

Analisis Dampak dan Strategi Toko Kelontong dalam Menghadapi Maraknya Toko Online: Studi Kasus Salah Satu Toko Gejlig, Kecamatan Kajen, Kabupaten Pekalongan

Analysis of the Impact and Strategy of Grocery Stores in Facing the Rise of Online Stores: A Case Study of a Gejlig Store, Kajen District, Pekalongan Regency

Lutfiyah Azizah^{1*}, Meike Ardhana Reswari², Muh. Khafidz Ma'shum³

UIN K.H. Abdurrahman Wahid, Indonesia

*Email Correspondence: lutfiyah.azizah@mhs.uin.gusdur.ac.id

Abstract

As time goes by, technology is getting more advanced. Many stores provide delivery services or marketplaces. One of them is a grocery store. A grocery store is a store that provides daily necessities. My purpose of researching is to find out whether technological developments have an impact on grocery store income. The research method we use is a descriptive qualitative research method with a case study approach and using primary data sources by conducting interviews and observations. The results of the study showed that technological developments did not affect grocery store income because grocery stores provide daily necessities so that they are very much needed in basic needs. The strategy used in maintaining a grocery store is to take an emotional approach. By being ethical, friendly, disciplined, honest, treating customers like kings, and especially allowing delays in payment. So that customers will be satisfied with our service. By maintaining good relationships with customers, the supply of goods in the store will be smooth, prices are more friendly, helping sellers when there are obstacles with suppliers, increasing reputation and trust.

Keywords: Grocery store, marketplace, customer.

Abstrak

Seiring berkembangnya zaman, teknologi semakin maju. Banyak toko yang menyediakan jasa delivery atau marketplace. Salah satunya adalah toko kelontong. Toko kelontong adalah toko yang menyediakan keperluan sehari-hari. Tujuan saya meneliti adalah untuk mengetahui apakah perkembangan teknologi berdampak pada penghasilan toko kelontong. Metode penelitian yang kami gunakan adalah metode penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus dan menggunakan sumber data primer dengan melakukan wawancara dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan ternyata perkembangan teknologi tidak berpengaruh dalam penghasilan toko kelontong karena toko kelontong menyediakan bahan sehari-hari sehingga sangat dibutuhkan dalam kebutuhan pokok. Strategi yang digunakan dalam mempertahankan toko kelontong adalah dengan melakukan pendekatan secara emosional. Dengan cara beretika dengan baik, ramah, disiplin, jujur, perlakukan pelanggan layaknya raja, dan terutama mengizinkan penundaan pembayaran. Sehingga pelanggan akan merasa puas dengan pelayanan kita. Dengan menjaga hubungan baik dengan pelanggan, maka pasokan barang di toko akan lancar, harga lebih bersahabat, membantu penjual ketika ada kendala pada pemasok, meningkatkan reputasi dan kepercayaan.

Kata kunci: Toko kelontong, marketplace, pelanggan

PENDAHULUAN

Mengikuti perkembangan tersebut, pelaku usaha dituntut untuk memiliki strategi yang tepat untuk mempertahankan usahanya, dan menarik serta

mempertahankan konsumen yang telah ada. Mulai dari strategi pemasarannya, pelayanan, inovasi, hingga jaminan mutu yang diberikan. Perkembangan teknologi dalam sektor usaha tersebut, tidak hanya berdampak positif bagi penjual, tetapi juga berdampak negatif bagi penjual tradisional yang tidak dapat mengikuti tren jualan online. Salah satunya adalah bagi pedagang toko kelontong. Toko kelontong merupakan toko yang menyediakan keperluan sehari-hari, seperti minyak, gula, teh dan lain sebagainya. Salah satu toko kelontong yang merasakan dampak tersebut adalah toko kelontong yang berada di Desa Gejlig. Toko kelontong itu sebelumnya merupakan salah satu toko yang ramai pembeli dan barangnya cukup lengkap, tetapi semakin hari barang yang dijual semakin sedikit dan tidak sedikit pula barang yang dibuang karena sudah kadaluwarsa karena tidak ada yang membeli. Banyak konsumen yang beralih ke toko *online* untuk membeli keperluan sehari-hari dibanding dengan membeli pada toko kelontong sekitar rumah dengan berbagai faktor pertimbangan, seperti faktor keamanan, faktor kemudahan, faktor kepercayaan, dan pengalaman berbelanja (Sinta et al., 2021). Selain itu berbelanja secara *online* dirasa lebih praktis, banyak voucher, diskon, *cashback*, hemat waktu dan tenaga serta lebih banyak pilihan menjadikan banyak orang lebih memilih untuk membeli secara *online* pada toko kelontong. Tentunya hal tersebut menimbulkan masalah bagi pedagang toko kelontong yang tidak ikut memperdagangkan barangnya pada toko *online*.

Mengidentifikasi masalah terkait dampak dan strategi dalam menghadapi maraknya toko online dapat membantu bisnis tradisional menjadi lebih efektif. Semakin maraknya penggunaan internet, semakin marak pula perdagangan secara elektronik (e-commerce) dijalankan oleh pelaku bisnis dalam berbagai ukuran, mulai dari perusahaan raksasa sampai online shop (toko online) rumahan. Pembeli dan penjual dengan mudah dapat terkoneksi secara cepat hingga melakukan transaksi dan yang diinginkan pembeli dapat cepat pula ditanggapi oleh penjual sehingga menimbulkan minat beli konsumen disebabkan tercapainya kepuasan yang diinginkan oleh pelanggan (Rachman & Hati, 2022)

Bagi toko tradisional, seperti toko kelontong yang tidak ikut merambah ke dunia toko online, pastinya akan merasakan dampak negatif dari maraknya toko online. Penjualan menurun secara signifikan, pendapatan yang masuk pun pastinya ikut menurun. Apabila sepi pembeli sering terjadi dan dalam waktu yang lama, penjual toko kelontong akan merugi. Banyak produk yang tidak terjual dalam waktu yang semestinya sehingga terlanjur kadaluwarsa dan beberapa produk yang tidak bisa dipakai lagi serta tak bisa diretur. Akan sulit bagi toko kelontong untuk ikut membuka toko *online* pada beberapa aplikasi, seperti *Shopee*, *Lazada*, ataupun *Grabmart* karena terkendala pengetahuan dan alat. Selain itu, ada beberapa kesulitan lain ketika menjalankan bisnis online salah satunya yaitu koneksi internet yang tidak dapat diandalkan akan mengganggu akses ke toko online, dan jika toko online menggunakan website, maka harus memiliki

pengetahuan tentang pemrograman web. Bagi seseorang yang menjalankan toko *online* dan tidak mengerti pemrograman web, ini adalah situasi yang rumit (Malazaneti et al., 2023)

Oleh karena itu, diperlukan strategi untuk menghadapi persaingan bisnis secara offline maupun online untuk mampu tetap mempertahankan toko kelontong. Dengan mengidentifikasi masalah terkait dampak dan strategi dalam menghadapi maraknya toko online dapat menjadi lebih efektif dan mengurangi risiko terjadinya masalah yang dapat mengganggu kelangsungan bisnis. Maka dari itu berdasarkan permasalahan atau latar belakang tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Analisis Dampak Dan Strategi Toko Kelontong Dalam Menghadapi Maraknya Toko Online (Studi Kasus di Wilayah Gejlig, Kecamatan Kajen, Kabupaten Pekalongan)”

TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak toko *online* terhadap toko kelontong, mengetahui strategi yang digunakan oleh toko kelontong yang hanya mengandalkan ruko dalam bertahan menghadapi maraknya toko online, dan menentukan strategi yang tepat bagi perkembangan toko kelontong dalam menghadapi maraknya toko online.

Melihat banyaknya toko kelontong yang terdampak maraknya toko online, maka penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui tantangan yang dihadapi dan langkah yang perlu diambil oleh toko kelontong dalam menjaga kelangsungan usaha mereka.

a. Toko Online

Toko online adalah bentuk sebuah toko dalam sistem online atau dalam pengertian lain adalah tempat untuk melakukan transaksi jual beli secara global. Toko online mempunyai beberapa perbedaan, salah satu perbedaan toko online dengan toko konvensional secara garis besar dapat dilihat dalam segi penjualan jika di toko konvensional barang dagangan dijual dan dipajang secara nyata jika di toko online barang yang dijual hanya berupa gambar. Apabila dilihat dari segi transaksi yaitu jika di toko online kita membayarnya dengan cara transfer dan jika di toko konvensional kita bisa melakukan pembayaran langsung dengan uang tunai (Christian et al., 2020)

b. Toko Kelontong

Jika dirinci lebih lanjut, kata tersebut terdiri dari dua kata, yaitu “toko” dan “kelontong”. Dalam situs Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) online menyebutkan pengertian dari “toko” adalah kedai berupa bangunan permanen yang dipergunakan sebagai tempat untuk menjual barang-barang (makanan kecil dan sebagainya). Sedangkan pengertian dari kata “kelontong” menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) online yaitu, barang-barang untuk keperluan sehari-hari seperti sabun, sikat gigi, gelas, cangkir, mangkuk.

Dapat disimpulkan melalui kedua kata tersebut (toko kelontong) yaitu, toko yang menjual berbagai macam barang kebutuhan sehari-hari. Produk yang banyak dijual biasanya peralatan dan kebutuhan rumah tangga, seperti beras, bumbu-bumbu dapur, peralatan mandi, sabun untuk mencuci pakaian, pembersih lantai, dan lain sebagainya (Putra, 2023).

METODE

Metode penelitian yang dipakai dalam penelitian ini yakni metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Metode kualitatif ialah metode yang menggunakan analisis data, dengan terjun ke lapangan secara langsung. Penelitian kualitatif ialah suatu penelitian yang tujuannya memikirkan peristiwa yang dirasakan subyek penelitian secara menyeluruh (Tambaksawah, 2023). Peneliti menggunakan metode kualitatif ini disebabkan relevan dengan masalah sosial mengenai kemajuan teknologi marketplace terhadap toko kelontong.

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Gejlig, Kecamatan Kajen, Kabupaten Pekalongan, Jawa Tengah. Waktu penelitian dilakukan pada tanggal 22 Mei 2024. Dimana dalam waktu yang singkat, peneliti melakukan wawancara dan observasi di toko kelontong.

Jenis pendekatan penelitian ini menggunakan studi kasus dimana pendekatan ini dilaksanakan secara terperinci, konsisten, serta mendalam terhadap suatu masalah. Adapun sumber data yang diterapkan ialah sumber data primer. Data primer adalah data yang berasal dari sumber riil yang diperoleh secara langsung pada subjek penelitian. Dalam mengumpulkan data primer, peneliti menggunakan teknik observasi dan wawancara di lapangan terkait kemajuan teknologi terhadap toko kelontong. Wawancara dan observasi dilakukan secara bersamaan dengan penjual di toko kelontong dengan rentang usia 65 tahun di wilayah Desa Gejlig Kabupaten Pekalongan.

Observasi dilakukan untuk mengetahui bagaimana aktivitas penjualan toko kelontong di Desa Gejlig. Sedangkan wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi tentang apa yang diminati oleh pembeli

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dampak toko penyedia jasa delivery terhadap toko kelontong tradisional

Perkembangan teknologi membawa perubahan pada seluruh aktivitas, termasuk kegiatan ekonomi. Banyak toko online bermunculan, barang yang dijual pun beragam. Tidak hanya toko online yang menjual pakaian dan barang elektronik, tetapi sampai toko online yang menjual kebutuhan sehari-hari pun ada. Toko online yang dibahas di sini adalah toko sembako dan toko kelontong yang menyediakan jasa delivery, baik melalui aplikasi khusus maupun aplikasi chat. Hal tersebut turut membuktikan perkembangan teknologi yang ada. Subjek penelitian ini adalah toko kelontong di Dukuh Winong, yang mana masyarakat di Dukuh

Winong sudah banyak yang melakukan pembelian online dilihat dari adanya kurir yang mengantarkan paket atau barang pesanan belanja hampir setiap harinya ke dukuh tersebut. Peneliti menggunakan toko kelontong dan pemiliknya sebagai subjek karena toko kelontong tersebut telah berdiri dan berjualan kurang lebih 16 tahun sejak tahun 2007 sehingga dapat memberi informasi tentang pengalaman berjualan sejak toko online masih sedikit hingga telah marak seperti sekarang. Narasumber diwawancarai tentang berdirinya toko kelontong hingga sekarang untuk mengetahui bagaimana kemajuan toko kelontong tersebut dari segi penjualan dan penghasilan dari tahun ke tahun dan dampak dari maraknya toko online terhadap toko kelontong narasumber serta strategi yang diterapkan untuk dapat berkembang dan bertahan lama.

Hasil dari penelitian dengan wawancara dan observasi menunjukkan bahwa maraknya toko online tidak berdampak besar terhadap penjualan toko kelontong di Dukuh Winong. Narasumber mengungkapkan bahwa masih banyak yang berbelanja di toko kelontong miliknya dari dulu hingga sekarang walaupun sudah ada kemudahan toko online. Sebagian besar masyarakat masih memilih untuk berbelanja secara langsung di toko kelontong sekitar dibanding dengan membeli secara online karena barang-barang yang dijual pada toko kelontong sebagian besar merupakan kebutuhan sehari-hari yang dibutuhkan saat itu juga atau dalam waktu dekat. Kecuali untuk barang-barang yang tidak ada di toko kelontong, barulah mereka membelinya pada toko online sekaligus dengan barang-barang lain yang tersedia untuk menghemat ongkos kirim. Oleh karena itu, maraknya toko online tidak berdampak besar terhadap penjualan toko kelontong.

Meskipun demikian, masih ada tantangan dalam menjalankan usaha toko kelontong ini. Salah satunya adalah munculnya banyak pesaing, ini merupakan tantangan utama saat ini dalam menjalankan usaha toko kelontong ini. Saat ini banyak orang di Dukuh Winong yang mendirikan toko kelontong juga sehingga berdampak pada penjualan toko kelontong milik narasumber. Hal tersebut dikarenakan pembeli lebih memilih untuk berbelanja di toko yang lebih dekat dengan rumahnya sehingga penjualan pada toko kelontong narasumber berkurang. Selain itu, keterlambatan pembayarannya hutang bahkan sengaja tidak membayar yang dilakukan oleh oknum pembeli juga berdampak pada toko kelontong ini sehingga harus mengambil modal tambahan untuk berbelanja barang dan mengisi toko kelontong tersebut. Faktor musim pun sangat berdampak, karena mayoritas orang di Dukuh Winong bekerja sebagai buruh tani dan petani. Oleh sebab itu, ketika musim hujan atau kemarau panjang banyak orang yang kesulitan dalam bekerja atau tidak adanya pekerjaan sehingga mereka banyak hutang ke toko kelontong. Hal tersebut membuat kekhawatiran pemilik toko kelontong akan ketidakmampuan untuk belanja barang untuk toko kelontong mereka karena uang yang masuk tidak seimbang dengan barang yang telah terjual.

Strategi bertahan toko kelontong tradisional

Hasil dari penelitian dari wawancara dengan narasumber sebagai pemilik toko kelontong yang telah berdiri sejak 2007 ini, ada beberapa strategi untuk dapat bertahan lama dalam usaha ini walaupun tidak mengikuti perkembangan dan belum ada inovasi baru, yaitu sebagai berikut.

1. Etika

Etika yang baik perlu dimiliki oleh penjual, seperti ramah dan tidak mudah marah. Hal tersebut dapat membuat reputasi menjadi baik dan menghindari terjadi konflik antar penjual dengan pembeli, maupun dengan supplier. Dengan begitu, para pembeli dan supplier merasa nyaman dan aman sehingga kegiatan jual-beli berjalan dengan baik.

2. Disiplin

Disiplin harus diterapkan dengan konsisten dalam menjalankan usaha toko kelontong maupun usaha lainnya. Hal tersebut karena meningkatkan efisiensi serta reputasi yang baik. Salah satunya dengan membuka dan menutup toko pada jam tertentu serta dilakukan dengan konsisten sehingga pembeli tahu kapan dapat berbelanja dan menghindari kekecewaan karena toko tutup atau belum buka saat didatangi akibat tidak konsisten dalam jam buka maupun tutup.

3. Harga harus mampu bersaing

Harga yang ditetapkan untuk barang yang dijual harus mampu bersaing dengan pasaran. Melakukan survey sebelum menetapkan harga sehingga bisa didapatkan harga yang tepat. Apabila harga yang ditetapkan terlalu tinggi, pembeli akan memilih untuk membeli di tempat lain. Oleh karena itu, harga yang terjangkau sangat berpengaruh.

4. Jajan anak yang bervariasi

Salah satu yang banyak dijual di toko kelontong adalah jajan anak-anak. Jenis jajan yang bervariasi membuat pembeli tidak bosan untuk datang membeli karena jajan yang tersedia beragam. Dengan tetap ramainya pembeli dari kalangan anak kecil hingga remaja maupun dewasa, turut membantu toko kelontong dalam mempertahankan eksistensi di bidang usaha ini.

5. Jujur

Sikap jujur yang diterapkan oleh penjual sangat berpengaruh pada kelangsungan usaha karena menumbuhkan reputasi dan kepercayaan yang baik. Pembeli akan memilih berbelanja di toko yang penjualnya dikenal jujur, karena percaya dengan kualitas barang yang dijual. Hal tersebut dapat mengurangi pembeli yang berpindah tempat untuk belanja.

6. Mengijinkan penundaan pembayaran

Mengijinkan penundaan pembayaran atau utang kepada pelanggan di toko kelontong sering dilakukan, apalagi di desa. Keputusan tersebut mungkin sangat kompleks karena banyak risiko yang dihadapi seperti tidak dilunasi. Akan tetapi, memperbolehkan pelanggan untuk utang menjadi salah satu upaya dalam

meningkatkan loyalitas pelanggan dan penjualan. Namun, tentu saja pada pelanggan tertentu yang dapat dipercaya untuk bisa melunasi nantinya dan nominal yang dibatasi.

7. Reward

Pemberian reward yang biasanya diberikan saat menjelang hari raya idul fitri atau biasa disebut THR untuk pelanggan, sangat penting untuk dilakukan. Hal tersebut penting karena dapat meningkatkan loyalitas pembeli kepada toko kelontong dan meningkatkan penjualan serta reputasi yang baik. Dengan memberi THR, pembeli merasa dihargai sebagai pelanggan dan akan kembali berbelanja serta dapat meningkatkan hubungan baik yang telah terjalin antar pembeli dan penjual.

Selain menjaga hubungan baik dengan pembeli, menjaga hubungan baik dengan supplier dan agen (*sales*) pun penting untuk dilakukan seorang penjual. Hal tersebut karena banyak dampak baik yang bisa didapatkan untuk kelangsungan usaha toko kelontong. Beberapa dampak baik tersebut adalah sebagai berikut.

1. Pasokan barang lancar

Dengan hubungan yang terjalin dengan baik, supplier dan agen (*sales*) akan lebih memprioritaskan kebutuhan yang diperlukan sehingga pasokan barang lancar. Meskipun terjadi kelangkaan di pasar, supplier dapat memprioritaskan karena rasa percaya dan aman yang telah terjalin.

2. Harga bersahabat

Negosiasi dapat berjalan dengan baik apabila hubungan penjual dengan supplier dan agen (*sales*) terjalin dengan baik. Dengan begitu, penjual dapat mendapatkan pasokan barang dengan harga yang lebih baik dan kemudahan dalam pembayaran pun bisa didapatkan.

3. Bantuan

Dengan hubungan yang terjalin dengan baik, supplier akan membantu penjual dalam berbagai hal. Tidak hanya ketika ada kendala dalam pasokan, inovasi dari supplier atau agen (*sales*) pun bisa didapatkan, misalnya barang baru yang sedang tren dan sebaiknya dijual maupun pengembangan produk atau layanan yang diperlukan untuk pembeli.

4. Reputasi dan kepercayaan

Hubungan yang baik dengan supplier atau agen (*sales*) dapat meningkatkan reputasi penjual sehingga timbul rasa percaya antar satu sama lain sehingga banyak kemudahan yang didapat.

PENUTUP

Kesimpulan

Meningkatnya jumlah toko online maupun toko yang menyediakan jasa antar (*delivery*) ternyata tidak berdampak besar terhadap penjualan pada toko kelontong di Dukuh Winong. Hal tersebut karena masih banyak yang memilih untuk

berbelanja di toko kelontong dibanding dengan membeli secara *delivery*. Dibanding terdampak oleh meningkatnya toko online, ternyata ada faktor lain yang memengaruhi penjualan toko kelontong tersebut, yaitu munculnya pesaing yang kian bertambah, banyaknya pelanggan yang hutang, dan cuaca yang memengaruhi pekerjaan pelanggan. Oleh karena itu, menerapkan strategi yang tepat adalah kunci untuk mempertahankan toko kelontong dalam waktu yang lama.

Saran

Toko kelontong tradisional perlu menambah inovasi pada pelayanan dan barang-barang yang dijual. Inovasi pelayanan dapat berupa penambahan jasa antar (*delivery*) untuk hari-hari tertentu dengan minimal pembelian, pesan lewat aplikasi chat WhatsApp sehingga ketika pembeli datang barang sudah siap untuk dibayar dan dibawa pulang. Inovasi barang-barang yang dijual dapat dengan menambah barang yang belum ada sesuai dengan kebutuhan pembeli dan selalu rutin cek tanggal kadaluwarsa sehingga bisa segera diretur.

DAFTAR PUSTAKA

- Andika, D. (2021). Efektivitas *Marketplace* Shopee sebagai *Marketplace* Belanja Online yang Paling Disukai Mahasiswa. *Journal of Education and Technology*, 1 (1), 24-29.
- Christian, K., Andjarwirawan, J., & Setiawan, A. (2020). Aplikasi Toko Online Dengan Chatbox Pada Toko KCA. *Jurnal Infra*, 8 (1), 9-13.
- Malazaneti, N., Aji, G., & Rohmah, F. (2023). Analisis Dampak Online Shop Terhadap Para Pedagang Di Pasar Tradisional Paninggran. *Jurnal Sahmiyyah*, 2, 376-384.
- Putra, T. H. (2023). Toko Kelontong Tradisional Dalam Era Teknologi Bisnis Digital. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen (JUPIMAN)*, 2 (3), 1-17.
- Rachman, R., & Hati, R. G. P. (2022). Analisis Pengaruh Strategi Bisnis Online (E-Commerce) Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Samalewa: Jurnal Riset & Kajian Manajemen*, 2 (1), 31-39. <https://doi.org/10.58406/samalewa.v2i1.850>
- Romla, S., & Ratnawati, A. (2018). Keputusan Pembelian E-Commerce Melalui Kemudahan Penggunaan, Kualitas Informasi Dan Kualitas Interaksi Layanan Web. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 19 (1), 59. <https://doi.org/10.30659/ekobis.19.1.59-70>
- Sinta, M., Dewi, E., & Achsa, A. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen : Studi Pada Online Shop Shopee. 20 (1), 80-87.
- Tambaksawah, D. I. D. (2023). DINAMIKA MARKETPLACE DAN TOKO KELONTONG : STUDI KASUS. 575-588.
- Yohanna Meilani Putri, Rica Agatha, & Reefadhinta Novta Amelia. (2023). Strategi

Bertahannya Warung Kelontong Dalam Gempuran Market Modern. *Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, 2 (2), 164-170.
<https://doi.org/10.55606/inovasi.v2i2.1423>

Yunianto, R. N., Yuhastina, & Nurhadi. (2022). Strategi Eksistensi Toko Kelontong di Jalan Kartika Jebres Surakarta. *Jurnal Pendidikan*, X, 344-353.

