

**ANALISIS SWOT PADA TOKO KELONTONG TRADISIONAL WIJAYA
DI ERA DIGITALISASI**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi



OLEH:

RICKY HERLYAN FEBRIANANDA

201810180311035

Program Studi Ekonomi Pembangunan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Malang


2025

SKRIPSI
ANALISIS SWOT PADA TOKO KELONTONG TRADISIONAL "WIJAYA"
DI ERA DIGITALISASI

Oleh:
Ricky Herlyan Febrianza
201810180311035

Diterima dan disetujui
pada tanggal 24 Juli 2025

Pembimbing I,


Dra. Arfida Boedirochminarni, M.S.


Pembimbing II,



Novi Primita Sari, S.E., M.Ec.Dev.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi,




Prof. Dr. Idris Zuhroh, M.M.


M. Sri Wahyudi S., S.E., M.E., Ph.D.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**ANALISIS SWOT PADA TOKO KELONTONG TRADISIONAL "WIJAYA"
DI ERA DIGITALISASI**

Yang disiapkan dan disusun oleh:

Nama : **Ricky Herlyan Febriananda**

NIM : **201810180311035**

Jurusan : **Ekonomi Pembangunan**

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 24 Juli 2025 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Pembangunan pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing I : **Dra. Arfida Boedirochminarni, M.S.**

Pembimbing II : **Novi Primita Sari, S.E., M.Ec.Dev.**

Penguji I : **Firdha Aksari A, S.E., M.Ec.Dev.**

Penguji II : **Setyo Wahyu Sulistyono, S.E., M.E.**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Ketua Program Studi,



Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

M. Sri Wahyudi S., S.E., M.E., Ph.D.



1
2
3
4

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Ricky Herlyan Febriananda

NIM : 201810180311035

Prodi : Ekonomi Pembangunan

Surel : rickyherlyan26@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar karya sendiri, baik Sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan hasil penjiplakan (plagiarism) dari hasil karya orang lain.
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, serta tertulis secara jelas dicantumkan sebagai bahan atau sumber acuan dengan menyebut nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka sesuai dengan ketentuan ilmiah yang berlaku.
3. Pernyataan ini saya buat dengan benar-benar, dan apa bila kemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya yang sesuai dengan peraturan perundang-undang yang berlaku.

Malang, 21 Agustus 2025

Yang Membuat Pernyataan.


Ricky Herlyan Febriananda

TANDA TERIMA CEK PLAGIASI SKRIPSI

Nama : Ricky Herlyan Febriananda
NIM : 201810180311035
Judul : Analisis SWOT pada Toko Kelontong Tradisional Wijaya di Era Digitalisasi

Tanggal : 25 Juli 2025

Setelah melalui pengecekan manual dan pendeteksian plagiarisme, indeks plagiarisme Skripsi tersebut:

BAB	INDEKS PLAGIARISME	HASIL PLAGIARISME	KETERANGAN
BAB I	25 %	20 %	Lolos Plagiasi
BAB II			
BAB III			
BAB IV			
BAB V			

Berdasarkan hasil cek plagiasi dinyatakan bahwa Skripsi tersebut bebas plagiasi dan LOLOS Uji Plagiasi.

Penerima
Hidayatul Mustafidah

ANALISIS SWOT PADA TOKO KELONTONG TRADISIONAL WIJAYA DI ERA DIGITALISASI

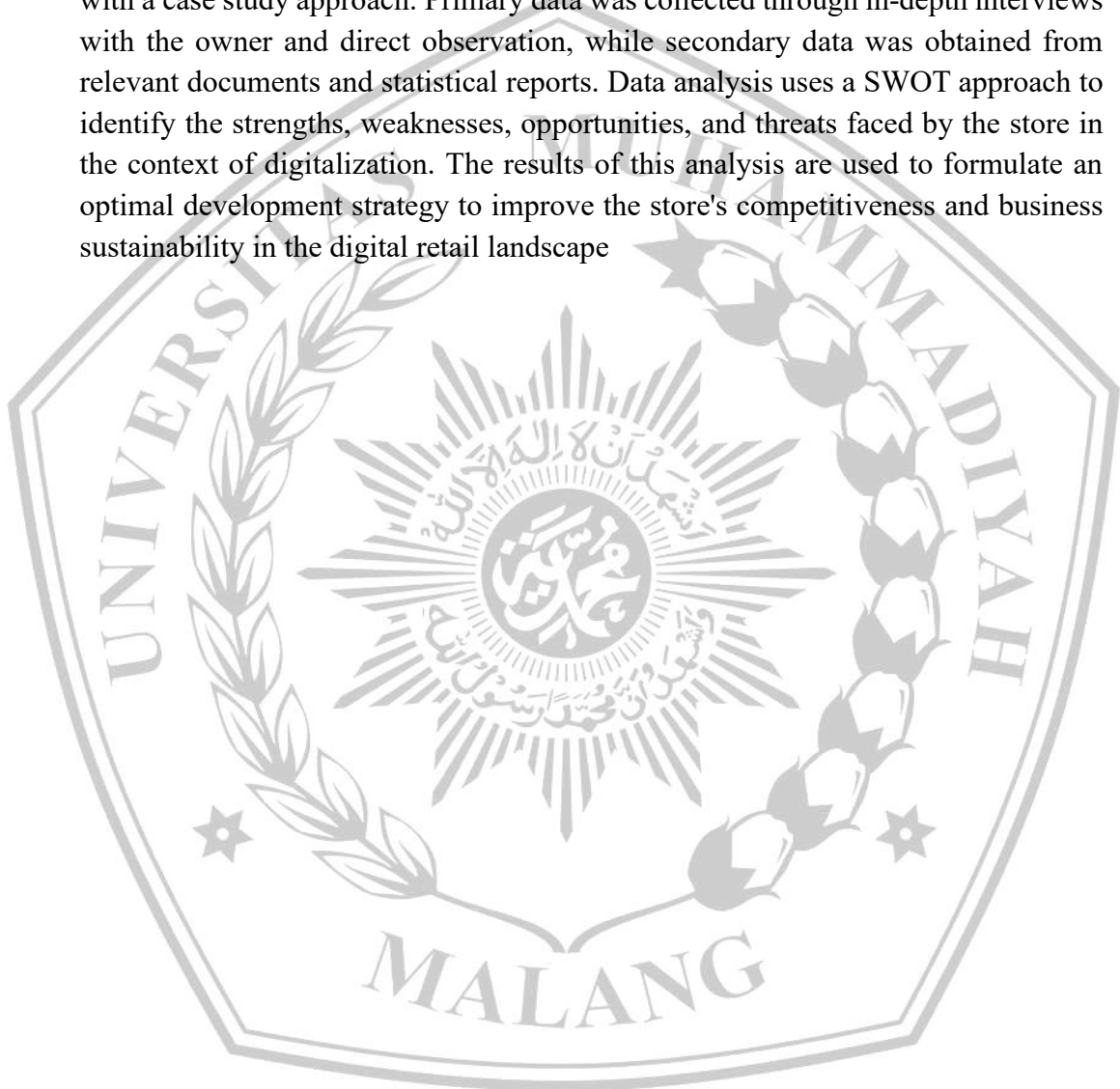
Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan merumuskan strategi pengembangan bagi Toko Kelontong Tradisional Wijaya dalam menghadapi era digitalisasi yang mengubah perilaku konsumen dan lanskap persaingan. Toko ini dipilih sebagai objek studi kasus karena masih mempertahankan model bisnis tradisional di tengah tekanan dari perkembangan teknologi. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data primer dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pemilik dan observasi langsung, sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumen terkait dan laporan statistik. Analisis data menggunakan pendekatan SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan (Strengths), kelemahan (Weaknesses), peluang (Opportunities), dan ancaman (Threats) yang dihadapi toko dalam konteks digitalisasi. Hasil dari analisis ini digunakan untuk merumuskan strategi pengembangan yang optimal guna meningkatkan daya saing dan keberlanjutan bisnis di tengah lanskap ritel digital.



Abstract

This study aims to analyze and formulate a development strategy for Toko Kelontong Tradisional Wijaya in facing the era of digitalization that has changed consumer behavior and the competitive landscape. This store was chosen as a case study because it still maintains a traditional business model amidst pressure from technological developments. The research method used is descriptive qualitative with a case study approach. Primary data was collected through in-depth interviews with the owner and direct observation, while secondary data was obtained from relevant documents and statistical reports. Data analysis uses a SWOT approach to identify the strengths, weaknesses, opportunities, and threats faced by the store in the context of digitalization. The results of this analysis are used to formulate an optimal development strategy to improve the store's competitiveness and business sustainability in the digital retail landscape



KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “**Analisis SWOT pada Toko Kelontong Tradisional Wijaya di Era Digitalisasi**” ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh tantangan yang dihadapi oleh toko kelontong tradisional dalam menghadapi pesatnya era digitalisasi, yang telah mengubah perilaku konsumen serta pola persaingan dalam sektor perdagangan ritel. Toko Kelontong Tradisional Wijaya dipilih sebagai objek studi karena masih mempertahankan model bisnis tradisional, namun di sisi lain menghadapi tekanan dari perkembangan teknologi dan platform digital.

1. Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, berkah, dan karunia-Nya sehingga skripsi ini dapat selesai dengan waktu yang diharapkan.
2. Kedua orang tua Bapak Samsi dan Ibu Wijaya, yang telah memberi dukungan baik dengan doa maupun secara langsung dengan kalimat penyemangat dan motivasi-motivasi.
3. Terimakasih kepada keluarga besar yang selalu mendukung dan memberikan doa kepada saya.
4. Dra. Arfida Boedirochminarni, MS. dan Novi Primita Sari, SE., M.Ec. Dev. selaku dosen pembimbing yang telah memberi saran dan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Firdha Aksari A, S.E., M.Ec.Dev. dan Setyo Wahyu S, S.E., M.E. Selaku dosen penguji.
6. Seluruh jajaran dosen Prodi Ekonomi Pembangunan Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan ilmu dari semester awal hingga penulis menyelesaikan skripsi ini
7. Terimakasih kepada seluruh teman kontrakan yang telah memberi semangat dalam penyusunan skripsi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan, baik dari segi isi maupun penyajiannya. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan karya ini.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, khususnya dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen strategis dan penguatan UMKM di era digitalisasi.

Malang, 30 Juli 2025

Ricky Herlyan Febriana



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Manfaat Penelitian	4
1.5.1 Manfaat Teoritis	4
1.5.2 Manfaat Praktis	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Penelitian Terdahulu	6
2.2 Konsep Analisis SWOT	7
2.2.1 Definisi Analisis SWOT	8
2.2.2 Fungsi dan Tujuan Analisis SWOT	8
2.2.3 Faktor-faktor dalam Analisis SWOT	9
2.2.3.1 Faktor Internal	9
2.2.3.2 Faktor Eksternal	10
2.2.4 Matriks SWOT dan Strategi Alternatif	11
2.3 Toko Kelontong Tradisional	11
2.3.1 Karakteristik Toko Kelontong Tradisional	11
2.3.2 Kelebihan dan Kekurangan Toko Kelontong Tradisional	12
2.4 Era Digitalisasi dan Transformasi Ritel	13
2.4.1 Definisi Digitalisasi Ritel	13
2.4.2 Peluang Digitalisasi bagi UMKM Ritel	13
2.4.3 Tantangan Digitalisasi bagi UMKM Ritel	14
2.5 Kerangka Berpikir	15
BAB III METODE PENELITIAN	16
3.1 Jenis Penelitian	16
3.2 Pendekatan Penelitian	16
3.3 Lokasi dan Subjek Penelitian	17
3.4 Sumber Data	17
3.5 Teknik Pengumpulan Data	18
3.6 Teknik Analisis Data	18

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN19

4.1 Profil Toko Kelontong Tradisional Wijaya 19
 4.1.1 Sejarah Singkat dan Operasional 19
 4.1.2 Karakteristik Pelanggan dan Produk 20
4.2 Analisis Lingkungan Internal 21
 4.2.1 Kekuatan (Strengths) 21
 4.2.2 Kelemahan (Weaknesses) 22
4.3 Analisis Lingkungan Eksternal 24
 4.3.1 Peluang (Opportunities) 24
 4.3.2 Ancaman (Threats) 25
4.4 Matriks SWOT dan Formulasi Strategi 27
 4.4.1 Matriks Internal-Eksternal (IE) 27
 4.4.2 Matriks SWOT 28
 4.4.2.1 Strategi SO 28
 4.4.2.2 Strategi WO 29
 4.4.2.3 Strategi ST 30
 4.4.2.4 Strategi WT 31
4.5 Implementasi Strategi Pemasaran di Era Digitalisasi 31
 4.5.1 Pemanfaatan Media Sosial dan Platform E-commerce 31
 4.5.2 Pengembangan Layanan Pengiriman dan Loyalitas Pelanggan 32
 4.5.3 Inovasi Produk dan Pengelolaan Stok Berbasis Digital 32
 4.5.4 Peningkatan Literasi Digital dan SDM 32

BAB V PENUTUP33

5.1 Kesimpulan 33
5.2 Saran 34

DAFTAR PUSTAKA 36

LAMPIRAN 37

DAFTAR TABEL

Tabel 2.5 Kerangka Berpikir 15

Tabel 4.1 Matriks SWOT Toko Kelontong Tradisional Wijaya 28

DAFTAR PUSTAKA

- Fatimah, T. A. (2023). Analisis SWOT pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kabupaten Sleman. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Kredivo Corp. (2022). Perilaku Konsumen E-Commerce Indonesia. Laporan Riset Kredivo.
- Kurniansah, A., & Rosida, N. (2019). Penerapan analisis SWOT dalam strategi bisnis usaha kecil: Studi kasus pada UMKM Juragan Pisang 99. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 21(2), 135–144. <https://doi.org/10.9744/jmk.21.2.135-144>
- Maghfiroh, N., Santoso, H., & Putri, F. (2022). Analisis SWOT untuk digitalisasi strategi pemasaran usaha kecil dan menengah kerajinan bambu. *Jurnal Ekonomi Kreatif Indonesia*, 7(1), 45–57. <https://doi.org/10.21009/jeki.07.1.045>
- Masruroh, I., Arfida, B., & Widiastuti, R. (2023). Strategi bersaing UMKM di tengah pandemi COVID-19 menggunakan analisis SWOT: Studi kasus UMKM Arusmaya Tuban. *Jurnal Manajemen Strategi*, 15(2), 102–114. <https://doi.org/10.22225/jms.15.2.102>
- Satria, R., Indraswari, D., & Purwanto, R. (2023). Digitalisasi data dan roadmap pengembangan IKM di Kabupaten Tuban. *Jurnal Inovasi dan Transformasi Digital*, 5(1), 21–30. <https://doi.org/10.24843/jitd.2023.05.01.21>
- Wijaya, K., & Ruslim, A. (2023). Menembus batasan digitalisasi bisnis: Studi kasus pada UMKM di Indonesia. *Jurnal Transformasi Bisnis Digital*, 3(2), 89–102. <https://doi.org/10.31219/osf.io/umkm2023>
- Sugiyono. (2021). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D . Bandung: Alfabeta.