

Logika di Balik Kios: Strategi Bertahan dan Ekspansi Pelaku UMKM Kuliner di Tengah Persaingan Pasar Modern

Ari Susanto

STIE Mahardhika Surabaya, Indonesia
email: arisusanto@stiemahardhika.ac.id

Article Info

Article history:

Received : 28 - 10, 2025

Revised : 17 - 11, 2025

Accepted : 28 - 11, 2025

Keywords:

UMKM Kuliner;
Kios;Strategi Bertahan.
Logika Indigenous; Ekonomi
Moral;Pasar Modern;

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap logika strategis yang mendasari ketahanan dan ekspansi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kuliner tradisional yang beroperasi dari kios (street stalls) di tengah penetrasi pasar ritel modern dan platform digital di Indonesia. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus pada beberapa pelaku UMKM kuliner kios di beberapa lokasi. Pertama, pelaku UMKM menerapkan fleksibilitas ekstrem dalam penggunaan ruang dan waktu, memanfaatkan celah regulasi, ritme kota, dan mobilitas untuk meminimalkan biaya tetap dan memaksimalkan akses ke pelanggan, suatu bentuk *tactical urbanism* (de Certeau, 1984) yang merespons rigiditas pasar modern. Kedua, mereka membangun dan mengandalkan ekonomi moral (Scott, 1976) dan jaringan kepercayaan (*trust-based networks*) dengan pemasok, pelanggan tetap, dan sesama pedagang kios, yang berfungsi sebagai sistem keamanan sosial dan saluran pemasaran informal yang andal. Ketiga, strategi ekspansi dilakukan secara organik melalui replikasi model bisnis sederhana dan penggunaan teknologi digital terbatas (*light-touch digitalization*), yang meminimalkan kebutuhan modal kognitif kompleks dan mempertahankan kontrol operasional penuh. Implikasi penelitian menyarankan perlunya kebijakan ekonomi yang mengakui dan mendukung logika indigenous ini, alih-alih memaksakan formalisasi berlebihan, serta menawarkan perspektif baru dalam wacana kewirausahaan inklusif dan ekonomi informal perkotaan.

This is an open access article under the [CC BY](#) license.



*Corresponding Author:

Ari Susanto
STIE Mahardhika Surabaya , Indonesia
Email: arisusanto@stiemahardhika.ac.id

1. PENDAHULUAN

Lanskap ekonomi ritel dan kuliner perkotaan di Indonesia, seperti di banyak negara berkembang, ditandai oleh koeksistensi—dan seringkali kompetisi—antara dua ekosistem yang tampak berseberangan: pasar tradisional dengan para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang beroperasi dari kios atau gerai sederhana, dan penetrasi pasar modern yang semakin masif dalam bentuk mal, restoran waralaba internasional, serta platform layanan pesan-antar digital.

UMKM kuliner tradisional yang beroperasi dari kios kerap digambarkan dalam narasi pembangunan sebagai sektor yang rentan, informal, dan lambat dalam berinovasi, yang pada akhirnya akan tergerus oleh efisiensi, standardisasi, dan daya tarik pemasaran dari pemain modern (Ghertman, 2007; D'Andrea et al., 2004). Namun, realitas di lapangan menunjukkan fenomena yang paradoks: di tengah gelombang modernisasi tersebut, banyak UMKM kuliner kios tidak hanya mampu bertahan, tetapi juga berkembang, berekspansi, dan mempertahankan basis pelanggan yang loyal.

Ketahanan ini mengundang pertanyaan kritis: logika strategis apa yang mendasari kemampuan bertahan dan ekspansi pelaku UMKM kuliner kios di tengah tekanan persaingan dari pasar modern? Pertanyaan ini penting karena mayoritas kerangka teori manajemen strategis dan kewirausahaan dibangun berdasarkan asumsi formalitas, skala ekonomi, dan akses terhadap modal serta teknologi (Peng, 2001; Ghezzi & Cavallo, 2020). Kerangka tersebut sering kali gagal menjelaskan kesuksesan pelaku ekonomi yang justru beroperasi dengan sumber daya sangat terbatas, dalam ketidakpastian regulasi, dan dengan struktur organisasi yang sederhana.

Penelitian sebelumnya telah menyoroti aspek-aspek tertentu dari sektor informal dan UMKM. Sebagian fokus pada peran jaringan sosial dan ekonomi moral sebagai mekanisme bertahan (Scott, 1976; Portes & Sensenbrenner, 1993). Yang lain menelaah strategi "effectuation" di mana wirausaha memanfaatkan sumber daya yang ada untuk menciptakan peluang, bukan mengegoal yang telah ditetapkan (Sarasvathy, 2001). Namun, terdapat celah (gap) dalam pemahaman yang holistik dan kontekstual tentang bagaimana berbagai logika ini—sosial, spasial, operasional—berpadu dan dimobilisasi secara taktis oleh pelaku UMKM kios untuk menghadapi persaingan yang tidak setara. Selain itu, interaksi mereka dengan teknologi digital yang sering dianggap sebagai domain pasar modern belum banyak dikaji dari perspektif adaptasi selektif dan minimalis.

Artikel ini berargumen bahwa ketahanan UMKM kios bukanlah sekadar sisa-sisa ekonomi tradisional yang lambat laun punah, melainkan hasil dari logika indigenous yang rasional, adaptif, dan sangat kontekstual. Logika ini mungkin tidak tertulis dalam buku teks manajemen, tetapi efektif dalam menavigasi kompleksitas ekonomi perkotaan. Dengan judul "Logika di Balik Kios", penelitian ini bertujuan untuk membongkar dan mengartikulasikan logika strategis tersebut. Melalui pendekatan kualitatif yang mendalam, studi ini berupaya mengisi celah literatur dengan memberikan perspektif dari bawah (grassroots perspective) tentang strategi bersaing, yang dapat memperkaya wacana akademik tentang kewirausahaan, ketahanan ekonomi, dan pembangunan inklusif, serta memberikan masukan bagi perumusan kebijakan yang lebih relevan dengan realitas pelaku UMKM terbesar di Indonesia.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Ekonomi Informal dan Kewirausahaan di Pinggiran (Marginal Entrepreneurship)

Sektor informal dan UMKM sering dikaji melalui lensa marginalitas dan keterbatasan. Literatur awal cenderung memandang aktivitas ini sebagai gejala kegagalan pasar, ketidakmampuan menyerap tenaga kerja formal, atau strategi bertahan hidup semata (survivalist entrepreneurship) (Webb et al., 2009). Namun, perspektif ini telah dikoreksi oleh kajian yang menunjukkan bahwa sektor informal sering kali merupakan pilihan rasional untuk menghindari biaya tinggi dan rigiditas ekonomi formal, serta menawarkan fleksibilitas dan peluang yang mungkin tidak tersedia di sektor terorganisir (De Soto, 2000). Penelitian Cross (2000) tentang pedagang jalanan menekankan agensi mereka sebagai pelaku ekonomi yang secara aktif menegosiasikan ruang mereka dalam ekonomi global. Dalam konteks ini, kios kuliner bukan sekadar usaha subsisten, tetapi suatu bentuk kewirausahaan yang terlembagakan secara sosial, dengan logika operasional dan strategi kompetitifnya sendiri yang berbeda dari perusahaan modern.

2.2. Teori Sumber Daya dan Kapabilitas dalam Konteks Keterbatasan

Resource-Based View (RBV) tradisional berfokus pada sumber daya yang langka, bernilai, dan sulit ditiru (Barney, 1991). Namun, aplikasinya pada UMKM dengan sumber daya sangat terbatas memerlukan modifikasi. Effectuation Theory dari Sarasvathy (2001) memberikan kerangka alternatif yang relevan. Alih-alih dimulai dengan tujuan yang jelas dan analisis pasar, wirausaha effectual memulai dengan sumber daya yang mereka miliki (siapa saya, apa yang saya tahu, siapa yang saya kenal) dan membangun peluang melalui komitmen progresif dari jaringan mereka. Logika

ini sangat cocok untuk memahami bagaimana pemilik kios memanfaatkan resep keluarga (what I know), lokasi strategis (what I have), dan hubungan dengan pelanggan tetap dan pemasok (who I know) sebagai basis untuk berkembang. Selain itu, konsep bricolage (Baker & Nelson, 2005)—membuat sesuatu dari (hampir) tidak ada—menggambarkan bagaimana pelaku UMKM mengombinasikan kembali sumber daya yang ada, terbatas, atau tampaknya tidak berharga untuk menciptakan solusi baru dan nilai ekonomi.

2.3. Modal Sosial dan Ekonomi Moral

Keberlanjutan usaha mikro sangat bergantung pada modal sosial dan jaringan. Konsep embeddedness dari Granovetter (1985) menekankan bahwa tindakan ekonomi terjalin dalam jaringan hubungan sosial yang konkret dan berkelanjutan. Dalam konteks kios, hubungan ini mencakup ekonomi moral (Scott, 1976) dengan pemasok yang memungkinkan pembayaran tertunda (utang), hubungan patron-klien dengan pelanggan tetap, dan solidaritas dengan pedagang kios lain yang berbagi informasi dan saling membantu. Jaringan ini berfungsi sebagai sistem keamanan sosial informal, mekanisme penegakan kontrak tanpa hukum formal, dan saluran pemasaran yang andal (Portes & Sensenbrenner, 1993). Modal sosial ini merupakan sumber daya strategis yang kritis, sering kali lebih berharga daripada modal finansial, dan sangat sulit ditiru oleh pemain modern yang beroperasi dengan logika transaksional murni.

2.4. Strategi Spasial dan Temporal: Tactics vs. Strategies

Perbedaan mendasar antara logika kios dan pasar modern dapat dipahami melalui dikotomi strategies dan tactics yang diajukan de Certeau (1984). Pasar modern (mal, waralaba) beroperasi dengan strategy: mereka menguasai dan mengatur ruang fisik yang permanen dan eksklusif (properti), menciptakan "tempat" sendiri yang terpisah. Sebaliknya, pedagang kios beroperasi dengan tactics. Mereka tidak memiliki ruang sendiri, tetapi memanfaatkan celah, sela waktu, dan ruang publik yang disediakan oleh tatanan yang lain (misalnya, trotoar, jam sibuk, area di luar mal). Keberhasilan mereka bergantung pada fleksibilitas, mobilitas, dan kemampuan memanfaatkan momen (kairos). Logika taktis ini memungkinkan mereka meminimalkan biaya tetap (sewa, pajak) dan dengan cepat beradaptasi dengan perubahan lingkungan, suatu bentuk ketangguhan yang berbeda dari ketangguhan berbasis skala.

2.5. Interaksi dengan Teknologi dan Pasar Modern: Ko-optasi Selektif

Hubungan UMKM kios dengan teknologi digital dan pasar modern tidak selalu bersifat konfrontatif. Literatur tentang teknologi tepat guna (appropriate technology) dan difusi inovasi (Rogers, 2003) menunjukkan bahwa adopsi teknologi bersifat selektif dan kontekstual. Pelaku UMKM mungkin mengadopsi platform pesan-antar online atau media sosial untuk pemasaran, tetapi dengan cara yang minimalis dan tidak mengganggu operasional inti yang sederhana (Chaudhuri et al., 2018). Mereka melakukan ko-optasi selektif terhadap alat-alat modern untuk memperkuat, bukan mengubah, logika bisnis inti mereka yang berbasis hubungan dan fleksibilitas. Ini menunjukkan kapasitas adaptif dan agensi mereka dalam menghadapi perubahan, sekaligus mempertahankan otonomi.

2.6. Mengidentifikasi Celah dan Posisi Studi

Tinjauan pustaka ini mengidentifikasi bahwa meskipun berbagai teori (effectuation, bricolage, embeddedness, tactics) telah menjelaskan aspek-aspek terpisah dari kewirausahaan sumber daya terbatas, belum ada upaya untuk mengintegrasikan berbagai logika ini ke dalam suatu kerangka analitis yang koheren untuk memahami strategi bertahan dan ekspansi UMKM kuliner kios secara holistik. Bagaimana logika spasial-taktis (de Certeau) berinteraksi dengan logika jaringan-moral (Scott, Granovetter) dan logika eksperimen sumber daya terbatas (Saravathy, Baker & Nelson) dalam praktik sehari-hari? Bagaimana integrasi ini memungkinkan mereka tidak hanya bertahan, tetapi juga berekspansi di tengah persaingan? Celah inilah yang hendak diisi oleh penelitian ini, dengan tujuan untuk mengartikulasikan "Logika di Balik Kios" sebagai suatu sintesis strategis yang unik dan efektif.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi paradigma interpretif (interpretive paradigm) dengan pendekatan kualitatif untuk memahami secara mendalam logika, makna, dan strategi yang dibangun oleh pelaku

UMKM kuliner kios. Desain yang digunakan adalah studi kasus jamak terpancang (multiple embedded case study) (Yin, 2018). Setiap kios kuliner dianalisis sebagai satu kasus unit, namun data juga dikumpulkan dari sub-unit di dalamnya (misalnya, pemilik, karyawan, pelanggan setia) untuk mendapatkan pemahaman yang holistik. Studi kasus jamak dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi pola (pattern) dan logika bersama di antara berbagai kasus, sekaligus memahami variasi kontekstual, sehingga meningkatkan kekuatan analitis dan validitas eksternal (Eisenhardt, 1989).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Analisis terhadap data lapangan mengungkapkan bahwa ketahanan dan ekspansi UMKM kuliner kios tidak didorong oleh peniruan strategi pasar modern, melainkan oleh mobilisasi suatu logika indigenous yang koheren yang dibangun di atas tiga pilar utama: kelenturan spasio-temporal (spatio-temporal pliability), solidaritas relasional (relational solidarity), dan minimalisme operasional (operational minimalism).

4.1.1. Logika Adaptasi Spasio-Temporal: "Menari di Celah Kota"

Pelaku kios menunjukkan kapasitas luar biasa dalam memanipulasi ruang dan waktu sebagai sumber daya strategis. Mereka mengadopsi apa yang disebut "ritme bisnis jamak" (multiple business rhythms). Sebuah kios soto bisa beroperasi sebagai sarapan pagi (06.00-10.00), menutup saat sepi, lalu berfungsi sebagai warung kopi malam (19.00-23.00) dengan menu terbatas, memaksimalkan satu lokasi untuk dua pasar berbeda. Mereka juga ahli dalam "memanfaatkan limpahan" (spillover utilization), misalnya dengan mendirikan kios di pinggir parkir sebuah mal ternama, mengkapitalisasi aliran pelanggan yang sudah dibuat oleh pemain modern tanpa membayar biaya sewa lokasi premium. Strategi ini adalah wujud nyata dari tactics dalam pengertian de Certeau (1984)—mereka tidak memiliki tempat sendiri, tetapi dengan cerdas menggunakan ruang dan waktu yang diatur oleh kekuatan lain (pemerintah kota, pengembang mal). Fleksibilitas ekstrem ini menjadi mekanisme pertahanan utama terhadap biaya tetap tinggi yang harus ditanggung ritel modern.

4.1.2. Logika Relasional-Sosial: Ekonomi Moral sebagai Rantai Pasok dan Pemasaran

Jaringan sosial bukan sekadar pendukung, tetapi infrastruktur inti bisnis kios. Terdapat dua lapisan jaringan yang berfungsi strategis: Rantai Pasok Berbasis Kepercayaan dan Fleksibilitas: Hubungan dengan pemasok daging, sayur, atau bumbu bersifat sangat personal dan lentur. Pembayaran sering menggunakan sistem utang yang dilunasi harian atau mingguan, berfungsi sebagai modal kerja informal tanpa bunga. Seorang pemilik kios bakso (P3) menjelaskan: "Bapak langganan saya kirim daging dulu, nanti sore habis jualan saya bayar. Kalau hari ini sepi, ya saya bayarnya dikit, beliau ngerti." Ini merupakan praktik ekonomi moral (Scott, 1976) yang menekankan keberlanjutan hubungan dan subsistensi bersama, berbeda dengan transaksi impersonal pasar formal.

Pemasaran melalui Komunitas dan "Dapur Publik": Ekspansi terjadi secara organik melalui reputasi oral (word-of-mouth) yang diperkuat oleh transparansi. Proses memasak yang terbuka di depan pelanggan (open kitchen) menciptakan kepercayaan dan rasa memiliki. Pelanggan setia sering menjadi "duta merek" informal, membawa teman baru dan bahkan mempromosikan di media sosial pribadi tanpa diminta. Jejaring ini, yang tertanam (embedded) dalam struktur sosial (Granovetter, 1985), memberikan keunggulan pemasaran yang autentik dan hampir tanpa biaya.

4.1.3. Logika Minimalisme Operasional: "Ekspansi Tanpa Kompleksitas"

Berbeda dengan ekspansi korporat yang memerlukan standarisasi ketat, ekspansi kios mengikuti prinsip "replikasi modular". Membuka cabang baru bukanlah menduplikasi sistem yang identik, tetapi menyalin "modul inti" (misalnya, resep rahasia dan nama merek) sambil mengadaptasi aspek lain (menu tambahan, jam operasi) sesuai konteks lokasi baru dan kemampuan anggota keluarga yang menjalankannya. Penggunaan teknologi digital bersifat instrumental dan minimalis. Media sosial (terutama WhatsApp dan Instagram) digunakan hanya untuk mengumumkan lokasi, menu hari ini, atau libur, bukan untuk membangun merek yang rumit. Mereka menghindari platform pesan-antar online yang komisi tinggi, lebih memilih pesanan telepon langsung dari pelanggan lama. Pendekatan ini mencerminkan logika effectuation (Sarasvathy, 2001) dan bricolage (Baker &

Nelson, 2005): berekspansi dengan sumber daya yang ada dan dapat dikontrol, meminimalkan ketergantungan pada sistem eksternal yang kompleks dan berbiaya tinggi.

4.2. Pembahasan

4.2.1. Ketangguhan melalui Kelenturan: Sebuah Paradoks Strategis

Temuan penelitian ini menantang dikotomi tradisional antara "formal/efisien/kaku" dan "informal/inefisien/fleksibel". Kios justru mencapai efisiensi dinamis melalui kelenturan (pliability) yang terstruktur. Kemampuan untuk mengubah fungsi, lokasi, dan jam operasi dengan cepat adalah respon rasional terhadap ketidakpastian lingkungan urban. Ini merupakan bentuk kapabilitas dinamis (Teece et al., 1997) yang khas konteks, di mana kapabilitas untuk "berubah bentuk" (morphing capability) lebih bernilai daripada kapabilitas untuk "menskalakan" (scaling capability). Dalam persaingan melawan pemain modern yang mengandalkan prediktabilitas dan kontrol, kelenturan taktis kios menjadi senjata pembeda yang sulit ditandingi.

4.2.2. Keunggulan Kompetitif dari "Keterikatan" (Embeddedness) yang Dalam

Logika relasional kios menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan karena memenuhi kriteria VRIN (Barney, 1991) dalam versi sosialnya. Jaringan kepercayaan dan ekonomi moral mereka: (a) Valuable karena mengurangi biaya transaksi dan modal kerja; (b) Rare karena dibangun bertahun-tahun dan bersifat personal; (c) Imperfectly Imitable karena kompetitor modern tidak dapat dengan mudah mereplikasi hubungan sosial yang autentik ini; dan (d) Non-Substitutable karena tidak ada sistem kontrak formal yang dapat sepenuhnya menggantikan fleksibilitas dan keamanan yang diberikan jaringan ini. Dengan demikian, apa yang sering dilihat sebagai "ketidakformalan" justru merupakan sumber daya sosial yang sangat strategis.

4.2.3. Minimalisme Digital dan Otonomi Strategis

Pendekatan light-touch digitalization yang diadopsi kios menunjukkan pemahaman yang cerdas tentang teknologi sebagai alat, bukan tujuan. Mereka melakukan selektif appropriasi—hanya mengambil alih aspek teknologi yang memperkuat logika inti mereka (komunikasi langsung, transparansi) tanpa tergiring ke dalam logika platform yang memeras margin. Dengan mempertahankan kontrol atas saluran distribusi utama (penjualan langsung), mereka mempertahankan otonomi strategis dan margin keuntungan yang lebih sehat. Ini adalah bentuk resistensi dan adaptasi terhadap ekonomi platform yang sering dianggap hegemonik.

4.2.4. Implikasi Teoritis dan Kebijakan

Studi ini memperkaya teori kewirausahaan dengan menunjukkan bagaimana logika effectuation, bricolage, dan embeddedness berpadu secara operasional dalam konteks ekonomi berkembang. "Logika di Balik Kios" adalah sintesis indigenous yang efektif. Implikasi kebijakan yang utama adalah perlunya kebijakan berbasis kekuatan (strength-based policy) alih-alih kebijakan berbasis defisit (deficit-based). Daripada memaksa formalisasi penuh yang dapat menghancurkan kelenturan dan jaringan yang menjadi sumber ketahanan mereka, pemerintah dan lembaga pendukung UMKM seharusnya berfokus pada: (1) memberikan keamanan spasial tanpa menghilangkan fleksibilitas (misalnya, izin berlapis untuk pedagang tetap), (2) memfasilitasi akses ke pembiayaan yang sesuai dengan pola arus kas mereka, dan (3) menyediakan pelatihan teknologi yang sesuai dengan logika minimalis mereka, bukan yang rumit.

Kios kuliner bukanlah relik masa lalu yang akan punah, melainkan entitas ekonomi yang tangguh dengan logika kompetitifnya sendiri. Keberhasilan mereka terletak pada kemampuan untuk mengubah setiap keterbatasan—ruang yang tidak pasti, modal yang kecil, teknologi yang sederhana—menjadi sumber kelincuhan, kepercayaan, dan otonomi. Memahami logika ini penting tidak hanya untuk penghormatan akademis, tetapi untuk merancang ekosistem ekonomi yang benar-benar inklusif dan berkelanjutan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini telah berhasil mengartikulasikan "Logika di Balik Kios"—sebuah kerangka strategis indigenous yang koheren yang menjelaskan ketahanan dan kapasitas ekspansi pelaku

UMKM kuliner tradisional di tengah tekanan pasar modern. Kesimpulan utama penelitian adalah sebagai berikut:

1. Pertama, ketahanan UMKM kios bukanlah produk dari ketidakefisienan pasar atau semata-mata strategi subsisten, melainkan hasil dari penerapan logika kelenturan (pliability) yang disengaja dan terstruktur. Logika ini dimanifestasikan melalui tiga pilar yang saling memperkuat: (1) Adaptasi Spasio-Temporal Taktis, di mana ruang dan waktu dimanipulasi sebagai sumber daya fleksibel untuk meminimalkan biaya tetap dan memaksimalkan akses pelanggan, sesuai dengan konsep tactics de Certeau (1984); (2) Solidaritas Relasional, di mana jaringan sosial yang tertanam (embedded) dan ekonomi moral (Scott, 1976) berfungsi sebagai infrastruktur kritis untuk rantai pasok, pembiayaan, dan pemasaran yang andal serta rendah biaya; dan (3) Minimalisme Operasional, di mana ekspansi dilakukan melalui replikasi modular dan adopsi teknologi secara selektif (light-touch digitalization), yang mencerminkan prinsip effectuation (Sarasvathy, 2001) dan bricolage (Baker & Nelson, 2005) untuk mempertahankan kontrol dan otonomi.
2. Kedua, logika ini menghasilkan suatu bentuk keunggulan kompetitif yang kontekstual dan berkelanjutan. Keunggulan ini bersumber dari kapabilitas dinamis untuk beradaptasi dengan cepat (dynamic capabilities), modal sosial yang langka dan sulit ditiru, serta model bisnis yang tangguh karena minim ketergantungan pada sistem eksternal yang kompleks. Dengan demikian, kios berhasil menempati ceruk (niche) yang justru tidak dapat diisi secara efektif oleh pemain modern yang terikat pada standarisasi, skala, dan logika efisiensi statis.
3. Ketiga, penelitian ini menegaskan bahwa sektor "informal" atau semi-formal seperti UMKM kios memiliki rasionalitas ekonomi dan strategisnya sendiri yang sering kali tidak terlihat atau diremehkan oleh kerangka analisis konvensional. Mereka adalah pelaku ekonomi yang agenif, yang secara aktif menavigasi, menegosiasikan, dan bahkan memanfaatkan struktur ekonomi perkotaan yang ada untuk menciptakan peluang dan nilai.

5.2. Saran

Berdasarkan temuan dan kesimpulan tersebut, penelitian ini mengajukan beberapa saran yang ditujukan kepada berbagai pemangku kepentingan:

1. Saran bagi Pelaku Kebijakan dan Pemerintah:
 - a. Merancang Kebijakan Berbasis Kekuatan (Strength-Based Policy): Kebijakan pendukung UMKM harus bergeser dari pendekatan yang berfokus pada "kekurangan" (seperti kurang formal, kurang modal, kurang teknologi) menuju pendekatan yang mengakui dan memperkuat logika indigenous yang sudah ada. Daripada memaksakan formalisasi penuh yang dapat merusak fleksibilitas, pemerintah dapat mengembangkan status hukum hibrid (misalnya, "pedagang terdaftar") yang memberikan keamanan dan akses kepada layanan publik tanpa menghilangkan kelenturan operasional.
 - b. Menyediakan Infrastruktur yang Kompatibel: Pemerintah kota dapat menyediakan food hubs atau pasar kuliner yang dirancang dengan prinsip fleksibilitas (misalnya, sistem sewa harian/mingguan, fasilitas bersama) alih-alih mal atau ruko kaku. Ini akan memberikan keamanan spasial tanpa mematikan taktik adaptasi ruang-waktu mereka.
 - c. Mendesain Program Literasi Keuangan dan Digital yang Kontekstual: Program pelatihan harus mengakomodasi logika minimalis dan kebutuhan nyata pelaku kios. Misalnya, pelatihan pencatatan keuangan sederhana berbasis cash flow, atau pemanfaatan media sosial untuk menjaga hubungan dengan pelanggan lama, bukan untuk membangun merek yang rumit.
2. Saran bagi Lembaga Penelitian dan Akademisi:
 - a. Mengembangkan Teori Kewirausahaan dari Bawah (Grassroots Entrepreneurship Theory): Penelitian lanjutan diperlukan untuk lebih menyistematiskan dan menguji logika indigenous ini dalam berbagai konteks sektor dan geografis. Teori kewirausahaan yang inklusif perlu mengintegrasikan wawasan tentang tactical urbanism, ekonomi moral, dan bricolage sebagai komponen strategis yang sah.

- b. Meneliti Model Kemitraan yang Setara: Kajian mendalam diperlukan untuk mengeksplorasi model kemitraan antara UMKM kios dengan pemain modern (misalnya, platform digital, ritel) yang tidak bersifat eksploitatif, tetapi saling menguatkan (synergistic), dengan tetap menghormati otonomi dan logika bisnis kios.
3. Saran bagi Pelaku UMKM Kios (Implikasi Praktis):
 - a. Sistematisasi Pengetahuan Tacit: Sambil mempertahankan fleksibilitas, pelaku usaha dapat mulai mendokumentasikan elemen kunci dari "resep sukses" mereka (misalnya, pola hubungan dengan pemasok, kriteria lokasi) untuk memfasilitasi replikasi modular yang lebih terukur.
 - b. Membangun Asosiasi atau Koperasi Berbasis Kepercayaan: Membentuk kelompok kolektif dengan pedagang kios lain dapat memperkuat posisi tawar dalam menghadapi pemasok, pemerintah, atau platform digital, tanpa harus melebur ke dalam struktur formal yang kaku.

Pada akhirnya, pengakuan terhadap "Logika di Balik Kios" adalah pengakuan terhadap keragaman dan ketangguhan ekonomi nusantara. Masa depan sektor kuliner Indonesia yang inklusif terletak bukan pada asimilasi satu model terhadap model lain, tetapi pada menciptakan ekosistem yang memungkinkan berbagai logika ekonomi—baik yang modern maupun yang indigenous—untuk berkembang secara berdampingan dan saling melengkapi.

5.3 Gap Research

Meskipun kajian tentang UMKM, ekonomi informal, dan strategi kewirausahaan telah berkembang luas, terdapat celah penelitian (research gap) yang signifikan dan berlapis yang menjadi justifikasi bagi penelitian ini. Celah ini bersifat teoritis, kontekstual, dan metodologis.

5.3.1 Celah Teoritis: Pemisahan antara Logika Formal dan Indigenous

Literatur dominan dalam manajemen strategis dan kewirausahaan—seperti Resource-Based View (Barney, 1991), teori Dynamic Capabilities (Teece et al., 1997), dan model pertumbuhan bisnis bertahap—dibangun berdasarkan asumsi formalitas organisasi, akses terhadap modal, dan orientasi pertumbuhan linier. Teori-teori ini sering kali gagal menjelaskan mekanisme keberhasilan organisasi yang beroperasi di luar parameter formal tersebut. Sebaliknya, studi tentang ekonomi informal dan usaha mikro kerap terjebak dalam narasi subsistensi dan marginalitas, menggambarkan pelakunya sebagai korban struktur atau pelaku yang sekadar bertahan hidup (Webb et al., 2009). Jarang ada upaya untuk mensintesis kedua perspektif ini dengan serius, yaitu dengan melihat pelaku informal sebagai agen strategis yang memiliki logika kompetitif yang sah namun berbeda (de Certeau, 1984; Sarasvathy, 2001). Dengan kata lain, terdapat diskoneksi teoritis antara kerangka "strategi korporat" dan "logika praktis" (logic of practice) di lapangan.

5.3.2 Celah Kontekstual: Persaingan Asimetris dalam Ekonomi Urban Global South

Penelitian tentang interaksi antara sektor informal/tradisional dengan pasar modern cenderung terfokus pada dua narasi ekstrem: penindasan (displacement) atau integrasi formal (Cross, 2000). Namun, dinamika di banyak kota di Global South, termasuk Indonesia, menunjukkan realitas yang lebih kompleks: koeksistensi, persaingan asimetris, dan adaptasi selektif. Bagaimana UMKM kuliner tradisional tidak hanya bertahan dari tekanan mal, waralaba, dan platform digital, tetapi juga secara aktif berekspansi dalam ekosistem yang sama, masih belum dipahami dengan baik. Konteks sosio-kultural yang unik—seperti pentingnya ekonomi moral (Scott, 1976), jaringan kekeluargaan, dan fleksibilitas regulasi lokal—memberikan warna khusus pada strategi ini yang belum banyak dieksplorasi dalam literatur internasional. Kebanyakan model berasal dari konteks Barat atau China, yang mungkin tidak sepenuhnya berlaku.

5.3.3 Celah pada Level Analisis Strategis yang Terintegrasi

Penelitian terdahulu cenderung mengisolasi aspek-aspek tertentu dari UMKM. Sebagian fokus pada modal sosial dan jaringan (Granovetter, 1985; Portes & Sensenbrenner, 1993), sebagian pada strategi inovasi atau bricolage (Baker & Nelson, 2005), dan sebagian lain pada aspek spasial atau legalitas (De Soto, 2000). Namun, sangat sedikit yang mengintegrasikan berbagai dimensi ini ke dalam suatu kerangka analitis yang holistik untuk menjelaskan strategi bersaing yang utuh. Misalnya, bagaimana strategi penggunaan ruang yang taktis (tactical urbanism) berhubungan dengan pola

pengelolaan rantai pasok berbasis kepercayaan? Bagaimana kedua hal itu kemudian memungkinkan suatu bentuk ekspansi yang organik? Tidak adanya model yang menghubungkan logika spasial, relasional, dan operasional dalam satu tarikan napas analitis merupakan celah utama yang hendak diisi penelitian ini.

5.3.4 Celah Metodologis: Kebutuhan Pendekatan Interpretif yang Mendalam

Banyak studi tentang UMKM masih bergantung pada survei kuantitatif yang mengukur variabel-variabel terisolasi (misalnya, akses modal, penggunaan teknologi) atau wawancara terstruktur yang terbatas. Pendekatan ini sering kali kehilangan nuansa, makna, dan logika internal yang mendasari tindakan pelaku usaha. Untuk mengungkap "logika di balik kios", dibutuhkan pendekatan kualitatif yang mendalam dan interpretif—seperti etnografi atau studi kasus immersif—yang dapat menangkap proses pengambilan keputusan sehari-hari, negosiasi dengan lingkungan, dan konstruksi makna di balik apa yang mungkin tampak sebagai tindakan yang "tidak rasional" bagi pengamat luar.

Oleh karena itu, penelitian ini dirancang untuk secara langsung menjawab celah-celah tersebut dengan: (a) Mengembangkan kerangka teoritis integratif yang menyatukan wawasan dari studi strategi, sosiologi ekonomi, dan kewirausahaan; (b) Menerapkannya pada konteks empiris yang spesifik dan kurang terwakili (UMKM kuliner kios urban Indonesia); (c) Menggunakan metodologi kualitatif yang mendalam untuk menggali logika indigenous dari sudut pandang emik; dan (d) Berkonsentrasi pada pertanyaan "bagaimana" dan "mengapa" di balik fenomena ketahanan dan ekspansi, bukan sekadar "apa" yang dilakukan. Dengan demikian, kontribusi penelitian ini terletak pada upaya untuk memberikan suara teoritis dan akademik pada logika praktis yang bisu namun sangat efektif, yang selama ini menggerakkan sebagian besar ekonomi riil di pinggiran kota-kota Indonesia.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Baker, T., & Nelson, R. E. (2005). Creating something from nothing: Resource construction through entrepreneurial bricolage. *Administrative Science Quarterly*, 50(3), 329–366. <https://doi.org/10.2189/asqu.2005.50.3.329>
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Chaudhuri, A., Subramanian, N., & Dora, M. (2018). Circular economy and digital capabilities of SMEs for providing value to customers: Combined resource-based view and ambidexterity perspective. *Journal of Business Research*, 142, 32–44. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.12.039>
- Cross, J. C. (2000). Street vendors, modernity and postmodernity: Conflict and compromise in the global economy. *International Journal of Sociology and Social Policy*, 20(1/2), 29–51. <https://doi.org/10.1108/01443330010789061>
- D'Andrea, G., Stenger, A., & Goebel-Krstelj, A. (2004). Six truths about emerging-market consumers. *Strategy Business*, 34, 2–12.
- de Certeau, M. (1984). *The practice of everyday life*. University of California Press.
- De Soto, H. (2000). *The mystery of capital: Why capitalism triumphs in the West and fails everywhere else*. Basic Books.
- Eisenhardt, K. M. (1989). Building theories from case study research. *Academy of Management Review*, 14(4), 532–550. <https://doi.org/10.5465/amr.1989.4308385>
- Granovetter, M. (1985). Economic action and social structure: The problem of embeddedness. *American Journal of Sociology*, 91(3), 481–510. <https://doi.org/10.1086/228311>
- Ghertman, M. (2007). *The large multinational corporation in the global village: A relationship strategy perspective*. In *The Growth of the Firm* (pp. 211–230). Oxford University Press.
- Ghezzi, A., & Cavallo, A. (2020). Agile business model innovation in digital entrepreneurship: Lean startup approaches. *Journal of Business Research*, 110, 519–537. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.06.013>
- Peng, M. W. (2001). The resource-based view and international business. *Journal of Management*,

- 27(6), 803–829. <https://doi.org/10.1177/014920630102700611>
- Portes, A., & Sensenbrenner, J. (1993). Embeddedness and immigration: Notes on the social determinants of economic action. *American Journal of Sociology*, 98(6), 1320–1350. <https://doi.org/10.1086/230191>
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations (5th ed.)*. Free Press.
- Sarasvathy, S. D. (2001). Causation and effectuation: Toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency. *Academy of Management Review*, 26(2), 243–263. <https://doi.org/10.5465/amr.2001.4378020>
- Scott, J. C. (1976). *The moral economy of the peasant: Rebellion and subsistence in Southeast Asia*. Yale University Press.
- Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal*, 18(7), 509–533.
- Webb, J. W., Tihanyi, L., Ireland, R. D., & Sirmon, D. G. (2009). You say illegal, I say legitimate: Entrepreneurship in the informal economy. *Academy of Management Review*, 34(3), 492–510. <https://doi.org/10.5465/amr.2009.40632826>
- Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods (6th ed.)*. Sage Publications.