Jurnal Spektrum Ekonomi

Vol 8, No 7, Juli 2025, Hal 71-74
EISSN: 23267168

KERENTANAN EKONOMI TOKO KELONTONG DI ERA DIGITAL (Studi Kasus Kecamatan Gemarang)

Anggun Novita Wulandari[1], Wikanso[2], Yahya Reka Wirawan[3]
Universitas PGRI Madiun
e-mail: anggunnovita8302@gmail.com[1], wikanso@unipma.ac.id[2], yahyareka@unipma.ac.id[3]

Abstrak − Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji kerentanan ekonomi yang dihadapi oleh toko kelontong di Kecamatan Gemarang dalam menghadapi era digital. Fokus utama penelitian meliputi strategi pemasaran yang digunakan oleh toko kelontong, dampak persaingan dengan pelaku usaha modern dan platform digital, strategi bertahan yang diterapkan untuk menghadapi tekanan ekonomi, serta tantangan dan peluang yang muncul di era digitalisasi. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan pendekatan kualitatif, melibatkan observasi lapangan, wawancara mendalam dengan pemilik toko kelontong, serta dokumentasi pendukung lainnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar toko kelontong masih mengandalkan metode pemasaran konvensional seperti promosi dari mulut ke mulut dan pelayanan langsung kepada pelanggan. Persaingan dengan toko modern dan platform belanja online memberikan tekanan signifikan terhadap omset dan kelangsungan usaha mereka. Namun, beberapa pelaku usaha mulai menerapkan strategi bertahan seperti peningkatan pelayanan, diversifikasi produk, hingga kolaborasi lokal. Tantangan utama yang dihadapi adalah keterbatasan akses teknologi, kurangnya literasi digital, dan perubahan perilaku konsumen. Di sisi lain, era digital juga menawarkan peluang seperti penggunaan media sosial untuk promosi dan pemanfaatan layanan pesan-antar berbasis aplikasi. Penelitian ini merekomendasikan perlunya dukungan pelatihan digitalisasi dan penguatan jejaring usaha lokal sebagai langkah strategis untuk meningkatkan daya saing toko kelontong di tengah perubahan lanskap ekonomi digital.
Kata Kunci: Kerentanan Ekonomi, Toko Kelontong.

PENDAHULUAN

Era digital merujuk pada periode perubahan besar dalam masyarakat, ekonomi, dan budaya yang ditandai dengan dominasi teknologi digital, terutama melalui internet dan perangkat elektronik seperti komputer, smartphone, dan alat komunikasi lainnya. Menurut Ghufron dalam (Purnasari & Sadewo, 2021) mendefinisikan revolusi digital yang juga sering disebut revolusi industri 5.0 sebagai era terjadinya profilerasi komputer dan otomatisasi pencataan di semua bidang termasuk diantaranya bidang pendidikan. Dalam perkembangannya, Indonesia baru mencapai tahap era revolusi industri 4.0.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Nurdiana et al., 2023) tren berbelanja online semakin ramai meski pada saat pandemi, setelah pandemi pun sifat ganas berbelanja konsumen semakin tidak terbendung ditengah-tengah kehidupan masyarakat. Berbagai faktor terus bermunculan yang menjadi pemicu permasalahan ini, alasan utama yang disajikan menyatakan jika berbelanja online hemat waktu dan tenaga sebanyak 53,8%. Alasan kedua mudah membandingkan harga sebanyak 25,1%. Alasan ketiga barang yang dijual beragam sebanyak 16,6% dan terakhir pembayaran yang sederhana/mudah sebanyak 4%. Ataupaun respon dan alasan konsumen lebih dominan berbelanja online menarik dikaji ulang untuk menemukan informasi penting termasuk variabel dan indikator lainnya. Banyak konsumen kini lebih memilih berbelanja melalui aplikasi online atau e-commerce, yang menawarkan berbagai kemudahan, diskon, dan pilihan yang lebih banyak. Hal ini menimbulkan pertanyaan mengenai bagaimana toko kelontong di Kecamatan Gemarang dapat beradaptasi dengan perubahan tersebut dan mengatasi kerentanan ekonomi yang dihadapi. Dengan memahami dan menganalisis kerentanan ekonomi yang dialami oleh toko kelontong di era digital, penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha mereka. Di samping itu, penting untuk menggali bagaimana toko kelontong dapat memanfaatkan teknologi untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan layanan kepada pelanggan.

Kecamatan gemarang memiliki 7 desa yaitu Gemarang, Nampu, Winong, Batok, Durenan, Sebayi, Tawangrejo, dan 15 dusun setiap dusun ada 2- 3 Toko kelontong toko kelontong yang jarak nya dekat dan mereka menjual barang yang sama jadi ada toko kelontong yg moderen ada yang tidak moderen rata-rata yang tidak moderen itu penjualnya sudah sepuh / sudah tua jadi tidak tau tentang digital jadi jelas yang mereka kalah saing dengan E-commers dan toko-toko yang sudah moderen ,kemudian toko kelontong yang belum moderen ini cenderung masih mengandalkan cara pemasaran tradisional, seperti mulut ke mulut atau pemasaran lokal. Di sisi lain, toko-toko digital memiliki kemampuan untuk menjalankan pemasaran melalui media sosial, seperti whatsapp biasanya para pemebli itu whatsapp dahulu lalu di antarkan oleh penjual apa yang di beli tadi, otomatis pelanggan ingin yang simpel dan praktis belanja tanpa keluar tinggal whatsap saja langsung di antarkan oleh penjual. Jadi ini yang menjadi salah satu masalah dari toko kelontong di era digital ini.

Dengan pendekatan yang tepat, toko kelontong tidak hanya dapat bertahan, tetapi juga beradaptasi dan berkembang dalam ekosistem ekonomi yang terus berubah. Penelitian ini penting untuk memberikan gambaran mengenai kondisi toko klontong di Kecamatan Gemarang dalam menghadapi tantangan era digital. Dengan memahami faktor-faktor yang menyebabkan kerentanan ekonomi toko kelontong, diharapkan dapat ditemukan solusi yang tepat untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha ini. Penelitian ini juga dapat menjadi acuan bagi kebijakan pemerintah dalam mendukung usaha kecil agar dapat beradaptasi dan berkompetisi di pasar yang semakin digital.

Tujuan Penelitian Untuk mengetahui strategi pemasaran yang dapat diterapkan oleh pemilik toko kelontong untuk mengatasi kerentanan dan meningkatkan daya saing di era digital, Untuk Menganalisis dampak persaingan dengan platform e-commerce terhadap pendapatan dan keberlanjutan usaha toko kelontong, serta memahami pola belanja masyarakat yang berubah, Mengidentifikasi faktor-faktor yang menyebabkan toko kelontong rentan terhadap perubahan ekonomi akibat digitalisasi di Kecamatan Gemarang, Untuk Meneliti tantangan dan peluang yang dihadapi oleh toko kelontong dalam menjalankan bisnis mereka di era digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pendekatan deskriptif bertujuan untuk memberi gambaran secara mendalam mengenai fenomena yang diteliti berdasarkan data yang diperoleh dari lapangan. Menurut (Sugiono, 2013) Tujuan utama dari penggunaan metode kualitatif adalah untuk memahami secara mendalam aspek-aspek kompleks dalam kehidupan manusia. Dengan menempatkan peneliti sebagai instrumen utama, metode ini memungkinkan pengumpulan data yang bersifat deskriptif dan kontekstual. Penelitian ini lebih menekankan pada makna daripada generalisasi.

Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau dengan cara kuantifikasi lainnya. Pada pendekatan ini, peneliti membuat suatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan terinci dari pandangan responden, dan melakukan studi pada situasi yang alami (Murdiyanto, 2020). Dengan pendekatan ini, peneliti dapat mendeskripsikan berbagai faktor yang memepengaruhi kerentanan ekonomi toko kelontong, baik dari segi pemasaran, pemanfaatan teknologi, maupun faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi keberlangsungan usaha mereka Metode deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kerentanan ekonomi toko kelontong di era digital.

Berdasarkan hal tersebut bahwa, metode penelitian kualitatif itu dilakukan secara intensif, peneliti ikut berpartisipasi lama di lapangan, mencatat secara hati-hati apa yang terjadi, melakukan analisis reflektif terhadap berbagai dokumen yang ditemukan dilapangan, dan membuat laporan penelitian secara mendetail (Subagyo, 2023).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam menjalankan toko kelontong di Kecamatan Gemarang, penting untuk memahami karakteristik masyarakat sekitar yang umumnya tinggal di pedesaan dan memiliki kebutuhan belanja harian. Kios atau toko kelontong adalah usaha kecil yang banyak diminati dan dimiliki oleh masyarakat, usaha ini biasanya tersebar di area perumahan padat perkotaan hingga pedesaan. (Ni Ketut Sriwinarti, Ikang Murapi, 2021). Oleh karena itu, strategi pemasaran perlu dimulai dengan menentukan segmen pasar yang tepat. Menurut (Ahmad Syarief Iskandar, 2022) stategi pemasaran merupakan upaya memasarkan suatu produk, baik itu barang atau jasa, dengan menggunakan pola rencana dan taktik tertentu sehingga jumlah penjualan menjadi lebih tinggi. Pengertian strategi pemasaran juga dapat diartikan sebagai rangkaian upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam rangka mencapai tujuan tertentu, karena potensi untuk menjual proposisi terbatas pada jumlah orang yang mengetahui hal tersebut.

menurut (Diana susiani, 2024) persaingan bisnis merupakan suatu tindakan dimana setiap pelaku usaha berlomba menawarkan berbagai macam keunggulan dan manfaat produk yang dipasarkannya dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan. Sedangkan Persaingan Usaha adalah dimana dalam menghadapi persaingan tersebut, manajemen pelaku usaha harus cerdik dalam menciptakan ikatan tertentu antara produk yang ditawarkannya dengan konsumen. Pelaku usaha dituntut untuk dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat agar dapat bertahan dan memenangi persaingan, sehingga tujuan dari pelaku usaha tersebut dapat tercapai.

Di Kecamatan Gemarang, toko-toko kelontong menghadapi tantangan berat akibat perubahan zaman dan tekanan ekonomi yang kian kompleks di era digital. Menurut (Rahmah Utari Alfafa, 2023) Pengusaha toko kelontong harus memutar otak agar tokonya tetap berjalan dan memiliki laba yang seimbang, Konsumen mulai beralih ke platform belanja online dan minimarket modern yang menawarkan kemudahan dan promosi menarik. Meski demikian, banyak toko kelontong lokal di Gemarang tidak tinggal diam. Mereka mulai menerapkan berbagai strategi untuk bertahan dan tetap bersaing di tengah gempuran digitalisasi. Banyak toko kelontong yang memiliki pekerjaan sampingan seperti jualan sayur keliling, dan bertani untuk tetap memepertahankan tokmereka, Namun ada toko kelontong yang tidak melakukan pergerakan apapun hanya pasrah dan tidak ingin mencoba memasarkan produk mereka di whatshaap ataupun sosial media lainya. Budaya meminjam atau hutang merupakan hal yang wajar bagi masyarakat desa karena budaya gotong royong dan kekeluargaan masih sangat kental di kalangan masyarakat desa. (Juanda, 2019)

Toko kelontong di Kecamatan Gemarang, seperti halnya di wilayah pedesaan lainnya, menghadapi berbagai tantangan di era digital yang semakin berkembang pesat. Salah satu tantangan utama adalah persaingan dengan toko modern dan platform belanja online. Konsumen, terutama generasi muda, cenderung beralih ke minimarket atau marketplace digital yang menawarkan harga promosi, tampilan menarik, serta kemudahan dalam pembayaran. Toko kelontong tradisional juga mengalami tantangan dalam hal akses terhadap teknologi dan informasi. Sebagian besar pemilik toko di Gemarang belum terbiasa menggunakan sistem digital untuk manajemen usaha, dan keterbatasan jaringan internet di beberapa desa juga menjadi hambatan tersendiri. Tantangan lainnya yaitu dalam hal modal dan daya beli masyarakat. Toko kelontong sering kali memiliki keterbatasan modal untuk melakukan stok barang dalam jumlah besar atau mengikuti tren produk terbaru.

Tantangan merupakan segala bentuk hambatan, rintangan, atau permasalahan yang harus dihadapi dalam proses mencapai tujuan tertentu. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), tantangan diartikan sebagai sesuatu yang menguji kemampuan, keberanian, atau ketahanan seseorang atau kelompok. Sementara itu, menurut Prof. Dr. Nasution, tantangan adalah kondisi atau situasi yang memerlukan upaya khusus untuk diatasi karena dapat mengganggu atau menghambat pencapaian tujuan yang telah direncanakan. Dalam konteks pembangunan atau perubahan sosial, Soerjono Soekanto, seorang sosiolog Indonesia, menyatakan bahwa tantangan merupakan bentuk dinamika sosial yang mendorong masyarakat untuk beradaptasi atau melakukan penyesuaian terhadap situasi baru.

Peluang merupakan situasi atau kondisi yang memberikan kemungkinan untuk mencapai suatu keuntungan, keberhasilan, atau kemajuan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), peluang

diartikan sebagai kesempatan atau kemungkinan untuk melakukan sesuatu atau memperoleh hasil tertentu. Stephen P. Robbins, seorang pakar manajemen, menyatakan bahwa peluang adalah faktor eksternal yang, jika dimanfaatkan dengan baik, dapat memberikan keuntungan strategis bagi individu atau organisasi. Sedangkan menurut Thomas Zimmerer, dalam konteks kewirausahaan, peluang adalah kondisi yang menciptakan kemungkinan bagi seseorang untuk menciptakan produk atau jasa baru, memenuhi kebutuhan pasar, dan mendapatkan keuntungan. Peluang dapat muncul dari perubahan teknologi, sosial, ekonomi, maupun kebijakan. Di era digital, misalnya, peluang banyak muncul melalui inovasi digital seperti e-commerce, pembelajaran daring, hingga kecerdasan buatan, yang membuka jalan bagi individu maupun organisasi untuk berkembang secara lebih cepat dan luas. Dengan demikian, peluang adalah hal yang bersifat positif dan perlu dikenali serta dimanfaatkan dengan strategi yang tepat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Kecamatan Gemarang, dapat disimpulkan bahwa toko kelontong menghadapi kerentanan ekonomi yang signifikan di era digital. Munculnya platform belanja online, minimarket modern, dan perubahan pola konsumsi masyarakat secara bertahap menggeser posisi toko kelontong sebagai penyedia kebutuhan harian. Kerentanan ini terlihat dari beberapa aspek penurunan pendapatan, keterbatasan modal usaha, kurangnya adaptasi teknologi, serta keterbatasan strategi pemasaran. Mayoritas pemilik toko kelontong di Gemarang belum sepenuhnya memahami atau memanfaatkan teknologi digital untuk menunjang usahanya. Meskipun demikian, toko kelontong masih memiliki kekuatan pada aspek kedekatan sosial dengan pelanggan dan fleksibilitas dalam pelayanan. Dengan dukungan, pendampingan usaha, dan akses pada teknologi digital, toko kelontong memiliki peluang untuk bertahan dan beradaptasi dalam persaingan ekonomi saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

Diana susiani. (2024). Universitas Teknologi Surabaya. Dampak Dari Persaingan Bisnis Tidak Sehat Para Pelaku Usaha Sepeda Montor Terhadap Konsumen, 1, 10–11.

Juanda, yuni aster. (2019). Di Kecamatan Danau Kembar Alahan Panjang. STRATEGI BERTAHAN HIDUP BURUH TANI DI KECAMATAN DANAU KEMBAR ALAHAN PANJANG Yuni, 9(2), 41–42.

Muhzinat, Z., & Achiria, S. (2019). Dampak Keberadaan Minimarket terhadap Toko Kelontong di Pasar Klampis Kabupaten Bangkalan Madura. IQTISHADIA Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah, 6(2), 203–211. https://doi.org/10.19105/iqtishadia.v6i2.2448

Murdiyanto, D. E. (2020). Metode penelitian kualitatif.

Ni Ketut Sriwinarti, Ikang Murapi, N. F. (2021). Sistem Informasi Persediaan Stok Barang Pada Toko Kelontong Berbasis Web. Riset, Ekonomi, Akuntansi Dan Perpajakan (Rekan), 2(2), 99–108. https://doi.org/10.30812/rekan.v2i2.1405

Nurdiana, Pristiyono, & Mulkan Ritonga. (2023). Analisis Pemasaran Interaktive Dalam Menarik Minat Konsumen Berbelanja Online Dan Kepuasan Berbelanja. Journal of Trends Economics and Accounting Research, 3(4), 380–389. https://doi.org/10.47065/jtear.v3i4.599

Purnasari, P. D., & Sadewo, Y. D. (2021). Strategi Pembelajaran Pendidikan Dasar di Perbatasan Pada Era Digital. Jurnal Basicedu, 5(5), 3089–3100. https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i5.1218

Rahmah Utari Alfafa, I. A. (2023). Dinamika Marketplace Dan Toko Kelontong: Studi Kasus Di Desa Tambaksawah, Sidoarjo. Jurnal Analisa Sosiologi, 12(3), 575–588. https://doi.org/10.20961/jas.v12i3.69604

Subagyo, A. (2023). Penelitian Kualitatif : Metode Penelitian Kualitatif. Jurnal EQUILIBRIUM, 5(January), 1–7. http://belajarpsikologi.com/metode-penelitian-kualitatif/

Sugiono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Issue January).