

Strategi Adaptasi Toko kelontong dalam Menghadapi Kehadiran Toko Ritel Modern: di Lingkungan Desa Kalijaya Cikarang Barat, Bekasi

Octaviana Sitorus^{1*}, Son Haji², dan Tumini³

^{1,2} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, ³Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Panca Sakti Bekasi

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi adaptasi yang dilakukan oleh toko kelontong dalam menghadapi persaingan dengan toko ritel modern di desa Kalijaya. Kehadiran ritel modern seperti Indomaret dan Alfamart telah mengubah pola konsumsi masyarakat dan menurunkan daya saing toko kelontong tradisional. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Informan terdiri dari enam pemilik toko kelontong yang telah menjalankan usahanya minimal tiga tahun dan berlokasi dekat dengan ritel modern.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kehadiran ritel modern berdampak signifikan pada penurunan jumlah pelanggan dan meningkatnya tekanan persaingan harga bagi toko kelontong. Namun, toko kelontong yang mampu menerapkan strategi adaptasi seperti pelayanan personal, sistem pembayaran hutang, penyesuaian produk dan harga, sudah menggunakan teknologi sederhana (WhatsApp dan aplikasi pencatatan keuangan digital) tetap dapat mempertahankan usahanya. Faktor pendukung keberhasilan strategi ini antara lain kedekatan sosial dengan pelanggan dan lokasi yang strategis. Dengan demikian, meskipun dihadapkan pada dominasi ritel modern, toko kelontong masih memiliki peran penting dan strategis dalam ekonomi desa, terutama sebagai simpul sosial-ekonomi masyarakat lokal.

Kata Kunci: *Strategi Adaptasi¹, Toko Kelontong², Ritel Modern³*

Copyright (c) 2025 Octaviana Sitorus

✉ Corresponding author :

Email Address : octavianasitorus5@gmail.com

PENDAHULUAN

Perkembangan toko ritel modern seperti Indomaret dan Alfamart telah membawa perubahan signifikan pada pola konsumsi masyarakat, bahkan hingga ke wilayah pedesaan. Berdasarkan penelitian (Syahfitri, Nasution, and Putra 2025), toko kelontong tradisional menghadapi tekanan kompetitif yang kuat dari ritel modern, yang berdampak pada penurunan loyalitas pelanggan dan pendapatan usaha kelontong di Kecamatan Hamparan Perak. Strategi usaha seperti pelayanan ramah, promosi kreatif, dan ketersediaan produk lengkap terbukti efektif meningkatkan loyalitas pelanggan dengan kontribusi terhadap variansi loyalitas pelanggan sebesar 57,3 % ($R^2 = 0,573$) .

Desa Kalijaya yang sebelumnya didominasi oleh keberadaan toko kelontong sebagai tempat utama masyarakat memenuhi kebutuhan sehari-hari, kini mulai mengalami

pergeseran. Masyarakat cenderung memilih berbelanja di ritel modern karena dianggap lebih praktis, nyaman, dan memiliki pilihan produk yang lebih banyak. Hal ini tentunya membawa dampak langsung terhadap eksistensi toko kelontong yang umumnya masih di kelola secara tradisional, baik dari segi sistem pencatatan, tata letak stok hingga pelayanan kepada pelanggan.

Namun demikian, tidak semua toko kelontong mampu bertahan. Beberapa mengalami penurunan pendapatan secara drastis, bahkan terpaksa menutup usahanya. Di sisi lain, terdapat pula toko-toko kelontong yang justru berhasil bertahan dan bahkan berkembang dengan menerapkan strategi adaptasi tertentu. Kejadian ini menjadi menarik untuk diteliti lebih lanjut karena dapat menggambarkan bagaimana pelaku usaha mikro di desa mampu melakukan inovasi dan bertahan dalam iklim persaingan yang semakin ketat.

Penelitian ini akan difokuskan pada toko kelontong yang berada di Desa Kalijaya sebagai studi kasus dengan tujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisa strategi-strategi adaptasi yang dilakukan oleh toko kelontong dalam menghadapi persaingan dengan toko ritel modern. Selain itu penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor pendukung maupun penghambat dalam proses adaptasi tersebut. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata bagi pelaku usaha kecil, pengambil kebijakan di tingkat desa, maupun pihak-pihak lain yang berkepentingan dalam pengembangan ekonomi lokal.

Dalam konteks ini, beberapa permasalahan utama yang dapat diidentifikasi antara lain (1) perubahan perilaku konsumen, (2) persaingan harga dan diskon yang tidak seimbang, (3) keterbatasan dalam pengelolaan usaha, (4) kurangnya pemanfaatan teknologi informasi, (5) kesulitan dalam menjaga kepuasan pelanggan, dan (6) ketergantungan pada pasar lokal yang terbatas. Dengan itu maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah (1) bagaimana perubahan yang terjadi dalam perilaku konsumen dan pola persaingan usaha ritel di Desa Kalijaya setelah kehadiran toko ritel modern?, (2) mengapa sebagian masyarakat Desa Kalijaya lebih memilih berbelanja di ritel modern dibandingkan toko kelontong?, (3) Apa saja bentuk strategi adaptasi yang dihadapi oleh pemilik toko kelontong di Desa Kalijaya untuk menghadapi tekanan persaingan dari toko ritel modern? (4) factor-faktor apa saja yang mendukung keberhasilan toko kelontong di Desa Kalijaya dalam menerapkan strategi adaptasi tersebut?, (5) apa saja hambatan atau kendala yang dihadapi oleh toko kelontong di Desa Kalijaya dalam upaya beradaptasi terhadap kehadiran ritel modern?, (6) sejauh mana strategi adaptasi yang dilakukan oleh toko kelontong di Desa Kalijaya dalam mempertahankan eksistensi dan berkelanjutan usahanya di tengah dominasi ritel modern. Tujuan penelitian ini untuk (1) memahami perubahan perilaku konsumen dan kondisi persaingan usaha ritel di Desa Kalijaya setelah hadirnya toko ritel modern seperti Indomaret dan Alfamart. (2) menggali alasan masyarakat Desa Kalijaya dalam memilih berbelanja di ritel modern dibandingkan toko kelontong. (3) mendeskripsikan bentuk strategi adaptasi yang diterapkan oleh pemilik toko kelontong di Desa Kalijaya dalam menghadapi tekanan persaingan dari ritel modern. (4) menganalisis factor-faktor pendukung keberhasilan toko kelontong dalam menerapkan strategi adaptasi terhadap kehadiran toko ritel modern. (5) mengidentifikasi hambatan-hambatan yang dihadapi oleh toko kelontong dalam proses adaptasi terhadap lingkungan usaha yang semakin kompetitif. (6) mengevaluasi efektivitas strategi adaptasi toko kelontong dalam mempertahankan eksistensi dan keberlanjutan usahanya ditengah dominasi ritel modern.

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Toko Kelontong

Dari pendapat yang dikemukakan agar dapat di simpulkan oleh peneliti tentang pengertian toko kelontong, toko kelontong merupakan usaha kecil skala mikro yang menyediakan berbagai kebutuhan pokok dan barang harian secara eceran

kepada konsumen di sekitarnya. Selain fungsi sebagai penyedia barang, toko kelontong juga berperan sebagai pusat interaksi social dalam komunitas lokal.

Menurut (Syahfitri, Nasution, and Putra 2025) Toko kelontong merupakan usaha mikro tradisional yang menjual kebutuhan pokok sehari-hari dengan sistem sederhana. Keunggulan utamanya adalah kedekatan lokasi, fleksibilitas harga, serta hubungan sosial yang akrab dengan pelanggan, yang menjadi pembeda dari ritel modern (Jurnal Bisnis dan Corporate, 2024).

Keunggulan toko kelontong terletak pada hubungan personal dengan pelanggan, fleksibilitas harga, sistem utang (bon), serta kemampuan beradaptasi dengan kebutuhan lokal ((Syahfitri, Nasution, and Putra 2025); (Fitra and Rizana 2023)). Meskipun menghadapi tantangan dari ritel modern, toko kelontong tetap bertahan karena modal sosial dan kearifan lokal yang melekat pada operasionalnya.

Strategi adaptasi seperti pemanfaatan teknologi digital sederhana dan kemitraan bisnis terbukti efektif dalam memperkuat loyalitas pelanggan dan meningkatkan daya saing. Dengan demikian, toko kelontong tradisional dapat dipahami sebagai usaha mikro yang berakar kuat dalam komunitas lokal, memiliki fleksibilitas tinggi dalam operasional, serta adaptif terhadap perubahan pasar melalui pendekatan informal dan pemanfaatan teknologi dasar.

2.2 Toko Ritel Modern

Toko ritel modern merupakan gerai perdagangan yang dikelola secara profesional dengan sistem manajemen yang terorganisir dan dukungan teknologi informasi, yang memungkinkan konsumen merasakan kemudahan serta kenyamanan dalam berbelanja.

Menurut (Chaniago et al. 2019), ritel modern adalah bentuk perdagangan eceran yang dikelola secara profesional dengan memanfaatkan teknologi informasi serta manajemen yang terstandarisasi, sehingga mampu memberikan kenyamanan, kebersihan, dan harga yang kompetitif bagi konsumen. Hal ini menjadikan ritel modern lebih unggul dibandingkan toko tradisional yang masih dikelola secara sederhana.

Berdasarkan literatur di atas, ritel modern dapat didefinisikan sebagai gerai perdagangan eceran yang terorganisir secara profesional, menggunakan sistem manajemen dan teknologi modern untuk memberikan efisiensi, kenyamanan, dan pengalaman belanja yang konsisten bagi konsumen. Keunggulannya dibandingkan toko tradisional terletak pada dukungan modal dan jaringan distribusi besar, penerapan teknologi informasi (kasir digital, QRIS, sistem inventori), tata kelola toko yang rapi dan terstandarisasi, dan strategi promosi yang terjadwal dan terukur.

2.3 Strategi Adaptasi Usaha Kecil

Strategi adaptasi adalah rangkaian upaya strategis yang dilakukan oleh pelaku usaha untuk menyesuaikan diri dengan dinamika persaingan dan perubahan lingkungan pasar. Dalam konteks toko kelontong, adaptasi dapat melibatkan peningkatan variasi produk, inovasi dalam pelayanan, penyesuaian harga, serta pemanfaatan teknologi digital sederhana untuk memperluas jangkauan pasar. Menurut (Kotler, P., & Keller 2020), strategi adaptasi usaha kecil mencakup penyesuaian bauran pemasaran (marketing mix) dengan kondisi pasar yang berubah. Penyesuaian tersebut dapat berupa inovasi produk, penetapan harga yang sesuai daya beli, peningkatan saluran distribusi, serta promosi kreatif yang memanfaatkan sumber daya terbatas secara efektif.

Strategi adaptasi usaha kecil adalah upaya menyeluruh yang dilakukan untuk menyesuaikan diri dengan perubahan pasar melalui inovasi produk, penetapan harga yang kompetitif, peningkatan kualitas pelayanan, pemanfaatan teknologi sederhana, serta penguatan hubungan social dengan pelanggan. Kombinasi dari strategi-strategi ini akan membantu usaha kecil, termasuk toko kelontong, tetap bertahan dan

berkembang meskipun menghadapi tekanan dari pesaing yang lebih besar seperti ritel modern.

2.4 Teori Keunggulan Bersaing

Konsep keunggulan bersaing, terutama yang dikemukakan oleh (Porter, n.d.), menyoroti perlunya adanya keunikan atau nilai tambah yang tidak mudah ditiru oleh pesaing. Keunggulan ini bisa berupa diferensiasi produk, pelayanan personal, ataupun efisiensi operasional. Dalam konteks toko kelontong, pengembangan keunggulan bersaing dapat diwujudkan melalui hubungan yang lebih dekat dengan konsumen dan kemampuan untuk mengadaptasi produk serta layanan sesuai dengan kebutuhan komunitas. Hal ini memungkinkan toko kelontong untuk bersaing walaupun memiliki keterbatasan dalam hal sumber daya dan teknologi dibandingkan dengan ritel.

2.5 Teori Modal Sosial dan Embeddedness

Selain teori keunggulan bersaing dan strategi adaptasi usaha kecil, penelitian ini juga menggunakan pendekatan teori modal sosial dan teori embeddedness. Menurut teori embeddedness yang diperkenalkan oleh (Granovetter, n.d.), aktivitas ekonomi selalu tertanam dalam jaringan sosial yang memengaruhi perilaku ekonomi—interaksi tidak terlepas dari relasi sosial di sekitarnya. Teori modal sosial, sebagaimana dijelaskan oleh (Putnam 2020) menekankan pentingnya norma, jaringan, dan kepercayaan timbal balik dalam memfasilitasi kerja sama antar individu. Modal sosial yang tinggi memungkinkan toko kelontong untuk tetap eksis karena dukungan komunitas lokal yang kuat, meskipun secara teknis dan modal kalah dari ritel modern. Penggunaan kedua teori ini memberikan perspektif yang lebih luas dalam melihat strategi adaptasi toko kelontong sebagai tidak semata-mata ekonomi, tetapi juga sosial-kultural.

METHOD

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan jenis studi kasus. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memahami secara mendalam tentang strategi adaptasi toko kelontong dalam menghadapi kehadiran toko ritel modern di Desa Kalijaya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pemilik toko kelontong yang beroperasi di Desa Kalijaya, Kecamatan Cikarang Barat, Kabupaten Bekasi, khususnya yang berlokasi di sekitar toko ritel modern seperti Indomaret dan Alfamart. Berdasarkan data Pemerintah Desa Kalijaya tahun 2024, terdapat 85 toko kelontong yang tersebar di seluruh RW, dengan 32 toko di antaranya berlokasi dekat atau berdampingan dengan toko ritel modern. Jumlah inilah yang menjadi populasi penelitian.

Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling, yaitu penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu sesuai tujuan penelitian. Kriteria yang digunakan adalah (1) Pemilik toko kelontong yang telah menjalankan usahanya minimal 3 tahun. (2) Berlokasi kurang dari 300 meter dari toko ritel modern. (3) Bersedia menjadi informan penelitian dan memberikan informasi secara terbuka dan jujur. Berdasarkan kriteria tersebut, maka wawancara dipilih sebagai teknik utama pengumpulan data karena sesuai dengan pendekatan kualitatif yang menekankan pemahaman mendalam terhadap fenomena sosial. Wawancara memungkinkan peneliti menggali pengalaman, strategi, serta pandangan informan secara lebih detail dibandingkan kuesioner tertulis. Bentuk wawancara yang digunakan adalah semi-terstruktur, di mana peneliti telah menyiapkan pedoman pertanyaan sesuai indikator penelitian namun tetap memberi keleluasaan bagi informan untuk bercerita. Pemilihan informan dilakukan dengan teknik purposive sampling, yaitu pemilik toko kelontong yang telah beroperasi minimal tiga tahun, berlokasi kurang dari 300 meter dari ritel modern, serta bersedia memberikan informasi secara jujur. Teknik ini bertujuan agar data yang diperoleh relevan

dengan fokus penelitian, yaitu strategi adaptasi toko kelontong terhadap kehadiran toko ritel modern.

Penelitian ini menggunakan data kualitatif, yaitu data yang berbentuk narasi, deskripsi, pendapat, pengalaman, serta hasil observasi visual terhadap objek atau informan penelitian. Data kualitatif bersifat subjektif namun kontekstual, sehingga sangat sesuai untuk menggambarkan fenomena sosial seperti strategi adaptasi toko kelontong dalam menghadapi persaingan ritel modern. Menurut (Safrudin et al. 2023) menegaskan bahwa penelitian kualitatif menitikberatkan pada pemaknaan mendalam, memahami fenomena secara kontekstual, serta menggunakan pendekatan induktif, yang sangat penting dalam menangkap dinamika sosial di lapangan

Dalam penelitian ini, data diklasifikasikan ke dalam dua jenis utama berdasarkan sumbernya, yaitu data primer (wawancara mendalam, observasi langsung) dan data sekunder (literatur ilmiah, dokumentasi visual, data dari pemerintah desa). Penggunaan data sekunder ini melengkapi dan memperkuat temuan dari data primer, serta memberikan validitas eksternal terhadap hasil penelitian. Penggabungan antara data primer dan data sekunder memberikan keunggulan dalam hal kedalaman (depth) dan cakupan (breadth) informasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Interpretasi Hasil Penelitian

Tabel 1 Strategi Adaptasi yang Dilakukan Toko Kelontong

Kode Toko	Strategi Pelayanan	Strategi Produk & Harga	Strategi Teknologi	Ciri Khas Adaptasi
T1	Pelayanan akrab dan sistem bon	Menjual produk kemasan kecil dan harga fleksibel	Menggunakan buku warung untuk mencatat hutang	Pelanggan loyal karena pendekatan kekeluargaan
T2	Layanan antar ke rumah	Fokus produk sembako local	Promosi lewat whatsapp	Layanan personal ke tetangga dekat
T3	Buka lebih awal dan tutup lebih malam	Menjual produk musiman (buah local)	Belum memakai teknologi digital	Fleksibel dan responsive terhadap permintaan harian
T4	Sistem langganan untuk pelanggan tetap	Harga bisa ditawarkan untuk pelanggan tetap	Pakai status media social untuk promosi	Relasi social kuat dengan pelanggan ibu rumah tangga
T5	Melayani hutang harian kecil	Menjual produk murah dan terjangkau	Menggunakan aplikasi kasir sederhana	Toko kecil tapi sangat dekat dengan pemukiman padat

Kode Toko	Strategi Pelayanan	Strategi Produk & Harga	Strategi Teknologi	Ciri Khas Adaptasi
T6	Ramah, sistem cicil mingguan	Menyesuaikan produk dengan permintaan anak-anak (snack, jajanan, mainan)	Tidak menggunakan aplikasi	Focus pada anak sekolah dan pembeli harian

Sebagian besar toko kelontong masih mengandalkan hubungan sosial dengan pelanggan. Mereka mengenal hampir semua pelanggan secara pribadi dan memberikan layanan yang lebih akrab, termasuk sistem “utang (bon)” atau utang harian yang fleksibel. Toko kelontong mulai menyesuaikan produk dengan permintaan lokal, misalnya menjual produk dalam kemasan eceran, kebutuhan rumah tangga kecil (lilin, korek, dll), dan barang lokal seperti jajanan pasar. Beberapa toko buka lebih awal dan tutup lebih malam dari ritel modern, bahkan melayani pelanggan hingga larut malam. Beberapa toko mulai memanfaatkan WhatsApp untuk menerima pesanan, mencatat hutang digital menggunakan aplikasi seperti BukuWarung, dan promosi melalui status WA atau grup ibu-ibu PKK. Meski tidak bisa bersaing harga secara langsung, toko kelontong menyiasati dengan memberikan utang (bon), memberikan utang (bon/sistem kredit sederhana), serta bonus produk tambahan (misalnya cabai), “diskon untuk langganan tetap”, atau harga fleksibel untuk tetangga dekat.

Beberapa factor yang mendukung keberhasilan strategi adaptasi antara lain (1) hubungan social yang kuat dengan pelanggan, (2) letak geografis strategis (dekat rumah warga, digang sempit yang tidak bisa dijangkau kendaraan ke ritel modern), (3) biaya operasional yang rendah karena tidak menyewa tempat (4) kemampuan membaca kebutuhan lokal secara cepat dan fleksibel. Adapun kendala yang dihadapi toko kelontong antara lain (1) modal terbatas untuk berbelanja dalam jumlah besar atau renovasi toko, (2) keterbatasan akses terhadap pelatihan digitalisasi, (3) stigma ‘kuno’ dari konsumen muda yang lebih tertarik ke tempat ber-AC, (4) persaingan harga tidak seimbang karena ritel modern mendapat pasokan langsung dari pusat.

Tabel 2 Hasil Observasi Lapangan

Tanggal	Kode Toko	Waktu Observasi	Aktivitas yang Diamati	Catatan Khusus
10 Juli 2025	T1	08.00-10.00 WIB	Melayani pelanggan belanja harian	Pelanggan datang sambil mengobrol, mengambil barang langsung. Pemili ramah dan mengenal nama pelanggan.
08 Juli 2025	T2	13.00-14.00 WIB	Promosi via WhatsApp, menerima pesanan antar	Pemilik aktif mengirim daftar produk ke grup WA RT. Menerima pesanan untuk diantar ke rumah pelanggan lansia.

Tanggal	Kode Toko	Waktu Observasi	Aktivitas yang Diamati	Catatan Khusus
09 Juli 2025	T3	07.30-08.30 WIB	Menata ulang rak barang sebelum buka	Toko buka lebih pagi dari ritel modern. Menyediakan produk musiman seperti rambutan dan durian local.
10 Juli 2025	T4	17.00-18.00 WIB	Melayani ibu-ibu yang baru pulang kerja	Sering memberikan diskon kecil untuk pelanggan tetap. Sistem bon masih digunakan. Pemilik ramah dan suka bercanda.
11 Juli 2025	T5	10.00-11.00 WIB	Menerapkan aplikasi kasir sederhana	Toko tampak kecil tapi rapi. Transaksi dicatat digital. Anak-anak sekolah sering membeli jajanan.
12 Juli 2025	T6	15.00-16.00 WIB	Pelayanan santai dan informal, menerima cicilan harian	Pelanggan membeli kebutuhan pokok dalam jumlah kecil (eceran), pembayarannya dilakukan mingguan.

4.2 Pembahasan Penelitian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keenam toko kelontong yang menjadi objek penelitian menerapkan beberapa strategi adaptasi untuk mempertahankan eksistensi mereka, antara lain: (1) Pelayanan Personal dan Kedekatan Sosial, hampir semua informan memanfaatkan hubungan personal dengan pelanggan. Misalnya, Ibu Asih (T1) dan Ibu Kokom (T2) mengaku mengenal sebagian besar pelanggan secara pribadi, sehingga mampu memberikan pelayanan lebih fleksibel, seperti sistem bon (utang) tanpa bunga. (2) Penyesuaian Produk dan Harga, beberapa toko menambah variasi barang yang tidak tersedia di ritel modern, seperti sayuran segar, bumbu dapur lokal, dan jajanan tradisional. Penetapan harga disesuaikan dengan daya beli masyarakat sekitar, bahkan memberikan potongan harga untuk pelanggan setia. (3) Fleksibilitas Jam Operasional, toko kelontong umumnya beroperasi lebih lama dibanding ritel modern, bahkan hingga larut malam. Ibu Radit (T3) mengaku sering membuka toko lebih awal (pukul 05.00) untuk melayani pelanggan yang hendak bekerja. (4) Pemanfaatan Teknologi Sederhana, beberapa pemilik, seperti Bapak Iyus (T5), menggunakan aplikasi kasir digital untuk pencatatan penjualan, sementara yang lain memanfaatkan WhatsApp untuk menerima pesanan dan mempromosikan barang baru.

Factor yang mendukung keberhasilan strategi adaptasi toko kelontong di Desa Kalijaya antara lain (1) lokasi strategis, mayoritas toko berada di jalur yang sering dilalui warga, sehingga mudah diakses. (2) modal sosial tinggi, kedekatan pemilik dengan masyarakat menciptakan rasa saling percaya. (3) kebutuhan harian stabil, barang yang dijual selalu relevan dengan kebutuhan rumah tangga. Meskipun memiliki keunggulan, toko kelontong juga menghadapi beberapa hambatan, yaitu (1) keterbatasan modal, membatasi jumlah stok barang dan kemampuan mengikuti tren produk baru. (2) akses teknologi, tidak semua pemilik mampu memanfaatkan

teknologi untuk pemasaran atau pencatatan keuangan. (3) persaingan harga, ritel modern sering memberikan promo besar-besaran yang sulit ditandingi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Supriyadi (2023) yang menyatakan bahwa toko kelontong bertahan melalui pelayanan personal, penyesuaian produk, dan pemanfaatan modal sosial. Namun, penelitian ini menambahkan temuan bahwa fleksibilitas jam operasional dan inovasi sederhana melalui teknologi juga berperan penting dalam adaptasi. Temuan ini menunjukkan bahwa toko kelontong di Desa Kalijaya memiliki peluang untuk terus bertahan jika mampu mengombinasikan kekuatan modal sosial dengan pemanfaatan teknologi sederhana, tanpa mengabaikan kebutuhan khas masyarakat lokal.

Tabel 3 Ringkasan Strategi Adaptasi, Faktor Pendukung, dan Hambatan Toko

Kode Toko	Strategi Adaptasi	Faktor Pendukung	Hambatan
T1	Pelayanan personal, sistem bon, penyesuaian harga	Lokasi dekat pasar, pelanggan tetap loyal	Modal terbatas untuk stok barang
T2	Pelayanan personal, layanan antar via Whatsapp	Kedekatan social dengan pelanggan, akses mudah	Persaingan harga dengan ritel modern
T3	Penyesuaian produk lokal, jam buka lebih awal	Lokasi dekat pemukiman padat, kebutuhan harian stabil	Tidak menggunakan teknologi digital
T4	Promosi melalui Whatsapp status, fleksibilitas jam buka	Jaringan pelanggan dari sekolah dan warung sekitar	Akses pemasok terbatas
T5	Aplikasi kasir digital, variasi produk	Pemanfaatan teknologi, lokasi dijalar antar RW	Keterbatasan modal untuk pengembangan
T6	Sistem cicilan manual, penyesuaian harga	Hubungan baik dengan pelanggan tetap	Sulit bersaing dalam promo dan diskon

SIMPULAN

Toko kelontong menerapkan berbagai strategi adaptasi untuk bertahan menghadapi persaingan dengan ritel modern, antara lain: (1) Pelayanan personal yang mengedepankan hubungan kedekatan sosial dengan pelanggan. (2) Penyesuaian produk dengan menambah barang yang tidak tersedia di ritel modern seperti sayuran segar dan jajanan tradisional. (3) Penetapan harga yang fleksibel dan pemberian sistem bon atau cicilan manual. (4) Fleksibilitas jam operasional, umumnya buka lebih awal dan tutup lebih larut dibanding ritel modern. (5) Pemanfaatan teknologi sederhana seperti WhatsApp untuk promosi dan aplikasi kasir digital untuk pencatatan penjualan.

Faktor pendukung keberhasilan strategi adaptasi meliputi lokasi strategis toko, modal sosial yang kuat antara pemilik dan pelanggan, kebutuhan harian yang stabil, serta keberadaan pelanggan setia yang sudah terjalin sejak lama. Hambatan utama yang dihadapi toko kelontong adalah keterbatasan modal untuk menambah stok dan variasi produk, keterbatasan akses terhadap teknologi dan pemasok murah, serta

persaingan harga dengan ritel modern yang mampu memberikan promo besar secara rutin.

Penelitian ini menemukan bahwa selain strategi yang telah banyak disebutkan di penelitian sebelumnya (pelayanan personal, penyesuaian produk, dan modal sosial), fleksibilitas jam operasional dan inovasi teknologi sederhana (misalnya aplikasi kasir dan promosi via WhatsApp Status) menjadi faktor kunci yang mampu meningkatkan daya saing toko kelontong. Temuan inimenegaskan bahwa adaptasi terhadap teknologi, walau sederhana, mulai menjadi pembeda signifikan bagi toko kelontong di era persaingan dengan ritel modern.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa keberlangsungan toko kelontong tidak hanya bergantung pada faktor ekonomi, tetapi juga pada modal sosial dan kemampuan adaptasi berbasis lokal. Dengan mengombinasikan pelayanan personal, fleksibilitas, dan pemanfaatan teknologi sederhana, toko kelontong tetap dapat mempertahankan eksistensinya di tengah gempuran ritel modern.

Referensi :

- Alfafa, Rahmah Utari, and Isa Anshori. 2023. "Dinamika Marketplace Dan Toko Kelontong: Studi Kasus Di Desa Tambaksawah, Sidoarjo." *Jurnal Analisa Sosiologi* 12 (3): 575-88. <https://doi.org/10.20961/jas.v12i3.69604>.
- Aramiko, Sari Ayu. 2011. Dampak Pasar Ritel Modern Terhadap Pasar Dan Pedagang Ritel Tradisional Di Kota Tangerang Selatan Dan Upaya Penanggulangannya. https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/5141/1/SARI_WAHYU_ARAMIKO-FSH.pdf.
- Arkho, Azhar, and Cici Suila. 2025. "Analisis Pengembangan Bisnis Toko Kelontong Lancar Jaya Melalui Program Kemitraan Sampoerna Retail Community (Src)." *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan* 17 (1): 30-40. <https://doi.org/10.55598/jmk.v17i1.13>.
- Chaniago, Harmon, Iwan Mulyawan, Tintin Suhaeni, and Rahil Jumiyan. 2019. "Faktor Kunci Keberhasilan Ritel Modern Di Indonesia." *JURNAL AKUNTANSI, EKONOMI Dan MANAJEMEN BISNIS* 7 (2): 201-8. <https://doi.org/10.30871/jaemb.v7i2.1726>.
- Erika, S, M R Wahyudi, N B Maharani, and ... 2023. "Analisis Pembayaran Dengan Menggunakan Sistem Qris Untuk Meningkatkan Kinerja UMKM Di Pekanbaru." *Jurnal Pendidikan* 7: 499-505. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/12420%0Ahttps://jptam.org/index.php/jptam/article/download/12420/9556>.
- Firmansyah, Habib, Andi Mulyono, and Naufal Sinatria. 2024. "Analisis SWOT Dan Strategi Eksistensi Bisnis Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada UMKM Warung Budi Steam Di Desa Gadingrejo Utara)." *JAA: Jurnal Akuntansi Aisyah* 5 (1). <https://journal.aisyahuniversity.ac.id/index.php/JAA/article/view/1672/777>.
- Fitra, Joko, and Dani Rizana. 2023. "Kustomisasi Layanan Pada Ritel Tradisional (Studi Pada Komunitas Toko Kelontong Di Kabupaten Barlingmascakeb)." *Jurnal Inovasi Bisnis Manajemen Dan Akuntansi* 1 (1): 100-108. www.journal.inovatif.co.id.
- Granovetter, Mark. n.d. "'Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness.' *American Journal of Sociology*, 1985, Pp. 481-510. JSTOR, <http://www.jstor.org/stable/2780199>. Accessed" 91, n.
- Ismi, Yuni Firayanti, and Fidia Wulansari. 2024. "Analisis Strategi Pemasaran Toko Kelontong Dalam Menghadapi Perusahaan Ritel Di Kabupaten Kubu Raya." *Jurnal Penelitian Multidisiplin* 2: 825-39.
- Khusaini, Khusaini, Lina Widya Lestari, Aniek Widiarti, and Agus Suherman. 2022. "Social Capital and Location as Determinants in Improving MSME Performance." *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis (JPEB)* 10 (2): 123-36. <https://doi.org/10.21009/jpeb.010.2.3>.
- Kineta, Aulya, and Diah Hari Suryaningrum. 2024. "Strategi Pengembangan Toko Kelontong

- Di Kecamatan Gayungan." *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen* 2 (4): 163–77. <https://doi.org/10.59024/jise.v2i4.956>.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education. 2020. *Marketing Management*.
- Mardhiyah, Ainun, and Feby Aulia Safrin. 2021. "Persaingan Usaha Warung Tradisional Dengan Toko Modern." *Jurnal Bisnis Dan Manajemen* 8 (1). <https://doi.org/10.26905/jbm.v8i1.5454>.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2020). n.d. "Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2020). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (4th Ed.). SAGE Publications.No Title." In *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (4th Ed.). SAGE Publications.
- Nurahma, Gilang Asri, and Wiwin Hendriani. 2021. "Tinjauan Sistematis Studi Kasus Dalam Penelitian Kualitatif." *Mediapsi* 7 (2): 119–29. <https://doi.org/10.21776/ub.mps.2021.007.02.4>.
- Porter, M. E. n.d. *The Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Putnam, R. D. (2000). 2020. "The Collapse and Revival of American Community. New York: Simon & Schuster." In *Bowling Alone*.
- Safrudin, Rizal, Zulfamanna, Martin Kustati, and Nana Sepriyanti. 2023. "Penelitian Kualitatif." *Journal Of Social Science Research* 3 (2): 1–15.
- Saputra, Yayan, Rifda Ilahy Rosihan, Widya Spalanzani, Ratih Kumalasari, and Hany Riyanti. 2022. "Analisis Perilaku Konsumen Dalam Memutuskan Minimarket Sebagai Tempat Berbelanja." *Jurnal Rekavasi* 10 (1): 45–55. <https://doi.org/10.34151/rekavasi.v10i1.3880>.
- Sugiyono. 2022. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.No Title.
- Syahfitri, Wulandari, Farida Hanum Nasution, and Teguh Dwi Putra. 2025. "Pengaruh Penerapan Strategi Usaha Toko Kelontong Pada Usaha Dagang Wulandari Terhadap Peningkatan Loyalitas Pelanggan Dalam Menghadapi Usaha Ritel Yang Menjamur Di Kecamatan Hamparan Perak." *Jurnal Bisnis Corporate* 9 (2): 157–72. <https://doi.org/10.46576/jbc.v9i2.5818>.
- Timotius Hernika Putra. 2023. "Toko Kelontong Tradisional Dalam Era Teknologi Bisnis Digital." *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen* 2 (3): 01–17. <https://doi.org/10.55606/jupiman.v2i3.1973>.
- upriadi, A., Sumaji, U. S., & Adriyanto, M. A. (2023). 2023. "Sistem Keuangan Dan Pencatatan Akuntansi Bagi Usaha Kecil Dan Menengah Di UMKM Kota Depok" 4 (1): 561–67.
- Windi Herlin Dera, Faturahman Faturahman, and Atar Satria Fikri. 2023. "Analisis Strategi Eksistensi Toko Kelontong Dalam Menghadapi Perkembangan Pasar Modern Di Kabupaten Tebo." *E-Bisnis: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis* 16 (2): 365–83. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v16i2.1266>.
- Yohanna Meilani Putri, Rica Agatha, and Reefadhinta Novta Amelia. 2023. "Strategi Bertahannya Warung Kelontong Dalam Gempuran Market Modern." *Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan* 2 (2): 164–70. <https://doi.org/10.55606/inovasi.v2i2.1423>.
- Yunianto, Rosyid Nur, Yuhastina, and Nurhadi. 2022. "2022_Yunianto_dkk_Strategi Eksistensi Toko Kelontong Di Jalan Kartika Jebres Surakarta." *Equilibrium* 10 (3): 344–53