*data saturation*) dalam penelitian ini dipahami mengikuti prinsip yang dikemukakan (Guest dkk., 2006), yaitu titik ketika penambahan data baru tidak lagi

memunculkan kode atau tema baru yang substansial, melainkan hanya mengonfirmasi pola yang sudah teridentifikasi sebelumnya. Kejenuhan pada penelitian ini dinilai pada level lintas-kasus (*cross-case saturation*), bukan pada level masing-masing lokasi secara terpisah, mengingat desain multi-situs penelitian ini secara khusus bertujuan menangkap variasi antar-lokasi, bukan menggeneralisasi dari satu lokasi tunggal. Hasil pemetaan kejenuhan menunjukkan bahwa kelima tema utama penelitian, pola dan arah *co-location*, mekanisme ko-eksistensi operasional, modal sosial dan kelembagaan etnis, praktik *Hifz Al-Mal*, serta perspektif konsumen dan retail modern tentang narasi simbiosis ko-eksistensi, muncul secara konsisten di seluruh lima lokasi penelitian, dengan tema modal sosial dan *Hifz Al-Mal* mendapat penguatan tambahan dari sumber otoritatif di luar kelompok pemilik warung (tokoh paguyuban). Konsistensi kemunculan tema lintas-lokasi dan lintas-kelompok informan inilah yang menjadi dasar penilaian bahwa kejenuhan data telah tercapai pada desain lima lokasi ini, meskipun demikian penelitian ini tetap terbuka terhadap kemungkinan munculnya nuansa baru apabila cakupan lokasi diperluas pada penelitian lanjutan.

Keabsahan data dalam penelitian ini dijaga mengikuti empat kriteria *trustworthiness* yang dikemukakan (Lincoln & Guba, 1985): kredibilitas (*credibility*), keteralihan (*transferability*), kebergantungan (*dependability*), dan kepastian (*confirmability*). Kredibilitas dijaga melalui triangulasi multi-sumber sebagaimana dijelaskan di atas, serta melalui member checking informal pada sejumlah informan untuk mengonfirmasi bahwa interpretasi peneliti sesuai dengan maksud yang mereka sampaikan. Keteralihan diupayakan melalui deskripsi konteks (*thick description*) yang memadai atas karakter masing-masing dari lima lokasi penelitian, sehingga pembaca dari konteks lain dapat menilai sendiri sejauh mana temuan penelitian ini relevan diterapkan pada konteks mereka. Kebergantungan dan kepastian dijaga melalui audit trail berupa kerangka kerja pengkodean (*codebook*) yang terdokumentasi secara sistematis, memuat penelusuran eksplisit dari kutipan data mentah hingga kategori dan tema akhir, sehingga proses analisis dapat ditelusuri dan diverifikasi ulang oleh pihak lain.

Penelitian ini memperhatikan sejumlah pertimbangan etis standar dalam penelitian kualitatif yang melibatkan subjek manusia. Seluruh informan diberi penjelasan mengenai tujuan penelitian dan memberikan persetujuan (*informed consent*) sebelum wawancara dilakukan, termasuk persetujuan atas perekaman audio. Identitas informan disamarkan melalui sistem pengkodean berpola [Kelompok][Nomor urut]-L[Nomor lokasi]: W untuk pemilik warung (misalnya W1-L1 untuk pemilik warung di lokasi 1/Kenjeran), K untuk konsumen (misalnya K2-L2 untuk konsumen di lokasi 2/Ampel), dan RM untuk karyawan/pengelola retail modern (misalnya RM3-L3 untuk informan retail modern di lokasi 3/Jl. Kusuma Bangsa); nomor lokasi mengikuti urutan L1 Kenjeran, L2 Ampel, L3 Jl. Kusuma Bangsa, L4 Gubeng, dan L5 Wonokromo. Karena tokoh paguyuban hanya satu orang dan perspektifnya melintasi seluruh lokasi, informan ini diberi kode tunggal TP1 tanpa penanda lokasi. Data observasi lapangan mengikuti pola kode yang sama: O untuk observasi, diikuti

nomor sesi waktu (1 = pagi, 2 = siang/sore, 3 = malam/dini hari) dan nomor lokasi (misalnya O3-L3 untuk sesi observasi malam/dini hari di lokasi 3/Jl. Kusuma Bangsa), konsisten dengan tiga rentang waktu observasi yang dijelaskan pada bagian Teknik Pengumpulan Data. Nama gerai retail modern yang disebutkan dalam wawancara turut disamarkan untuk menghindari asosiasi langsung dengan entitas bisnis tertentu. Peneliti juga berupaya menjaga posisi netral selama wawancara dengan pihak retail modern maupun warung Madura, mengingat kedua belah pihak berpotensi memiliki kepentingan yang saling bersinggungan dalam menyampaikan narasi mengenai relasi ko-eksistensi mereka.

Penelitian ini menyadari sejumlah keterbatasan metodologis yang perlu dinyatakan secara transparan. Pertama, sebagaimana disinggung pada bagian informan penelitian, transkrip wawancara pemilik warung Gubeng bersumber dari putaran pengumpulan data yang berbeda dari empat lokasi lainnya, sehingga disarankan verifikasi ulang terhadap keberadaan berkas sumber aslinya sebagai bagian dari audit trail sebelum data ini digunakan untuk keperluan publikasi akhir. Kedua, sebagai studi kualitatif yang mengedepankan kedalaman kontekstual, temuan penelitian ini bersifat generalisasi analitik (*analytic generalization*) dan bukan generalisasi statistik (*statistical generalization*), artinya, pola dan mekanisme yang ditemukan menjelaskan bagaimana dan mengapa suatu fenomena terjadi pada konteks yang diteliti, namun tidak secara otomatis dapat diproyeksikan sebagai representasi kuantitatif populasi warung Madura di Surabaya secara keseluruhan tanpa penelitian lanjutan yang bersifat kuantitatif atau mixed-methods.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Pola Lokasi: Dua Arah Co-location

Data menunjukkan dua arah co-location di lima lokasi penelitian. Di Kenjeran dan Ampel, pemilik warung menyatakan kesengajaan memilih lokasi berdekatan dengan minimarket.

"Sengaja mbak, jujur aja. Soalnya kalau deket situ kan orang jadi rame lewat sini juga." (W1-L1, Kenjeran)

Pola serupa ditemukan di Gubeng, dengan justifikasi spesifik terhadap karakter kawasan kampus.

"paman saya dulu bilang, kalau di kawasan kos-kosan gini justru bagus deket minimarket, soalnya area gini emang udah pasti banyak yang lewat/nongkrong." (W4-L4, Gubeng)

Sebaliknya, di Jl. Kusuma Bangsa dan Wonokromo, warung telah berdiri lebih dahulu sebelum minimarket dibangun di lokasi yang sama.

"Warung ini udah ada duluan sebelum minimarketnya dibangun. Jadi bukan kita yang milih deket minimarket, tapi minimarketnya yang buka deket warung kita." (W3-L3, Jl. Kusuma Bangsa)

"warung ini udah ada duluan jauh sebelum minimarketnya buka, mungkin baru 4-5 tahunan minimarket itu ada." (W5-L5, Wonokromo)

Kedua pola lokasi ini sama-sama berujung pada kondisi ko-eksistensi spasial jangka panjang antara warung dan retail modern, sebuah kondisi yang dalam kerangka Nanguloh dkk. (2019) didefinisikan sebagai cohabitation.

Mekanisme Ko-eksistensi Operasional

Diferensiasi Produk

Jenis produk andalan warung bervariasi menurut karakter kawasan. Di Kenjeran dan Ampel, rokok ketengan dan gas elpiji 3 kg menjadi produk utama. Di Gubeng, mie instan cup dan kopi sachet menjadi andalan, disertai layanan tambahan non-ritel.

"saya juga sedia jasa print/fotokopi kecil-kecilan, itu lumayan bantu juga soalnya dekat sini nggak ada tempat print lain." (W4-L4, Gubeng)

"Yang ke sini biasanya nyari yang serba kemasan, minuman dingin, atau produk-produk yang lebih 'kekinian'... Yang ke warung biasanya nyari yang lebih murah meriah atau bisa dimasakin, kayak mie rebus gitu, kita kan nggak bisa masakin apa-apa di sini." (RM4-L4, Gubeng)

Di Wonokromo, gorengan yang digoreng langsung di tempat menjadi produk unggulan.

"Iya itu andalan utama kita malah, dari pagi sampe siang biasanya abis terus, banyak yang beli buat sarapan, apalagi pedagang pasar sama sopir angkot yang lewat sini." (W5-L5, Wonokromo)

Jam Operasional

Warung di Kenjeran, Ampel, Gubeng, dan Wonokromo beroperasi 24 jam nonstop. Di Jl. Kusuma Bangsa, retail modern turut memperpanjang jam operasionalnya.

"Di sini kan jalan besar, rame terus sampai malam, jadi tokonya juga bukanya lebih panjang... jadi orang lebih fifty-fifty aja milihnya, tergantung kebutuhan." (RM3-L3, Jl. Kusuma Bangsa)

"keunggulan jam operasional warung nggak seketara di lokasi Kenjeran/Ampel. Ini temuan penting buat pembandingan antar lokasi." (Catatan Observasi, O3-L3, Jl. Kusuma Bangsa)

Di Gubeng, warung tercatat lebih ramai pada dini hari dibanding siang hari.

"di sini itu lebih rame malemnya dibanding siang... jam 12 malem ke atas malah rame yang keluar cari mie instan atau kopi." (W4-L4, Gubeng)

"kayaknya justru malem banget deh, di atas jam 12 gitu. Soalnya toko kita ini walaupun buka lama, tetep ada jam-jam agak kosong buat re-stock atau bersih-bersih, nah larinya ke warung itu kalau pas jam segitu." (RM4-L4, Gubeng)

Fleksibilitas Transaksi

Sistem utang/bon berbasis kepercayaan personal ditemukan di seluruh lokasi, dengan variasi metode pencatatan antar-generasi: pencatatan manual di buku pada pemilik warung generasi senior, dan pencatatan digital di ponsel pada pemilik warung generasi muda.

"saya catetnya bukan di buku, di HP aja, pake aplikasi catatan biasa. Soalnya lebih gampang nyarinya kalau ada yang lupa bayar." (W4-L4, Gubeng)

Modal Sosial dan Kelembagaan Jaringan Etnis Madura

Data wawancara dengan tokoh paguyuban (TP1) mengidentifikasi tiga fungsi kelembagaan. Pertama, fungsi permodalan, yaitu bantuan modal awal melalui skema patungan atau pinjaman tanpa bunga dari anggota yang telah mapan. Kedua, fungsi informasi, yaitu penyebaran informasi lokasi usaha strategis, termasuk mekanisme "sirkulasi usaha", di mana warung yang ingin dijual ditawarkan lebih dulu kepada sesama anggota paguyuban. Ketiga, fungsi distribusi, yaitu kerja sama pembelian barang (gas elpiji, rokok) secara kolektif untuk menekan biaya.

"kalau ada info tempat kosong yang strategis buat buka warung, biasanya cepet nyebar dari mulut ke mulut lewat jaringan paguyuban ini." (TP1, Tokoh Paguyuban)

Data juga mengidentifikasi mekanisme kontrol sosial informal atas kejujuran berdagang.

"kalau ada yang ketahuan curang, biasanya cepet nyebar kabarnya di antara sesama, bisa malu sendiri dia, jadi kayak ada semacam pengawasan alami gitu dari komunitas." (TP1, Tokoh Paguyuban)

Ketiga fungsi kelembagaan di atas (permodalan, informasi, distribusi) beririsan dengan komponen ekosistem kewirausahaan yang diidentifikasi (Ridho dkk., 2025) pada konteks UMKM di Medan, sementara pola keterlekatan pada jaringan sesama etnis konsisten dengan definisi socio-cultural embeddedness dari (Salehi, 2026).

Praktik Hifz Al-Mal

Kelima pemilik warung menyebut prinsip kejujuran harga/takaran dan larangan menaikkan harga saat pembeli dalam kondisi darurat.

"jangan pernah maenin harga ke pembeli yang keliatan susah, apalagi ke sopir angkot yang emang cari makan susah payah tiap hari." (W5-L5, Wonokromo)

"jangan pernah nipu takaran atau harga, apalagi ke anak kos yang kadang duitnya pas-pasan banget." (W4-L4, Gubeng)

Data juga mengidentifikasi praktik distribusi kekayaan berupa infak/sedekah rutin, kontribusi kegiatan RT/kampung, dan pemberian barang gratis kepada yang tidak mampu, di kelima lokasi.

"Namanya juga rejeki dari orang banyak, ya harus kembali lagi ke orang banyak juga, itu yang saya pegang." (W5-L5, Wonokromo)

"saya selalu bilang ke anggota, jangan sampai kita jadi dengki atau nyari cara licik buat ngalahin, mendingan fokus aja tingkatkan pelayanan dan kejujuran sendiri, InsyaAllah rejeki nggak akan ketuker sama orang lain." (TP1, Tokoh Paguyuban)

Dipetakan pada kategori *maqashid syariah* versi al-Syatibi sebagaimana dioperasionalkan (Yasin & Billah, 2024), praktik kejujuran harga atau takaran termasuk kategori *ḍarūriyyah* (kebutuhan primer/mendasar), sementara praktik infak dan distribusi kekayaan termasuk kategori *ḥājiyyah-taḥsīniyyah* (penyempurna kemaslahatan). Data

larangan eksploitasi harga ini juga sejalan dengan norma keadilan ('adl) dan larangan eksploitasi (shikar) yang didokumentasikan (Wisandani dkk., 2025) pada konteks perdagangan rempah di Jawa Barat.

Perspektif Konsumen dan Retail Modern

Konsumen di kelima lokasi menyatakan kesadaran akan selisih harga yang lebih tinggi di warung untuk sebagian produk.

"Kayak ada rasa 'utang budi' gitu jadinya, walaupun ya cuma soal utang duit receh, tapi kesannya beda aja, lebih personal." (K2-L2, Ampel)

Di Gubeng, konsumen menyebut layanan memasak pesanan (mie rebus) dan ketersediaan tempat duduk sebagai nilai tambah warung.

"di sini bisa mesen mie rebus langsung dimasakin, nggak cuma beli mentahan doang. Terus bisa duduk-duduk juga sambil nunggu, kalau di minimarket kan nggak ada tempat duduk buat nongkrong lama." (K4-L4, Gubeng)

Di Wonokromo, konsumen sopir angkot menyebut warung sebagai "base camp", temuan yang dikonfirmasi staf retail modern di lokasi yang sama.

"Ini kan udah kayak base camp kita para sopir mbak. Sambil nunggu penumpang, ngumpul sini, ngobrol-ngobrol sama sesama sopir, kadang tuker informasi soal jalan macet di mana atau razia di mana." (K5-L5, Wonokromo)

"Hampir semuanya ke warung mbak, jarang banget yang mampir sini... mereka butuhnya tempat buat nunggu penumpang sambil ngobrol, bukan cuma beli barang doang. Kalau di sini kan nggak ada tempat duduknya." (RM5-L5, Wonokromo)

Kelima informan retail modern (staf dan kepala toko) menyatakan tidak ada kebijakan perusahaan yang menysasar warung sebagai kompetitor.

"Warung itu levelnya beda, mereka main di ceruk yang emang kita nggak main di situ." (RM2-L2, Ampel)

"kasian juga kalau sampai ganggu usaha kecil masyarakat sekitar." (RM2-L2, Ampel)

"cukup buat semua pihak kayaknya rejekinya." (RM5-L5, Wonokromo)

Pembahasan

Pola Ko-eksistensi Spasial: Melampaui Dikotomi Displacement dan Cohabitation

Dua arah co-location yang teridentifikasi pada Bagian 3.1, warung yang secara sengaja mendekat di Kenjeran, Ampel, dan Gubeng, berhadapan dengan retail modern yang justru menempel belakangan di Jl. Kusuma Bangsa dan Wonokromo, mengindikasikan bahwa kedekatan spasial antara ritel informal dan retail modern bukan produk dari satu arah kalkulasi ekonomi semata. Kondisi ini lebih tepat dibaca sebagai pertemuan dua rasionalitas lokasi yang berjalan independen: pedagang warung yang secara aktif memanfaatkan keramaian yang ditimbulkan retail modern sebagai penarik lalu lintas, dan operator retail modern yang secara pasif memasuki kawasan yang kepadatan aktivitasnya sudah terbentuk oleh keberadaan warung sebelumnya. Kedua arah co-location tersebut sama-sama

bermuara pada ko-eksistensi jangka panjang yang stabil, bukan pada persaingan zero-sum sebagaimana diasumsikan paradigma displacement klasik.

Interpretasi ini sekaligus memperkuat dan mempertajam batas berlakunya literatur *cohabitation* ritel informal-modern. Model *cohabitation* yang dirumuskan (Nangulah dkk., 2019) di Windhoek menjelaskan ko-eksistensi melalui diferensiasi spasial dan segmentasi produk, namun tidak secara eksplisit membedakan arah inisiatif lokasi antaraktor, sebuah nuansa yang justru menjadi determinan penting pada temuan penelitian ini. Argumen ini konsisten dengan (Rajaguru dkk., 2024), yang menemukan bahwa pola patronase lintas ritel formal-informal di pasar berkembang lebih banyak ditentukan oleh kenyamanan relasional dan kepercayaan ketimbang semata faktor jarak. Anomali di Jl. Kusuma Bangsa, tempat keunggulan jam operasional warung menjadi tidak signifikan karena retail modern turut memperpanjang jam bukanya, sejalan dengan temuan (Sung dkk., 2022) bahwa pengaruh keramaian dan aglomerasi ritel terhadap penjualan sangat bergantung pada hierarki dan konteks klaster komersial setempat, bukan berlaku seragam lintas lokasi. Pembacaan kontekstual ini juga membantu mendamaikan dua kubu temuan yang tampak bertentangan dalam literatur retail dalam negeri: di satu sisi, (Abidin, 2024) di Samarinda Utara dan (Nisa dkk., 2021) menunjukkan bahwa kehadiran minimarket menekan omzet dan jam operasional warung tradisional; di sisi lain, penelitian ini justru mendokumentasikan pemilihan lokasi yang sengaja mendekat. Ketegangan ini terjelaskan bukan oleh inkonsistensi metodologis, melainkan oleh perbedaan karakter kawasan yang diteliti, sebuah variabel moderator yang secara sistematis luput dari model displacement linear (Reardon & Hopkins, 2006), namun justru menjadi inti argumen aglomerasi kontekstual (Sung dkk., 2022).

Implikasi konseptualnya, penelitian ini memperluas kerangka *cohabitation* dengan menambahkan dua elemen: pertama, konsep “arah ko-lokasi ganda” yang membedakan *cohabitation* hasil inisiatif aktif pelaku informal dari *cohabitation* hasil inisiatif pasif retail modern; kedua, konsep “kondisi batas operasional” (*operational boundary condition*) yang menjelaskan kapan keunggulan komparatif informal, dalam hal ini jam operasional, kehilangan daya bedanya. Kedua elemen ini menjawab RQ1 sekaligus mengisi celah konseptual pertama yang diidentifikasi pada pendahuluan, yaitu keterbatasan generalisasi mekanisme *cohabitation* dari konteks pangan segar informal Afrika ke konteks ritel kelontong 24 jam di Asia Tenggara.

1. Mekanisme Operasional: Diferensiasi, Waktu, dan Fleksibilitas Transaksi sebagai Strategi Adaptif Kontekstual

Variasi produk unggulan antarlokasi yang didokumentasikan pada hasil, gas elpiji dan rokok ketengan di kawasan permukiman Kenjeran dan Ampel, mie cup, kopi sachet, dan jasa print di kawasan kampus Gubeng, gorengan segar di kawasan pasar-terminal Wonokromo, bersama pola jam ramai yang berbeda dan sistem bon berbasis kepercayaan personal, menunjukkan bahwa strategi bertahan warung Madura bukan sekadar “menjual barang yang tidak dijual minimarket”. Pola ini lebih tepat dibaca sebagai responsivitas hiperlokal

terhadap ritme aktivitas dan kebutuhan riil komunitas sekitar: anak kos yang butuh makanan segera dimasak, sopir angkot yang butuh tempat duduk sambil menunggu penumpang, atau pedagang pasar yang butuh sarapan cepat sebelum jam sibuk.

Sejumlah studi mutakhir memberi kerangka untuk memaknai pola ini secara lebih analitis. (Rajaguru dkk., 2024) mengidentifikasi kenyamanan relasional, personalisasi layanan, dan akses kredit informal sebagai pendorong utama patronase ritel informal di ekonomi berkembang, ketiganya persis menjadi elemen yang ditemukan pada mekanisme diferensiasi warung Madura. Preseden metodologis (Sopha dkk., 2022) tentang strategi bertahan ritel tradisional pada masa krisis turut mengonfirmasi bahwa kepercayaan dan kedekatan relasional, bukan efisiensi harga, menjadi faktor ketahanan yang dominan. Fleksibilitas transaksi berbasis bon dapat dijelaskan melalui literatur modal sosial dan akses kredit: (Crowley & Barlow, 2022) menunjukkan bahwa konteks modal sosial individu berkorelasi kuat dengan keputusan berwirausaha lintas negara, sementara (Saifurrahman & Kassim, 2022) mendokumentasikan bahwa persyaratan agunan formal justru menjadi hambatan inklusi keuangan utama bagi UMKM di lembaga perbankan syariah Indonesia. Kombinasi kedua temuan ini menjelaskan mengapa sistem bon informal warung Madura, yang mengganti agunan fisik dengan modal sosial dan reputasi personal, dapat berfungsi efektif tanpa infrastruktur kelembagaan formal. Pembacaan ini juga menjelaskan mengapa studi berbasis omzet kuantitatif seperti (Abidin, 2024) dan (Nisa dkk., 2021) cenderung menyimpulkan pelemahan warung tradisional: keduanya mengukur dampak pada level transaksi harga, sementara dimensi relasional dan layanan yang menjadi inti diferensiasi warung Madura, sebagaimana juga disinggung dalam kerangka segmentasi produk (Nangulah dkk., 2019), tidak tertangkap oleh desain survei semacam itu.

Interpretasi mekanisme adaptif ini juga membantu menjelaskan temuan pada Bagian hasil bahwa konsumen di kelima lokasi tetap memilih warung meskipun menyadari harga sejumlah produknya lebih mahal dibanding retail modern, sebagaimana diungkapkan konsumen di Ampel yang menggambarkan relasi transaksi warung sebagai "utang budi". Price premium yang disadari sepenuhnya oleh konsumen namun tidak menggerakkan mereka berpindah ke retail modern menunjukkan bahwa nilai non-harga, kedekatan relasional, fleksibilitas layanan seperti mie rebus siap saji di Gubeng, dan fungsi sosial warung sebagai "base camp" sopir angkot di Wonokromo, cukup kuat untuk mengalahkan disadvantage harga tersebut. Pembacaan ini selaras dengan (Rajaguru dkk., 2024), yang menekankan bahwa patronase ritel informal di ekonomi berkembang lebih banyak digerakkan oleh kenyamanan relasional dan kepercayaan ketimbang harga semata; temuan price premium ini memberi bukti langsung dari sisi konsumen atas mekanisme yang sama, melengkapi bukti dari sisi pedagang yang telah dibahas sebelumnya dalam subbagian ini.

Secara implikatif, temuan ini menjawab RQ2 dengan menunjukkan bahwa mekanisme ko-eksistensi operasional warung Madura bersifat kontekstual-adaptif, bukan sekadar komplementaritas produk generik. Fleksibilitas transaksi berbasis kepercayaan berfungsi sebagai instrumen jaminan sosial (*social collateral*) yang secara fungsional menggantikan

mekanisme agunan formal yang menurut (Saifurrahman & Kassim, 2022) justru menjadi penghambat struktural akses keuangan UMKM arus utama, sebuah kontribusi yang memperkaya literatur akses kredit informal dengan bukti etnografis dari sektor ritel kelontong harian.

2. Modal Sosial dan Kelembagaan Etnis Madura sebagai Infrastruktur Semi-Formal

Tiga fungsi kelembagaan paguyuban yang diidentifikasi pada Bagian hasil, permodalan melalui skema patungan dan pinjaman tanpa bunga, informasi melalui sirkulasi peluang usaha antaranggota, dan distribusi melalui pembelian kolektif, bersama mekanisme kontrol sosial atas kejujuran berdagang, menunjukkan bahwa paguyuban Madura di Surabaya berfungsi sebagai infrastruktur kelembagaan semi-formal yang secara efektif menggantikan peran lembaga formal yang secara struktural sulit diakses pelaku usaha informal.

Temuan ini memperoleh dukungan kuat dari rumpun literatur terbaru tentang jaringan dagang etnis Madura di berbagai kota Indonesia. (Hidayat dkk., 2024b) dalam studi warung Madura di Jakarta menyimpulkan bahwa modal sosial berbasis nilai etnis dan keagamaan Madura, disertai norma dan jaringan kepercayaan antaranggota, menjadi kekuatan pendorong utama keberhasilan pedagang migran tersebut; temuan yang sama juga dikuatkan pada studi lanjutan mereka tentang mobilitas sosial pedagang Madura di Jakarta (Hidayat dkk., 2024a). Pola serupa terdokumentasi lintas kota lain: (Widiyastuti & Ningtyassari, 2023) di Yogyakarta, (Irhamisyah & Fahrurrozi, 2024) dalam kajian dampak sosial-ekonomi warung Madura terhadap komunitas lokal, serta dua studi terbaru yang secara spesifik mengambil konteks Surabaya, (Azis, Dwiputri, dkk., 2025) tentang peran etnisitas Madura dalam keberlanjutan bisnis toko kelontong, dan (Azis, Merlinda, dkk., 2025) tentang strategi kompetitif toko kelontong di Surabaya, secara konsisten menempatkan jaringan etnis dan kelembagaan komunitas sebagai faktor resiliensi utama. Konvergensi temuan lintas lima kota ini (Jakarta, Yogyakarta, Surabaya, serta konteks migran Madura lain yang didokumentasikan (Wafiruddaroin & Rezeky, 2022) di Pamulang) memberi bentuk triangulasi lintas-literatur yang memperkuat keabsahan eksternal temuan penelitian ini, sekalipun (Wafiruddaroin & Rezeky, 2022) mencatat nuansa berbeda: jaringan antarpedagang di lokasi mereka relatif sempit akibat keterbatasan waktu interaksi, meski norma kejujuran dan etos kerja keras tetap menjadi fondasi bersama. Perbedaan ini kemungkinan besar bersumber dari perbedaan desain pengumpulan data, wawancara melalui media sosial pada studi tersebut, dibanding wawancara tatap muka mendalam dengan tokoh paguyuban otoritatif pada penelitian ini, dan membuka agenda perbandingan metodologis lanjutan. Dari perspektif teori kewirausahaan etnis, pola keterlekatan sosio-kultural (*socio-cultural embeddedness*) yang dirumuskan (Salehi, 2026) memperoleh dukungan empiris yang lebih konkret melalui temuan tiga fungsi kelembagaan eksplisit ini, sementara keterkaitannya dengan kualitas ekosistem kewirausahaan yang ditekankan (Ridho dkk., 2025) pada konteks UMKM Medan menunjukkan bahwa pola serupa juga berlaku lintas sektor UMKM di luar ritel kelontong etnis.

Implikasinya bagi RQ3, paguyuban Madura beroperasi sebagai institutional substitute yang mengisi kekosongan yang ditinggalkan lembaga keuangan dan asosiasi dagang formal, sebuah interpretasi yang konsisten dengan temuan (Saifurrahman & Kassim, 2022) tentang hambatan agunan formal bagi UMKM. Kontribusi penelitian ini terletak pada penyediaan bukti langsung dari sumber otoritatif (tokoh paguyuban) tentang mekanisme kerja institusi informal tersebut secara eksplisit, alih-alih hanya menyimpulkannya secara tidak langsung dari perspektif pedagang individual sebagaimana lazim pada studi-studi *cohabitation* terdahulu.

3. *Hifz Al-Mal* sebagai Etika Bisnis Hidup: dari Normativitas Tekstual menuju Praktik Empirik

Praktik kejujuran harga dan takaran serta larangan menaikkan harga saat pembeli dalam kondisi darurat, sebagaimana didokumentasikan pada Bagian hasil, dikuatkan oleh praktik infak, kontribusi sosial, dan pemberian barang kepada yang tidak mampu, serta penegasan normatif eksplisit dari tokoh paguyuban tentang keterkaitan rezeki dengan larangan dengki dalam persaingan. Kombinasi ini menunjukkan bahwa *Hifz Al-Mal* beroperasi sebagai etika bisnis hidup yang dijalankan secara implisit lintas generasi, tanpa pelabelan eksplisit sebagai “ekonomi syariah” oleh pelakunya sendiri.

Pemetaan praktik kejujuran harga ke kategori *ḍarūriyyah* dan praktik distribusi kekayaan ke kategori *ḥājīyyah–taḥsīniyyah*, mengikuti operasionalisasi *maqashid syariah* versi al-Syatibi yang dirumuskan (Yasin & Billah, 2024), menempatkan temuan ini pada posisi yang jarang dijumpai dalam literatur *maqashid syariah* kontemporer. Tinjauan konseptual (Pertiwi & Herianingrum, 2024) atas berbagai pemikiran tokoh Islam tentang *maqashid syariah* menegaskan bahwa mayoritas kajian di bidang ini masih bersifat normatif-tekstual, sementara instrumentasi empiris *Hifz Al-Mal* dalam literatur yang tersedia, seperti distribusi zakat, infak, dan sedekah pada tingkat mustahik yang dikaji (Jaenudin & Herianingrum, 2022), atau zakat sebagai instrumen fiskal makroekonomi yang dianalisis (Mustamin dkk., 2025), beroperasi pada level kelembagaan formal (lembaga amil zakat, bank syariah) dan level makro, bukan pada level mikro-interpersonal seperti yang ditemukan pada praktik dagang warung Madura sehari-hari. Kesenjangan yang sama tampak pada domain hambatan agunan formal yang dibahas (Saifurrahman & Kassim, 2022): keduanya menunjukkan bahwa instrumen keuangan Islam formal justru rentan mereplikasi hambatan struktural yang sama dengan perbankan konvensional, sehingga keadilan distributif yang menjadi ruh *Hifz Al-Mal* justru lebih mudah ditemukan pada praktik informal seperti bon tanpa bunga dan infak spontan warung Madura ketimbang pada sebagian instrumen formal itu sendiri. Larangan eksploitasi kondisi darurat pembeli yang ditemukan pada penelitian ini juga selaras dengan norma keadilan (*‘adl*) dan larangan eksploitasi (*shikar*) yang didokumentasikan (Wisandani dkk., 2025) pada konteks perdagangan rempah pedesaan Jawa Barat, kesejajaran lintas sektor yang mengindikasikan bahwa norma etis ini bukan fenomena spesifik warung Madura, melainkan pola etika dagang rakyat yang lebih luas dalam masyarakat Muslim Indonesia.

Implikasi konseptual dari sintesis ini menjawab RQ4 sekaligus mengisi celah penelitian ketiga yang diidentifikasi pada pendahuluan: penelitian ini menggeser *Hifz Al-Mal* dari sekadar konstruksi normatif atau instrumen kelembagaan formal menjadi etika hidup (*lived ethic*) yang termanifestasi dalam penanda mikro yang konkret, harga jujur, larangan eksploitasi darurat, dan infak spontan, pada praktik dagang rakyat yang tidak melabeli dirinya sebagai ekonomi syariah. Dengan demikian, penelitian ini menjembatani dua tradisi keilmuan yang selama ini jarang berdialog: kajian fikih muamalah normatif dan studi empiris kewirausahaan ritel, sebagaimana diklaim sebagai unsur kebaruan penelitian ini pada pendahuluan.

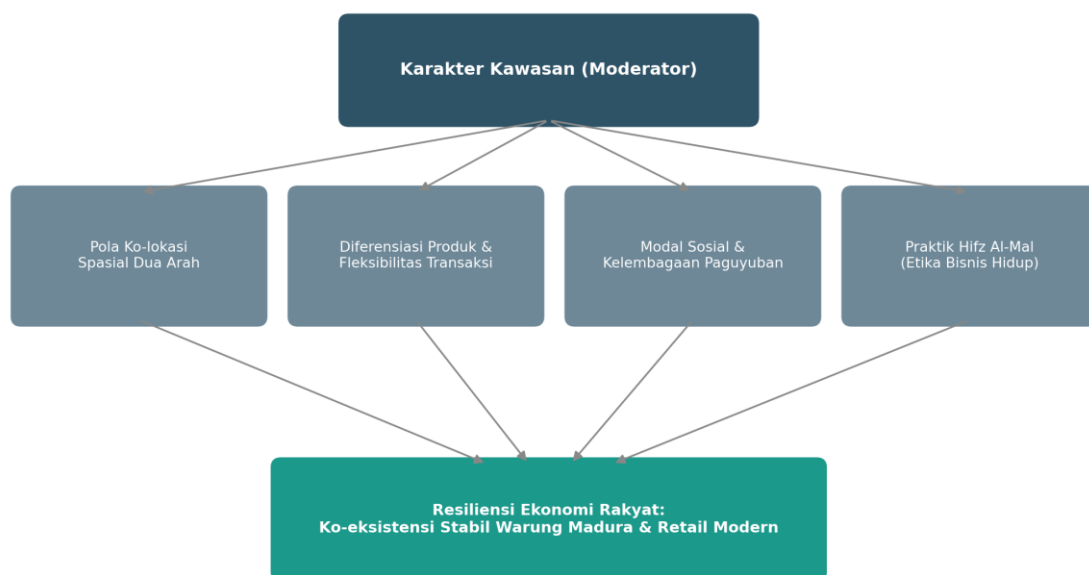
4. Implikasi Teoretis, Metodologis, dan Kebijakan

Secara keseluruhan, sintesis dari empat subbagian di atas menegaskan satu benang merah: resiliensi ekonomi rakyat warung Madura di tengah ekspansi retail modern tidak dapat dijelaskan secara tunggal oleh faktor spasial, produk, kelembagaan, atau etis semata, melainkan oleh interaksi keempatnya yang dimoderasi oleh karakter kawasan setempat. Karakter kawasan menentukan arah *co-location*, bentuk konkret diferensiasi dan fleksibilitas transaksi sementara modal sosial paguyuban dan etika *Hifz Al-Mal* bekerja sebagai mekanisme lintas-lokasi yang relatif konsisten karena bersumber dari identitas etnis dan keagamaan yang sama, bukan dari kondisi geografis setempat. Secara metodologis, kemampuan pendekatan studi kasus multi-situs dengan triangulasi multi-sumber dalam menangkap nuansa relasional dan etis yang luput dari desain survei omzet seperti (Abidin, 2024) dan (Nisa dkk., 2021) menunjukkan bahwa penelitian lanjutan tentang *cohabitation* ritel sebaiknya menggabungkan kedalaman kualitatif dengan pengujian sistematis atas kondisi batas (*boundary condition*) sebagaimana mulai dilakukan penelitian ini melalui temuan anomali Jl. Kusuma Bangsa. Secara kebijakan, mengingat peran substitutif paguyuban terhadap fungsi kelembagaan formal, program pemberdayaan UMKM idealnya tidak hanya menyasar pedagang secara individual, melainkan turut menjalin kemitraan dengan kelembagaan etnis informal semacam paguyuban, sebuah rekomendasi yang selaras dengan simpulan (Ridho dkk., 2025) bahwa kualitas ekosistem kewirausahaan, bukan sekadar ketersediaan infrastruktur fisik, menjadi penentu utama pertumbuhan UMKM berkelanjutan.

Temuan-temuan tersebut sekaligus mengonfirmasi dan memperluas sejumlah aliran literatur yang selama ini berkembang secara terpisah. Terhadap literatur *cohabitation ritel* (Nangulah dkk., 2019); (Rajaguru dkk., 2024); (Sung dkk., 2022), penelitian ini mengonfirmasi bahwa ritel informal dan modern dapat hidup berdampingan secara stabil, namun memperluasnya dengan konsep “arah ko-lokasi ganda” dan “kondisi batas operasional” yang belum banyak dibahas eksplisit dalam literatur terdahulu. Terhadap literatur kewirausahaan etnis dan modal sosial (Salehi, 2026); (Crowley & Barlow, 2022); (Hidayat dkk., 2024b, 2024a); (Azis, Dwiputri, dkk., 2025), penelitian ini mengonfirmasi peran sentral keterlekatan sosio-kultural dan sekaligus memberikan kontribusi baru berupa bukti langsung dari sumber otoritatif komunitas mengenai cara kerja kelembagaan tersebut

secara eksplisit, sesuatu yang jarang diperoleh studi-studi *cohabitation* sebelumnya yang umumnya hanya mengandalkan perspektif pedagang individual. Kontribusi paling orisinal penelitian ini, sebagaimana diklaim sebagai unsur kebaruan pada pendahuluan, terletak pada perpaduan kerangka *cohabitation ritel* dengan *maqashid syariah*, dua tradisi keilmuan yang selama ini jarang disandingkan (Pertiwi & Herianingrum, 2024); (Yasin & Billah, 2024), sehingga *Hifz Al-Mal* bergeser dari sekadar konstruksi normatif atau instrumen kelembagaan formal (zakat, perbankan syariah) menjadi etika hidup (*lived ethic*) yang termanifestasi pada praktik dagang rakyat sehari-hari. Novelty ini diperkuat oleh desain studi kasus multi-situs lintas lima karakter kawasan sosio-ekonomi dan triangulasi multi-sumber (pemilik usaha, konsumen, kompetitor retail modern, tokoh komunitas) yang relatif jarang digunakan secara simultan dalam literatur *cohabitation* maupun ekonomi Islam terapan di Indonesia.

Model Ko-eksistensi Warung Madura dan Retail Modern



Gambar 1. Model konseptual ko-eksistensi warung Madura dan retail modern: karakter kawasan sebagai moderator empat mekanisme (pola ko-lokasi, diferensiasi produk dan transaksi, modal sosial paguyuban, dan praktik *Hifz Al-Mal*) yang bermuara pada resiliensi ekonomi rakyat.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa ko-eksistensi warung Madura dan retail modern di lima kawasan berkarakter berbeda di Surabaya dibentuk oleh empat mekanisme yang saling terkait: pola ko-lokasi spasial dua arah yang dimoderasi karakter kawasan, diferensiasi produk dan fleksibilitas transaksi yang responsif terhadap kebutuhan hiperlokal, modal sosial jaringan etnis Madura yang terlembagakan melalui paguyuban sebagai infrastruktur semi-formal, serta nilai-nilai *Hifz Al-Mal* yang dipraktikkan secara implisit lintas generasi dan dikuatkan secara normatif oleh tokoh komunitas. Temuan ini secara langsung menjawab

tiga celah penelitian yang diidentifikasi pada pendahuluan. Pertama, kesenjangan konseptual mengenai keterbatasan generalisasi model cohabitation dari konteks pangan segar informal Afrika ke konteks ritel kelontong etnis-religius di Asia Tenggara terisi melalui temuan pola ko-lokasi dua arah dan kondisi batas operasional pada kasus Jl. Kusuma Bangsa, yang menunjukkan bahwa mekanisme cohabitation bersifat kontekstual, bukan universal. Kedua, kebutuhan empiris untuk mendokumentasikan fungsi modal sosial dan kelembagaan etnis sebagai infrastruktur ekonomi informal, yang sebelumnya banyak disinggung secara anekdotal, kini terisi melalui pemetaan eksplisit tiga fungsi kelembagaan paguyuban (permodalan, informasi, distribusi) beserta mekanisme kontrol sosialnya, bersumber langsung dari tokoh otoritatif dan terkonfirmasi silang oleh konsumen serta staf retail modern di seluruh lima lokasi. Ketiga, keterbatasan implementasi *Hifz Al-Mal* sebagai kerangka analisis empirik, yang selama ini didominasi kajian normatif-tekstual, terisi melalui dokumentasi penanda mikro yang konkret: kejujuran harga/takaran, larangan eksploitasi kondisi darurat pembeli, dan distribusi kekayaan melalui infak, yang seluruhnya dijalankan tanpa pelabelan eksplisit sebagai “ekonomi syariah” oleh pelakunya sendiri.

Kontribusi penelitian ini dapat dimaknai pada dua level implikasi yang konkret. Pada level pedagogis, temuan tentang praktik *Hifz Al-Mal* yang implisit pada warung Madura dapat dijadikan bahan ajar studi kasus hidup pada mata kuliah Fiqh Muamalah, Ekonomi Islam, atau Etika Bisnis di perguruan tinggi, misalnya dengan menggunakan kutipan wawancara W5-L5 dan TP1 tentang larangan eksploitasi kondisi darurat pembeli dan distribusi rezeki sebagai materi diskusi kasus untuk mengajarkan operasionalisasi *maqashid syariah* secara empirik, bukan semata hafalan konsep normatif. Program pelatihan kewirausahaan berbasis pesantren, sekolah vokasi, maupun inkubator UMKM juga dapat mengadopsi modul modal sosial dan etika dagang berbasis kearifan lokal sebagai bagian kurikulum kewirausahaan, melengkapi modul teknis pembukuan dan pemasaran yang selama ini mendominasi pelatihan UMKM konvensional; desain studi kasus multi-situs dengan triangulasi multi-sumber yang digunakan penelitian ini juga dapat direplikasi mahasiswa pascasarjana untuk meneliti sektor informal etnis lain di Indonesia. Pada level kebijakan, mengingat peran substitutif paguyuban terhadap fungsi lembaga formal, dinas koperasi dan UMKM serta lembaga pembiayaan mikro syariah sebaiknya menjalin kemitraan resmi dengan kelembagaan etnis informal seperti paguyuban sebagai kanal penyaluran informasi, pendampingan, dan bahkan skema credit scoring alternatif berbasis rekam jejak kepercayaan sosial, bukan agunan fisik semata, bagi pedagang yang selama ini tidak terjangkau perbankan formal. Regulasi zonasi retail modern (misalnya ketentuan jarak minimum minimarket terhadap warung tradisional pada peraturan daerah) idealnya mempertimbangkan karakter kawasan sebagai variabel penentu, bukan sekadar jarak spasial, sebagaimana ditunjukkan anomali Jl. Kusuma Bangsa dalam penelitian ini. Terakhir, lembaga amal zakat dan otoritas ekonomi syariah dapat mendokumentasikan serta memberi pengakuan formal terhadap praktik infak dan distribusi kekayaan informal yang telah berjalan otentik di warung-warung seperti ini, alih-alih hanya memusatkan perhatian pada

instrumen zakat institusional formal yang jangkauannya masih terbatas pada pelaku ekonomi rakyat berskala mikro.

Penelitian ini menyadari sejumlah keterbatasan metodologis yang perlu dinyatakan secara transparan. Pertama, sebagaimana disinggung pada bagian informan penelitian, transkrip bernomor urut D.4 dalam berkas kompilasi data mentah (setara dengan kode anonim W4-L4, pemilik warung Gubeng, yang dipakai dalam pelaporan) tidak turut tersalin dalam putaran kompilasi data final; versi yang digunakan dalam analisis ini bersumber dari putaran kompilasi sebelumnya. Meskipun kontennya konsisten dan dikonfirmasi-silang oleh K4-L4 dan RM4-L4, disarankan verifikasi ulang keberadaan dokumen sumber aslinya sebelum submission final. Kedua, temuan penelitian ini bersifat kualitatif-kontekstual (*analytic generalization*), sehingga diperlukan studi lanjutan berskala lebih besar untuk menguji generalisasi statistik atas pola-pola yang ditemukan. Ketiga, penelitian lanjutan dapat mempertimbangkan elemen kuantitatif, seperti data omzet komparatif dan survei preferensi konsumen berskala lebih besar, untuk melengkapi klaim kualitatif tentang dampak *co-location* terhadap kinerja usaha. Keempat, konsep *fastabiqul khairat* yang muncul implisit dari penuturan tokoh paguyuban dapat dieksplorasi lebih lanjut sebagai kerangka tambahan di luar *Hifz Al-Mal* pada penelitian lanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z. (2024). Implikasi keberadaan minimarket terhadap pedagang tradisional di Kecamatan Samarinda Utara, Kalimantan Timur. *Konstruksi Sosial: Jurnal Penelitian Ilmu Sosial*, 1(3), 103–110. <https://doi.org/10.56393/konstruksisocial.v1i3.1310>
- Auda, J. (2008). *Maqasid al-Shari'ah as philosophy of Islamic law: A systems approach*. The International Institute of Islamic Thought.
- Azis, A., Dwiputri, I. N., Rahmawati, F., & Sumarsono, H. (2025). How do business grocery store create sustainability business: The roles of Madurese ethnic. *Journal of Business and Management Review*, 6(9), 1137–1153. <https://doi.org/10.47153/jbmr.v6i9.1816>
- Azis, A., Merlinda, S., Dwiputri, I. N., & Wahyuningsih, R. D. (2025). How do grocery stores create industrial economics in Surabaya: The role of competitive strategy. *Buletin Ekonomi dan Perbankan*, 6(1), 62–70. <https://doi.org/10.21107/bep.v6i1.29440>
- Badan Pusat Statistik. (2025). *Berita resmi statistik: Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) sebesar 4,85 persen*. <https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2025/11/05/2479/>
- Bisnis.com. (2025). *BPS: Pekerja informal masih dominan, proporsi buruh & pegawai turun*. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20251105/9/1926336/bps-pekerja-informal-masih-dominan-proporsi-buruh-pegawai-turun>
- CNBC Indonesia. (2025). *Pekerja formal naik, tapi pekerja informal masih mendominasi di RI*. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20251105121936-4-682481/pekerja-formal-naik-tapi-pekerja-informal-masih-mendominasi-di-ri>
- CNBC Indonesia. (2026). *Diultimatum 2 menteri, gurita Alfamart-Indomaret tembus 44.366 gerai*. <https://www.cnbcindonesia.com/research/20260227135842-128-714558/>

- Crowley, F., & Barlow, P. (2022). Entrepreneurship and social capital: A multi-level analysis. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 28(9), 492–519. <https://doi.org/10.1108/IJEER-10-2021-0868>
- Guest, G., Bunce, A., & Johnson, L. (2006). How many interviews are enough? An experiment with data saturation and variability. *Field Methods*, 18(1), 59–82.
- Hidayat, M. A., Dzulkarnain, I., Ruwaida, I., & Kristina, A. (2024a). Bargaining for the good fate: An ethnography of the social mobility of Madurese migrant traders in Jakarta. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 4(2), 1730–1744. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i2.9630>
- Hidayat, M. A., Dzulkarnain, I., Ruwaida, I., & Kristina, A. (2024b). Migrant traders, social capital, and the politics of local wisdom: A descriptive study of Warung Madura networks in Jakarta, Indonesia. *International Journal of Population Studies*, 10(4), 63–76. <https://doi.org/10.36922/ijps.2637>
- International Labour Organization. (2025). *World Employment and Social Outlook: Trends 2025*. <https://www.ilo.org>
- Irhamisyah, A. A. & Fahrurrozi. (2024). The market potential of Madura stalls and the socio-economic impact on local communities: A community-based Islamic business study. *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 4(2), 283–293. <https://doi.org/10.21154/niqosiya.v4i2.4083>
- Jaenudin, M., & Herianingrum, S. (2022). Zakat, infaq, sadaqah on mustahik income to realize no poverty in Indonesian zakat institution. *Jurnal Ekonomi & Bisnis Islam*, 8(1), 1–14.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2019). *Data UMKM (dikutip dalam Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian RI)*. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5318/>
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. Sage.
- Mustamin, S. W., Abdillah, A. S., Mansyur, F., Ridwan, M., Amri, U., & Fitrayani, F. (2025). The role of zakat in Islamic macroeconomics: A fiscal instrument for stability during global economic crises. *Journal of Islamic Economics Lariba*, 11(1), 253–274. <https://doi.org/10.20885/jielariba.vol11.iss1.art10>
- Nangulah, S., Frayne, B., McCordic, C., & Kroll, F. (2019). The informal food sector and cohabitation with supermarkets in Windhoek, Namibia. *Urban Forum*, 30(4), 425–442.
- Nisa, L. S., Fitriyanti, S., & Siska, D. (2021). Pengaruh minimarket waralaba terhadap warung (effect of modern retails towards warung) di Sumatera Selatan. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Kebijakan Publik*, 16(2), 181–195. <https://doi.org/10.47441/jkp.v16i2.191>
- Palys, T. (2008). Purposive sampling. Dalam L. M. Given (Ed.), *The SAGE encyclopedia of qualitative research methods* (hlm. 697–698). SAGE Publications.
- Pertiwi, T. D., & Herianingrum, S. (2024). Menggali konsep maqashid syariah: Perspektif pemikiran tokoh Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1), 807–819. <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i1.12386>
- Rajaguru, R., Matanda, M., & Siaw, C. A. (2024). Drivers of formal and informal retail patronage in emerging markets. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 52(5), 509–531. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-04-2023-0205>

- Reardon, T., & Hopkins, R. (2006). The supermarket revolution in developing countries: Policies to address emerging tensions among supermarkets, suppliers and traditional retailers. *European Journal of Development Research*, 18(4), 522–545.
- Ridho, M., Harahap, I., & Nurbaiti. (2025). Impact of infrastructure and entrepreneurial ecosystems on MSME growth in Medan: An Islamic economics perspective. *Al-Muamalat*, 12(2), 285–300. <https://doi.org/10.15575/am.v12i2.49667>
- Saifurrahman, A., & Kassim, S. (2022). Collateral imposition and financial inclusion: A case study among Islamic banks and MSMEs in Indonesia. *Islamic Economic Studies*, 30(1), 42–63. <https://doi.org/10.1108/IES-04-2022-0023>
- Salehi, A. (2026). Understanding the nature of ethnic entrepreneurship: A systematic literature review. *Journal of Ethnic and Cultural Studies*, 13(1), 276–308.
- Sopha, B. M., Arvianto, A., & Tjahjono, B. (2022). Survival strategies of traditional retailers during the COVID-19 pandemic: Some insights from a developing country. *Journal of Industrial Engineering and Management*, 15(2), 185–201.
- Sung, H., Choi, K., Lee, S., & Kim, S. (2022). Effects of commercial environments and agglomeration on retail sales in cluster hierarchies: Evidence from Seoul, Republic of Korea. *Journal of Urban Planning and Development*, 148(4). [https://doi.org/10.1061/\(ASCE\)UP.1943-5444.0000866](https://doi.org/10.1061/(ASCE)UP.1943-5444.0000866)
- Wafiruddaroin, M., & Rezeky, S. M. (2022). Socio-cultural dynamics of the Madura grocery merchant community in Pamulang District South Tangerang City. *Jurnal Pemikiran dan Riset Sosiologi*, 3(2), 119–130. <https://doi.org/10.47776/MJPRS.003.02.05>
- Widiyastuti, A., & Ningtyassari, S. A. V. (2023). Kupas tuntas strategi toko kelontong Madura untuk menghadapi persaingan bisnis di Yogyakarta. *Aktiva: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 4(1), 9–16. <https://doi.org/10.56393/aktiva.v3i4.1800>
- Wisandani, I., Joni, Nasrulloh, A. A., Mubarak, A. Z. S., Sukmawati, H., & Nurhidayat, M. (2025). Monopolistic pricing and market ethics in rural Indonesia: An Islamic economic analysis of the spice trade. *International Journal of Accounting and Economics Studies*, 12(3), 269–274. <https://doi.org/10.14419/r5wv3s31>
- Yasin, A., & Billah, A. (2024). Blockchain-based digital transaction security system: Perspective of Imam al-Shāṭibī's maqāṣid al-sharī'ah concept. *Al-Muamalat*, 11(2), 176–198. <https://doi.org/10.15575/am.v11i2.34379>
- Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods* (6th ed.). SAGE Publications.