



STRATEGI BERTAHANNYA WARUNG KELONTONG DALAM GEMPURAN MARKET MODERN

Yohanna Meilani Putri^a, Rica Agatha^b, Reefadhinta Novta Amelia^c

^a Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik / Sosiologi, yohannafiorello@gmail.com, Universitas Jember

^b Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik / Sosiologi, ricaagatha215@gmail.com, Universitas Jember

^c Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik / Sosiologi, reefadhinta.na@gmail.com Universitas Jember

ABSTRACT

The development of the times has brought the transition of the traditional era to modern. The existence of grocery stalls is synonymous with small businesses that provide consumers' daily needs at affordable prices. The existence of modern retail that mushroomed like a large market caused competition to threaten the existence of traditional retail. More and more large markets are also taking advantage of the era of technology and social media so that they are involved as online markets. The onslaught of the times and the advancement of modern retail has caused grocery stalls that are friendly to the community to be threatened. Although it varies in order to meet the needs of the community, it certainly creates negative and positive sides, especially for grocery stalls so that it requires various strategies to survive and develop at this time.

Keywords: Grocery Stall, Modern Market, Retail

Abstrak

Perkembangan zaman telah membawa peralihan era tradisional menuju modern. Keberadaan warung kelontong identik dengan usaha kecil yang menyediakan kebutuhan sehari-hari konsumen dengan harga yang terjangkau. Keberadaan ritel modern yang menjamur seperti market yang besar menimbulkan persaingan hingga terancamnya keberadaan ritel tradisional. Market besar yang semakin banyak juga memanfaatkan era teknologi dan sosial media sehingga berkecimpung sebagai online market. Gempuran perkembangan zaman dan kemajuan ritel modern menyebabkan warung kelontong yang bersahabat dengan masyarakat terancam. Walaupun variatif dalam rangka pemenuhan kebutuhan masyarakat, tentu menciptakan sisi negatif dan positif terutama bagi warung kelontong sehingga memerlukan berbagai strategi bertahan dan berkembang saat ini.

Kata Kunci: Warung kelontong, Market modern, Ritel

1. PENDAHULUAN

Ritel yang identik dengan usaha kecil atau eceran bisa dijumpai di seluruh tempat. Perkembangan zaman yang menciptakan kemajuan ilmu dan teknologi menciptakan berbagai inovasi yang memudahkan semua orang. Semua kegiatan yang awalnya dilaksanakan dengan sederhana dan tradisional kini sudah didukung kemajuan teknologi yang melahirkan masa modern, yang mana seluruh aspek didalamnya didukung dengan tersedianya fasilitas dan akses yang lebih mudah, termasuk ritel. Perbedaan cakupan dan perkembangan ritel modern dengan tradisional tentu menjadi persaingan. Karakteristik ritel modern yang lebih pesat dan fleksibel dengan arus zaman berada di posisi yang kuat, sehingga menjadikan ritel tradisional yang belum beralih menjadi lemah. Hal tersebut dikarenakan perubahan skala yang kian drastis, cakupan ritel modern yang lebih luas dan tidak terpaku dalam zona itu-itu saja.

Kondisi tersebut menimbulkan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) atau usaha lingkup domestik merapuh. Tidak jarang satu-persatu mengalami kerugian. Usaha ritel tradisional seperti warung kelontong mulai merasakan dampak yang signifikan dari adanya persaingan ritel modern yang semakin berkembang pesat. Permintaan pasar yang semakin besar tiap tahunnya dan perilaku konsumtif masyarakat menuntut pembaharuan pasar yang lebih praktis dan cepat melalui teknologi yang sudah berkembang.

Sehingga kemunculan ritel modern diterima sangat baik di masyarakat karena dinilai lebih memudahkan dalam pemenuhan kebutuhan harian masyarakat, namun justru menjadi sebuah ancaman bagi warung kelontong yang memiliki usaha kecil maupun menengah yang masih bersifat tradisional.

Di tengah perkembangan ritel modern, warung kelontong mau tidak mau harus mampu bersaing dan mampu menghadapi tantangan yang ada untuk mempertahankan usaha kecil menengah ini. Menjamurnya bisnis ritel modern membuat para masyarakat ataupun para konsumen warung kelontong beralih ke marketplace online maupun toko modern yang saat ini juga banyak mengalami perkembangan. diperlukan strategi yang tepat bagi warung kelontong untuk terus bertahan dan beradaptasi dengan persaingan ritel modern yang ada. berusaha memberikan penawaran terbaik yang dapat dilakukan warung kelontong dengan membawa dampak sosial positif sehingga muncul persepsi masyarakat bahwa warung kelontong masih layak bertahan di era modern ini.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Metode adalah aspek yang sangat penting dan besar pengaruhnya terhadap berhasil tidaknya suatu penelitian, terutama untuk mengumpulkan data. Sebab data yang diperoleh dalam suatu penelitian merupakan gambaran dari objek penelitian. Metode pendekatan penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah aspek yang sangat penting dan besar pengaruhnya terhadap berhasil tidaknya suatu penelitian, terutama untuk mengumpulkan data. Sebab data yang diperoleh dalam suatu penelitian merupakan gambaran dari objek penelitian. Penelitian kualitatif ini dilakukan dengan pendekatan fenomenologi. Penelitian fenomenologi yaitu jenis penelitian kualitatif yang melihat dan mendengar lebih dekat dan terperinci penjelasan dan pemahaman individu tentang pengalaman-pengalamannya.

Penelitian fenomenologi memiliki tujuan yaitu guna menginterpretasikan serta menjelaskan pengalaman-pengalaman yang dialami seseorang dalam kehidupan ini, termasuk pengalaman saat interaksi dengan orang lain dan lingkungan sekitar. Dalam konteks penelitian kualitatif, kehadiran suatu fenomena dapat dimaknai sebagai sesuatu yang ada dan muncul dalam kesadaran peneliti dengan menggunakan cara serta penjelasan tertentu bagaimana proses sesuatu menjadi terlihat jelas dan nyata. Pada penelitian fenomenologi lebih mengutamakan pada mencari, mempelajari dan menyampaikan arti fenomena, peristiwa yang terjadi dan hubungannya dengan orang-orang biasa dalam situasi tertentu. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan penjabaran metode dan langkah- langkah yang dilakukan dengan merincikan secara eksploratif dengan menggunakan pendekatan kualitatif.

Peneliti memilih menggunakan metode ini dengan bahan pertimbangan bahwa fenomena yang diteliti termasuk fenomena yang membutuhkan penggunaan pengamatan serta observasi lebih dalam dan bukan menggunakan model angka atau statistik. Selain itu, dengan penelitian kualitatif akan lebih mudah apabila berhadapan dengan kondisi yang nyata atau data yang sebenarnya. Penelitian kualitatif dipilih dengan alasan karena adanya kedekatan dan kemudahan informasi yang bisa diakses terkait penelitian. Selain itu, alasan lainnya karena kedekatan antara peneliti dan responden maka dalam hal penyampaian informasi akan lebih terbuka dan transparan sehingga data yang dikumpulkan akan lebih mendalam. Fenomenologi berfokus pada bagaimana orang mengalami fenomena tertentu, artinya orang mengalami sesuatu bukan karena pengalaman tetapi karena fenomena yang terjadi di kehidupannya.

Peneliti ingin menggambarkan secara jelas tentang objek penelitian melalui fenomena yang dialami para informan terkait. Fenomena yang digambarkan berdasarkan keadaan nyata dan sebenarnya sehingga akan mampu memberikan kesan naturalistik sesuai definisi fenomenologi. Fenomenologi dalam pelaksanaannya berusaha untuk mengungkapkan, mempelajari serta memahami suatu fenomena yang sesuai konteksnya yang khas dan unik yang dialami oleh individu hingga tatanan "keyakinan" individu yang bersangkutan. Oleh karena itu, dalam memahami dan mempelajari harus didasari oleh sudut pandang, paradigma dan keyakinan langsung dari individu yang bersangkutan sebagai subjek yang mengalami fenomena tersebut secara langsung. Dapat dikatakan pula, penelitian fenomenologi berusaha untuk mengungkapkan dan menjabarkan makna secara psikologis dari suatu pengalaman hidup individu terhadap suatu fenomena melalui penelitian yang mendalam dengan cara wawancara dan observasi dalam hal pengalaman kehidupan sehari-hari subjek yang diteliti (Herdiansyah, 2012)

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian diartikan sebagai suatu tempat atau wilayah dimana penelitian tersebut akan dilakukan. Adapun penelitian yang dilakukan oleh penulis mengambil lokasi di salah satu toko kelontong di

Perumahan Demangmulya Kebonsari Summersari Kabupaten Jember Lokasi tersebut dipilih sebagai lokasi penelitian oleh penulis dengan alasan bahwa di tempat tersebut peneliti menemukan beberapa subjek penelitian yang sesuai dengan karakteristik atau fokus penelitian yang ingin penulis teliti serta penulis juga mendapatkan kemudahan akses untuk mencari narasumber kunci di pemilik toko kelontong tersebut. Waktu penelitian merupakan waktu yang digunakan untuk memperoleh pemecahan masalah penelitian. Dalam hal ini peneliti menargetkan waktu satu bulan untuk melaksanakan penelitian ini di lokasi

Penentuan Informan

Pada bagian ini dilaporkan jenis data dan sumber data. Uraian tersebut meliputi data apa saja yang ingin diperoleh, siapa yang hendak dijadikan informan, bagaimana data akan dicari dan di jaring sehingga validitasnya dapat dijamin. Untuk menentukan informan dalam penelitian ini, peneliti memilih teknik purposive sampling dan Snowball Sampling.

Teknik purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi objek/situasi sosial yang diteliti. Dalam teknik *purpose sampling* peneliti memilih subyek penelitian dengan tujuan untuk menentukan informan kunci (key informan) yang sesuai dengan fokus penelitian yang dilakukan secara sengaja tanpa dibuat-buat untuk mendapatkan kekuatan akurasi. Sedangkan untuk menambah kredibilitas data, peneliti juga menggunakan teknik snowball sampling yang mana bertujuan untuk mengembangkan informasi dari informan yang telah ditentukan. Berdasarkan uraian tersebut, maka yang akan dijadikan subjek adalah pemilik toko kelontong Perumahan Demangmulya Kebonsari Summersari Kabupaten Jember

Teknik Pengumpulan data

Pada bagian ini dikemukakan bahwa, dalam penelitian kualitatif, teknik pengumpulan data yang utama adalah observasi non participant, wawancara mendalam, dokumentasi, dan gabungan ketiganya atau triangulasi. Perlu diungkapkan jika pengumpulan data dengan cara observasi, maka perlu dikemukakan apa yang akan diobservasi, jika wawancara, maka harus ditentukan kepada siapa akan melakukan wawancara. Adapun beberapa teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti yaitu:

1. Observasi adalah Metode pengumpulan data yang akan dilakukan peneliti bersama PKL dimana penelitian atau kolaboratornya mencatat informasi sebagaimana yang mereka saksikan selama penelitian dimaksudkan suatu cara pengambilan data melalui pengamatan langsung terhadap situasi atau peristiwa yang ada di lapangan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode observasi non partisipan di mana peneliti hanya melakukan penelitian atau mengamati tanpa ikut terlibat dalam kegiatan tersebut. Peneliti melakukan pengamatan secara langsung di lokasi terhadap obyek penelitian untuk mengumpulkan data sebanyak mungkin ataupun informasi yang berhubungan langsung dengan masalah yang diteliti.
2. Wawancara yang dilakukan adalah menggali informasi yang lebih dalam kepada pemilik toko kelontong yang berisi pertemuan antara dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara juga merupakan alat mengecek ulang atau pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang diperoleh sebelumnya dan juga merupakan teknik komunikasi langsung antara peneliti dan responden. Dalam wawancara-mendalam melakukan penggalian secara mendalam terhadap satu topik yang telah ditentukan berdasarkan tujuan dan maksud diadakan wawancara tersebut dengan menggunakan pertanyaan terbuka. Penggalian yang dilakukan untuk mengetahui pendapat mereka berdasarkan perspective responden dalam memandang sebuah permasalahan. Teknik wawancara ini dilakukan oleh seorang pewawancara dengan wawancara satu orang secara tatap muka.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Warung kelontong pada sejarah sebenarnya diawali oleh pedagang china pada akhir abad ke-19 yang banyak bermunculan pada saat itu, namun kelontong sendiri adalah sebuah alat yang dapat menghasilkan suara ketika digerakan. alat kelontong digunakan untuk menarik perhatian para pembeli untuk keluar rumah dan membeli barang dagangan dan alhasil suara inilah yang menjadi ciri khas adanya pedagang keliling yang sejak saat itu masyarakat menyebutnya dengan warung kelontong . pada abad tersebut para pedagang china menjajakan dagangannya dengan berkeliling dari rumah ke rumah di perkampungan warga. Pada zaman tersebut sekitar tahun 1870-an yang kala itu merupakan zaman kolonial, dimana pemerintahan indonesia dalam hal meningkatkan ekonomi masih belum stabil dan mengalami banyak kesulitan yang mengakibatkan pemerintah usaha dengan mulai membuat berbagai

macam barang kebutuhan rumah tangga guna memenuhi kebutuhan masyarakat. Dengan menggantikan produk yang lama atau ketinggalan jaman dengan produk yang baru, namun usaha ini tidak sepenuhnya berjalan lancar dikarenakan produksi yang besar besaran membuat pasar lokal Indonesia mengalami penumpukan barang sehingga pasar dipenuhi dengan berbagai macam barang.

Melalui fenomena tersebut masyarakat Tionghoa yang tinggal di Indonesia, mengambil kesempatan tersebut menjadi sebuah peluang usaha. Pada akhirnya masyarakat Tionghoa mengambil barang dan men stok dalam jumlah banyak untuk diperjualbelikan secara keliling sehingga masyarakat pribumi tidak perlu repot untuk datang ke pasar dan juga kelebihan barang di pasar juga dapat teratasi. Dengan pendapatan yang lumayan besar dengan adanya potensi kelontong ini, masyarakat Tionghoa mulai membuka warung kecil di desa desa untuk menjual barang tanpa perlu keliling sehingga sejak saat itu para pribumi memenuhi kebutuhan sehari-harinya dengan datang ke warung kelontong.

Sejak saat itu warung kelontong mulai berkembang pesat di Indonesia hingga saat ini, dan para penjual tidak hanya berasal dari keturunan Tionghoa saja namun banyak masyarakat di seluruh penjuru Indonesia melakukan usaha kecil ini untuk memenuhi kebutuhan ekonomi. Secara ekonomi dan sosial, hidup di tengah kawasan yang sulit terjangkau, menggambarkan sebuah entitas. Masyarakat harus menghadapi tekanan hidup yang begitu besar, terhadap kondisi perekonomian keluarga mereka (Lily, Shavira, Surya, Yuswadi, Ganefo & Hidayat, 2022). Faktor ekonomi mempunyai pengaruh besar terhadap keluarga. Para orang tua harus terus bekerja agar bisa terus memenuhi kebutuhan ekonominya (Aryanik, Suhartini: 2012). Oleh karena itu, usaha kecil ini diklaim sebagai usaha yang menjanjikan dan menguntungkan bagi masyarakat yang tinggal di perkampungan, pendapatan yang didapatkan juga lumayan besar sehingga banyak masyarakat yang tergiur untuk membuka usaha kecil ini.

Usaha kecil ini meraup keuntungan yang tidak begitu besar. Lengkapnya kebutuhan yang tersedia bagi masyarakat sebagai konsumen. Rata-rata per harinya usaha warung kelontong ini meraup puluhan ribu hingga jutaan Rupiah. Tetapi seiring perkembangannya zaman tentu menjadi sangat sulit dikarenakan persaingan yang semakin banyak dan ketat ditambah lagi dengan berkembangnya teknologi. Selain itu, warung yang semula menjadi pilihan utama masyarakat dalam membeli kebutuhan sehari-harinya saat ini bersaing dengan market besar yang menyediakan kebutuhan pembeli dengan fasilitas dan tempat yang memadai. Market besar kian menjamur dan bahkan hanya berjarak beberapa kilometer saja. Hal ini menjadi tantangan yang benar-benar membuat warung kelontong perlu menciptakan strategi dalam menghadapi persaingan ini. Market besar yang kian banyak secara tidak langsung juga membuat warung kelontong yang tidak dapat bertahan gulung tikar.

Masyarakat cenderung memilih market besar karena fasilitas dan kelengkapan yang lebih tersedia. Tidak jarang market juga menyediakan berbagai fasilitas untuk uang online yang sangat dibutuhkan masyarakat dengan lengkap. Walaupun dari segi harga, warung kelontong membandrol harga yang paling murah dibanding market besar, pembeli tidak terlalu merasa rugi. Karena fasilitas, tempat yang nyaman sehingga membuat mereka lebih memilih untuk di market besar daripada di warung kelontong.

Masyarakat dominan menggunakan bisnis ritel modern yang kini meningkat pesat. Dalam fenomena yang wajar jika dikaitkan dengan perkembangan zaman serta meningkatnya jumlah kelas menengah di tanah air. Pertumbuhan bisnis ritel modern jika dikelola dengan baik dapat mendatangkan banyak manfaat bagi negara dan masyarakat dalam bentuk pemasukan pajak bagi pemerintah pusat dan daerah, menambah lapangan kerja, meningkatkan investasi, menggerakkan sektor usaha riil dan pariwisata, meningkatkan konsumsi dalam negeri, meningkatkan kemitraan usaha dengan UMKM, dan lain-lain. Perkembangan pasar modern atau ritel modern sesungguhnya dapat mempercepat kemajuan perekonomian bangsa, asalkan tidak sampai mematikan pasar tradisional.

Untuk itulah Pemerintah membuat sejumlah regulasi yang salah satunya mengatur tentang jarak antara pasar modern dan pasar tradisional. Namun sangat disayangkan banyak aturan yang dilanggar sehingga terjadi persaingan yang tidak sehat antara pasar modern dan pasar tradisional. Bahkan di antara pengelola pasar modern terjadi persaingan yang tidak sehat. Persaingan tidak sehat juga dapat dikendalikan dengan peraturan yang membatasi jam operasional toko modern. Namun upaya pemerintah untuk melindungi pasar tradisional tidak boleh menghambat kemajuan pasar modern yang sudah menjadi kebutuhan zaman yang terus berubah. Semua itu dapat dikelola dengan baik, asal didukung dengan mekanisme fisik dan jam kerja serta pengawasan polisi yang baik. Perkembangan bisnis ritel modern di Indonesia beberapa tahun terakhir sangatlah pesat. Ritel modern muncul karena peritel melihat peluang dari adanya kebutuhan masyarakat yang belum terpenuhi.

Munculnya berbagai macam gerai ritel modern menyebabkan tingkat persaingan dalam beberapa konteks menjadi tinggi. Salah satu strategi agar suatu ritel atau toko mampu bersaing dan bertahan dalam pasar yaitu dengan membangun citra toko yang baik di mata konsumen maupun publik karena citra toko dapat mempengaruhi proses keputusan pembelian suatu produk. Namun tuntutan persaingan dan kebutuhan pelanggan terhadap tempat berbelanja yang nyaman mengkondisikan dengan adanya bisnis ritel harus mulai dan terus berbenah diri dengan menggunakan pendekatan pengelolaan bisnis ritel modern yang lebih memfokuskan diri pada bagaimana ritel dapat memenuhi kebutuhan-kebutuhan tambahan dalam menjalankan fungsinya sebagai perantara.

E-commerce atau *electronic commerce* yaitu kumpulan teknologi, aplikasi dan bisnis yang menghubungkan perusahaan atau perseorangan sebagai konsumen untuk melakukan transaksi elektronik, pertukaran barang dan pertukaran informasi melalui internet atau informasi. Fenomena ini ditandai dengan menjamurnya toko-toko online dan transaksi elektronik antara pedagang dan pembeli yang umumnya hanya bertemu secara online (Jannah: 2018). Dengan hal itu ranah ritel modern tentunya memberikan kemudahan akses serta dapat lebih fokus dalam memberikan pilihan, keragaman produk, layanan konsumen secara prima, kemampuan untuk mendisplay atau memajang barang dagang, dan aspek-aspek lain yang menyebabkan konsumen mendapatkan kenyamanan dalam berbelanja. Banyak perbedaan yang dihadirkan bisnis ritel tradisional maupun bisnis ritel modern. Sehingga kini di kabupaten atau kota bahkan desa di Indonesia, "bisnis ritel" terlebih bisnis ritel modern mulai banyak dilirik kalangan pengusaha, sebab memiliki pengaruh positif terhadap jumlah lapangan pekerjaan dan keuntungannya yang menjanjikan. Dalam 6 tahun terakhir, perkembangan ketiga format modern market di atas sangatlah tinggi. konsepnya yang modern, adanya sentuhan teknologi dan mampu memenuhi perkembangan gaya hidup konsumen telah memberikan nilai lebih dibandingkan dengan market tradisional.

Selain itu atmosfer belanja yang lebih bersih dan nyaman, semakin menarik konsumen dan dapat menciptakan budaya baru dalam berbelanja. Munculnya konsep ritel baru seperti hypermarket, supermarket, dan minimarket, yang termasuk ke dalam jenis ritel modern (pasar modern) merupakan peluang pasar baru yang dinilai cukup potensial oleh para pebisnis ritel, namun dilain sisi dapat mengancam keberadaan pasar tradisional yang belum dapat bersaing dengan pasar modern terutama dalam hal manajemen usaha dan permodalan. Dari waktu ke waktu jumlah pasar modern cenderung mengalami pertumbuhan positif sedangkan pasar tradisional cenderung mengalami pertumbuhan negatif "bisnis retail" seperti minimarket, supermarket, hypermarket dan sebagainya adalah bagian dari modernisasi dari pasar tradisional yang memungkinkan orang dapat berbelanja dengan fasilitas dan nyaman serta pelayanan yang baik, selain itu harga dari setiap produk yang cukup terjangkau

Semakin berkembangnya jaman ke arah modern membawa era digital, dimana semua kegiatan dilakukan secara online termasuk berbelanja kebutuhan harian yang dapat dilakukan menggunakan smartphone ataupun alat elektronik lainnya. hal ini merupakan sebuah ancaman bagi para pemilik warung kelontong dengan persaingan yang lebih banyak dan lebih modern, maka diperlukan adanya strategi yang baik untuk menghadapi tantangan yang ada, setidaknya warung kelontong dapat survive dan beradaptasi dengan gempuran era digital yang serba canggih.

Dalam menghadapi sebuah tantangan, biasanya warung warung kelontong akan membuat sebuah inovasi baru entah itu perbaikan toko, penambahan jumlah produk, atau membuat variasi baru untuk menarik pelanggan. sebelum menyusun strategi, para pemilik warung kelontong harus memahami betul kelemahan dan kelebihan dari warung mereka, kebanyakan pelanggan warung kelontong memilih meninggalkan warung dengan berbelanja secara online yang dianggap lebih efektif dan praktis dibanding harus berbelanja secara offline, selain pesaing pada bisnis online para pelanggan juga banyak yang beralih ke toko yang lebih modern seperti supermarket.

Kekuatan yang dimiliki oleh warung kelontong sebenarnya cukup membuat pelanggan betah untuk memilih berbelanja di warung. keuntungan yang didapatkan meliputi lokasi yang strategis dengan tempat tinggal juga produk yang dijual cukup komplit dan beragam, harga murah, pelayanannya juga cepat, tidak ada jam operasional, bahkan dapat berhutang ataupun membeli barang secara ecer. namun kelebihan yang dimiliki warung kelontong pada saat ini juga dimiliki oleh toko toko modern yang sekarang juga mulai banyak berdiri di sekitar pemukiman warga dengan konsep supermarket yang minimalis. jika dibandingkan dengan warung modern dan warung online yang ada, warung kelontong tidaklah menarik dikarenakan warung kelontong cenderung sempit, dengan produk yang tidak tertata rapi, tidak ada label harga, pembayaran tunai, dan bentuk bangunan yang kurang menarik. tak jarang pula produk dengan keluaran terbaru belum dijumpai di warung kelontong sehingga warung kelontong lebih tertinggal karena

pelanggan akan mencari toko yang menjual barang dengan keluaran terbaru. dibandingkan dengan warung modern yang serba bagus dan terbaru, warung kelontong lebih tertinggal.

Dengan tertinggalnya warung kelontong membuat mau tidak mau harus memiliki strategi tersendiri, untuk mengejar ketertinggalan dan bentuk upaya persaingan dalam menghadapi tantangan. Strategi yang digunakan adalah membuka layanan lain yang bisa dilakukan di warung kelontong seperti layanan delivery, dikarenakan banyak masyarakat yang mulai malas untuk berbelanja keluar rumah, biasanya para pemilik warung kelontong membuka layanan dengan menggunakan alat komunikasi seperti Whatsapp untuk menerima pesanan barang dari para pelanggan seperti pembelian galon yang biasanya sudah include dengan pengantaran sampai rumah pelanggan sehingga konsumen tidak perlu repot repot mengangkat galon. kemudian banyak pula dijumpai warung kelontong yang menambah fasilitas di warungnya berupa tempat bersantai atau istirahat dengan menambahkan beberapa buah kursi dan juga meja, maka masyarakat akan sering berbelanja sambil ngobrol santai. selain itu ada juga pemilik warung kelontong yang menerapkan sistem point dengan yang paling sering membeli di warungnya akan mendapat bonus, hal ini merupakan strategi pemasaran yang digunakan untuk menarik para konsumen. para konsumen juga dapat tertarik dengan iklan yang dituliskan di depan warung yang biasanya terdapat banner dengan warna yang mencolok.

Strategi yang digunakan warung kelontong juga harus kurang lebih setara atau dapat dipertimbangkan dengan toko modern. dengan penataan fisik bangunan yang bersih dan menarik akan membuat para konsumen nyaman berbelanja, pengelolaan manajemen yang baik juga diperlukan warung kelontong namun pemilik warung biasanya mengelola secara sederhana. pengelolaan manajemen yang dilakukan para warung kelontong cenderung dengan sosialisasi antara warung satu dengan lainnya untuk meminimalkan adanya perbedaan harga. meningkatkan pelayanan dengan bersikap ramah tamah ataupun memberikan label pada produk sehingga memudahkan konsumen. melalui strategi tersebut juga diimbangi dengan terus mempertahankan kepercayaan konsumen terhadap warung kelontong karena kepercayaan yang tinggi adalah kunci sebuah bisnis untuk terus berjalan dan berkembang. pelayanan konsumen dan sistem pembayaran yang aman juga harus selalu dipastikan dalam setiap warung kelontong agar dapat bersaing dan mampu bertahan dengan toko modern. namun warung kelontong juga harus selalu beradaptasi di era digital untuk mampu bersaing dengan toko modern dan toko online, karena jika hanya mengandalkan penjualan secara konvensional maka warung kelontong tidak akan berkembang pesat butuh pemanfaatan teknologi untuk mencapai perubahan yang besar karena permintaan pasar yang semakin besar dan perilaku masyarakat yang semakin konsumtif.

Warung kelontong yang banyak ditemui di wilayah perkampungan warga menuai banyak dampak sosial yang positif, sehingga oleh masyarakat warung kelontong dinilai lebih worth it daripada lainnya. warung kelontong yang selalu berada di tengah-tengah pemukiman warga membuat warung kelontong sangat erat dengan masyarakat. warung kelontong yang sistemnya dapat bertemu langsung antara penjual dan pembeli seringkali membuat penjual dapat memberikan harga yang relatif murah bahkan dapat memberikan kesempatan masyarakat yang dalam keadaan sulit ekonomi untuk tetap bisa memenuhi kebutuhannya dengan sistem hutang piutang. budaya ini yang mempererat masyarakat dan menjadi sebuah solusi untuk bertahan hidup bagi yang sedang kesusahan. sifat yang dimiliki warung kelontong inilah yang memberikan dampak sosial positif bagi masyarakat kelas menengah ke bawah sebagai sarana pemenuhan kebutuhan.

Warung kelontong dinilai *worth it* karena sudah terbukti usahanya dalam menyelamatkan perekonomian dengan penjualan harga yang tidak mencekik. usaha mikro kecil ini dapat menyelamatkan negara dari krisis ekonomi yang terjadi pada tahun 1989 lalu, bahkan warung kelontong menjadi tulang punggung perekonomian tanah air kita agar tetap stabil seperti yang sudah dituliskan pada sejarah. tercatat pula 99% pelaku ekonomi dari usaha warung kelontong ikut andil membantu pemerintah. sehingga para masyarakat membangun kepercayaan penuh terhadap warung kelontong melalui fenomena tersebut, bahkan hingga jaman modern ini warung kelontong tetap mendapat kepercayaan di hati masyarakat dan menjadi sesuatu yang dapat diandalkan secara terus menerus.

Dampak sosial ekonomi yang dibawa warung kelontong seperti menjadi tempat bersosialisasi para warga masyarakat dan penggerak ekonomi masyarakat membawa kebermanfaatannya yang signifikan atau terus dirasakan oleh semua masyarakat maupun pemerintah. dampak yang dibawanya membuat para masyarakat lebih memilih mempertahankan kearifan warung kelontong dibandingkan dengan warung modern pada saat ini. karena dinilai warung kelontong lebih merakyat, maka dapat dilihat bahwa warung

kelontong lebih layak diperjuangkan atau dipertahankan sampai zaman berganti zaman dengan budaya indonesia yang terkandung di dalamnya.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Toko kelontong telah mengklaim beberapa masyarakat untuk menjadi suatu pokok dalam jual beli masyarakat di lapangan. Namun, ternyata generasi dominan lebih condong berpihak ke ritel modern yang marak di kalangan. Dengan menyikapi hal tersebut terutamanya dari pihak toko kelontong perlu meningkatkannya strategi dalam pemasarannya dengan menjaga dan menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan sekitar salah satunya mempertahankan image toko serta membuat standarisasi pelayanan. Beberapa cara yang dilakukan dengan cara memanfaatkan bantuan KUR dan laba penjualan untuk memperbaiki kekurangan toko serta memperluas jaringan dan mencari pasokan barang di tempat yang murah. Selain itu, perlunya meningkatkan kualitas pelayanan sebagai upaya dalam mempertahankan pelanggan, dan membuat standarisasi pelayanan. dengan cara memanfaatkan bantuan KUR dan laba penjualan untuk memperbaiki kekurangan toko serta memperluas jaringan dan mencari pasokan barang di tempat yang murah. Selain itu, perlunya meningkatkan kualitas pelayanan sebagai upaya dalam mempertahankan pelanggan, dan membuat standarisasi pelayanan.

DAFTAR PUSTAKA

[1] S. Ariyanik dan E. Suhartini, "Fenomena Kenakalan Remaja di Desa Wonorejo Kabupaten Situbondo", Entitas Sosiologi, 2012

[2] R. Jannah, "Menciptakan Kewarganegaraan Ekologis di Era Digital Melalui Kampong Recycle Jember, Journal of Urban Sociology, 2018

[3] R. Oktaviana, "Warung Kelontong Strategi Bertahan di Tengah Gempuran Zaman", 2022

[4] T. Haryo, "Mengenal Sejarah Toko Kelontong di Indonesia", 2022

[5] B. Lily, Dkk, "Strategi Bertahan Hidup Masyarakat Kampung Merak Situbondo di Enclave Area", Jurnal Analisa Sosiologi, 2022