

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan fundamental dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk sektor ekonomi dan bisnis. Era digitalisasi, yang ditandai dengan penetrasi internet dan penggunaan perangkat pintar yang masif, telah mengubah lanskap persaingan, perilaku konsumen, serta model operasional bisnis secara global. Transformasi ini tidak hanya memengaruhi perusahaan-perusahaan besar, tetapi juga unit usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), termasuk toko kelontong tradisional yang selama ini menjadi tulang punggung perekonomian lokal di banyak wilayah. Penelitian ini akan mengkaji secara mendalam bagaimana Toko Kelontong Tradisional Wijaya, yang berlokasi di Desa Leran Wetan, Kecamatan Palang, Kabupaten Tuban, Jawa Timur, menghadapi dan beradaptasi dengan tantangan serta peluang yang muncul di era digitalisasi ini melalui analisis SWOT.

UMKM memiliki peran strategis dan vital dalam struktur perekonomian Indonesia, terbukti dari kontribusinya yang signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), penyerapan tenaga kerja, dan ketahanan ekonomi, terutama di masa krisis. Di Kabupaten Tuban, misalnya, sektor perdagangan grosir dan eceran; reparasi mobil dan sepeda motor menyumbang 14,12 persen dari struktur ekonomi pada tahun 2023, menunjukkan betapa pentingnya sektor ritel bagi daerah tersebut. Toko kelontong, sebagai salah satu bentuk UMKM ritel tradisional, merupakan pusat distribusi kebutuhan pokok sehari-hari yang sangat dekat dengan komunitas lokal. Mereka menyediakan akses mudah terhadap barang-barang esensial seperti beras, minyak goreng, gula, dan bumbu dapur, bahkan dalam jumlah kecil yang sulit ditemukan di toko modern. Keberadaan toko kelontong ini membantu masyarakat yang menggantungkan hidupnya pada kegiatan berdagang dan memiliki dampak positif bagi pertumbuhan ekonomi desa. Hubungan personal yang terjalin antara pemilik toko dan pelanggan menciptakan ikatan kepercayaan dan loyalitas yang kuat, menjadi keunggulan utama yang membedakannya dari ritel modern yang cenderung formal dan berjarak.

Digitalisasi telah mengubah cara konsumen berbelanja dan berinteraksi dengan bisnis. Platform e-commerce, media sosial, dan aplikasi pembayaran digital menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Pergeseran perilaku konsumen ini, yang dipercepat oleh kondisi seperti pandemi COVID-19, telah mendorong banyak pelaku usaha untuk bertransformasi ke bisnis digital. Meskipun demikian, transformasi ini menghadirkan tantangan besar bagi ritel tradisional, termasuk toko kelontong. Persaingan semakin ketat tidak hanya dari minimarket modern yang semakin marak, tetapi juga dari toko online yang menawarkan kenyamanan, promosi menarik, dan efisiensi waktu. Konsumen kini dapat berbelanja hanya dengan "tinggal klik, bayar, terus nunggu di rumah," tanpa perlu repot-repot pergi ke pasar. Perubahan preferensi ini menuntut toko kelontong tradisional untuk beradaptasi, mengadopsi teknologi, dan mengembangkan strategi pemasaran yang lebih relevan agar tetap bertahan dan berdaya saing.

Desa Leran Wetan, Kecamatan Palang, Kabupaten Tuban, Jawa Timur, merupakan lokasi spesifik penelitian ini. Kondisi sosial ekonomi masyarakat di desa ini menunjukkan adanya ketergantungan pada sektor informal dan pertanian/perikanan, dengan sebagian besar penduduk masih berada di tingkat ekonomi menengah ke bawah. Data menunjukkan bahwa masyarakat di Desa Pliwetan (yang secara historis terkait dengan Leran Wetan) banyak yang memiliki tingkat ekonomi di bawah rata-rata dan sering berhutang di warung untuk membeli bahan pokok saat tidak mendapatkan hasil dari mata pencarian utama mereka. Hal ini mengindikasikan bahwa toko kelontong memiliki peran penting sebagai penyedia kebutuhan sehari-hari yang mudah diakses dan fleksibel dalam sistem pembayaran.

Di sisi lain, Kabupaten Tuban secara keseluruhan menunjukkan pertumbuhan ekonomi yang konsisten naik, mencapai 4,36 persen pada tahun 2023, dengan PDRB sebesar Rp 81.860,06 miliar. Tingkat penetrasi internet di Kabupaten Tuban juga cukup tinggi, mencapai 60,08% pada tahun 2022, dengan penggunaan telepon seluler yang terus meningkat. Indeks Masyarakat Digital Indonesia (IMDI) Kabupaten Tuban pada tahun 2024 juga mencatatkan peningkatan. Pemerintah Kabupaten Tuban aktif mendorong digitalisasi UMKM dan akses ekspor, bahkan menampilkan produk unggulan UMKM dalam KUKKM Expo Jatim 2025. Ini menunjukkan bahwa meskipun Desa Leran Wetan mungkin masih memiliki tantangan ekonomi, lingkungan makro di Kabupaten Tuban mendukung adopsi teknologi dan perkembangan bisnis digital.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana analisis SWOT pada Toko Kelontong Tradisional Wijaya di Desa Leran Wetan, Kecamatan Palang, Kabupaten Tuban, Jawa Timur, dalam menghadapi era digitalisasi?
2. Bagaimana strategi pengembangan yang dapat dirumuskan bagi Toko Kelontong Tradisional Wijaya berdasarkan hasil analisis SWOT untuk meningkatkan daya saing di era digitalisasi?

## **1.3 Batasan Masalah**

Batasan masalah penelitian tentang analisis SWOT pada Toko Kelontong Tradisional Wijaya di era digitalisasi dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Fokus Penelitian: Penelitian ini berfokus pada analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats) pada Toko Kelontong Tradisional Wijaya sebagai unit analisis tunggal.
2. Konteks Analisis: Analisis SWOT dilakukan dalam konteks menghadapi era digitalisasi yang telah mengubah perilaku konsumen dan lanskap persaingan sektor ritel.
3. Lokasi dan Lingkup: Lokasi studi kasus penelitian ini adalah Toko Kelontong Tradisional Wijaya yang berada di Desa Leran Wetan, Kecamatan Palang, Kabupaten Tuban, Jawa Timur.
4. Strategi Pengembangan: Penelitian ini juga terbatas pada perumusan strategi pengembangan yang optimal bagi Toko Kelontong Tradisional Wijaya berdasarkan hasil analisis SWOT. Penelitian tidak mencakup implementasi dan evaluasi strategi tersebut secara mendalam.

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Sejalan dengan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis SWOT dan yang dihadapi Toko Kelontong Tradisional Wijaya di Desa Leran Wetan, Kecamatan Palang, Kabupaten Tuban, Jawa Timur, dalam konteks era digitalisasi.
2. Merumuskan strategi pengembangan yang optimal bagi Toko Kelontong Tradisional Wijaya berdasarkan hasil analisis SWOT untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan bisnis di tengah perubahan lanskap ritel digital.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis bagi berbagai pihak.

### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

1. Pengembangan Konsep Analisis SWOT: Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur mengenai penerapan analisis SWOT pada UMKM ritel tradisional, khususnya toko kelontong, dalam menghadapi tantangan dan peluang era digitalisasi di tingkat pedesaan.
2. Kontribusi pada Studi Transformasi Digital UMKM: Hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada pemahaman tentang dinamika transformasi digital di sektor UMKM ritel di Indonesia, khususnya di daerah Tier 2 dan 3, dengan fokus pada adaptasi bisnis tradisional.
3. Dasar Penelitian Lanjutan: Temuan dan rekomendasi dari penelitian ini dapat menjadi dasar bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang lebih mendalam mengenai strategi keberlanjutan bisnis UMKM di era digital.

### **1.5.2 Manfaat Praktis**

1. Bagi Toko Kelontong Tradisional Wijaya: Hasil analisis SWOT dan perumusan strategi diharapkan dapat menjadi panduan praktis bagi pemilik Toko Kelontong Wijaya untuk mengambil keputusan strategis, meningkatkan efisiensi operasional, dan mengembangkan bisnisnya agar lebih kompetitif dan berkelanjutan di era digital.
2. Bagi Pelaku UMKM Ritel Tradisional Lainnya: Temuan dalam penelitian ini dapat menjadi studi kasus dan referensi bagi toko kelontong tradisional atau UMKM ritel sejenis lainnya di wilayah Tuban atau daerah lain yang menghadapi tantangan serupa dalam beradaptasi dengan digitalisasi.
3. Bagi Pemerintah Daerah dan Pihak Terkait: Penelitian ini dapat memberikan masukan berharga bagi pemerintah Kabupaten Tuban, khususnya Dinas Koperasi, UMKM, dan Perdagangan, serta lembaga terkait lainnya, dalam merumuskan kebijakan, program pelatihan, dan dukungan infrastruktur yang lebih tepat sasaran untuk mendorong digitalisasi dan pengembangan UMKM ritel tradisional.
4. Bagi Akademisi dan Mahasiswa: Penelitian ini dapat menjadi sumber pembelajaran dan referensi yang relevan bagi mahasiswa dan akademisi yang tertarik pada bidang manajemen strategis, pemasaran digital, dan pengembangan UMKM.