

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kekuatan (*Strengths*)

Toko kelontong konvensional di Kecamatan Sukolilo memiliki kekuatan pada lokasi strategis di dekat permukiman warga, harga produk yang lebih terjangkau, adanya sistem utang, tersedianya berbagai macam produk rokok sesuai segmentasi pasar, hubungan sosial yang sangat dekat dengan pelanggan, pelayanan yang ramah dan sopan, serta beberapa toko yang beroperasi selama 24 jam. Sementara itu, toko modern (Alfamart) memiliki kekuatan pada lokasi di lingkungan padat penduduk dengan akses jalan mudah, fasilitas toko yang nyaman, kejelasan harga di setiap rak, pemberian insentif harga melalui program promo rutin dan poin *member*, metode pembayaran non-tunai, ketersediaan barang lengkap dan terjamin keasliannya, pelayanan ramah dan tanggap, sistem operasional berbasis SOP dengan pelatihan karyawan terstruktur, layanan keuangan lengkap, serta pemasaran terintegrasi secara offline dan online. Berdasarkan matriks IFAS, toko kelontong konvensional memiliki total skor kekuatan 2,09 dan toko Alfamart memiliki total skor kekuatan 2,63.

2. Kelemahan (*Weaknesses*)

Kelemahan toko kelontong konvensional meliputi produk yang mudah kedaluwarsa, stok barang terbatas dan jenis produk kurang lengkap, penggunaan pembayaran non-tunai yang belum merata, pengelolaan stok dan keuangan yang masih manual di beberapa toko, serta pemanfaatan platform online untuk promosi dan penjualan yang belum optimal. Adapun toko Alfamart memiliki kelemahan berupa fluktuasi ketersediaan barang, lemahnya pengelolaan *display* produk, perubahan harga pasar yang menurunkan daya beli konsumen, perbedaan harga antara label rak dengan sistem komputer, kewalahan karyawan dalam pelayanan saat jam sibuk, antrean kasir yang panjang, ketidaksesuaian struk belanja, keberadaan tukang parkir liar di beberapa toko, serta layanan pesan antar online yang jarang digunakan konsumen. Berdasarkan matriks IFAS, toko kelontong konvensional memiliki total skor kelemahan 0,68 dan toko Alfamart memiliki total skor kelemahan 0,58.

3. Peluang (*Opportunities*)

Peluang yang dapat dimanfaatkan oleh toko kelontong konvensional meliputi kerja sama dengan produk UMKM lokal, penambahan produk kebutuhan harian yang paling dicari, serta pemanfaatan platform *e-commerce* dan layanan pesan-antar instan dengan fitur subsidi gratis ongkir. Sementara itu, toko Alfamart memiliki peluang untuk memasarkan produk UMKM lokal, berkolaborasi dengan komunitas atau *event* lokal di Kecamatan Sukolilo, serta peningkatan jangkauan pasar melalui aplikasi

Alfagift, *e-commerce*, dan promosi masif di media sosial. Berdasarkan matriks EFAS, toko kelontong konvensional memiliki total skor peluang 1,7 dan toko Alfamart memiliki total skor peluang 1,48.

4. Ancaman (*Threats*)

Toko kelontong konvensional dan toko Alfamart menghadapi ancaman adalah persaingan dengan sesama toko kelontong, toko modern, dan platform belanja online dan perubahan perilaku konsumen. Selain itu, toko Alfamart juga menghadapi ancaman dari kalangan pelanggan usia tertentu yang memiliki keterbatasan pemahaman teknologi serta isu kebijakan pemerintah yang dapat membatasi ekspansi atau operasional toko modern. Berdasarkan matriks EFAS, toko kelontong konvensional memiliki total skor ancaman 0,8 dan toko Alfamart memiliki total skor ancaman 1,12.

5. Komparasi Strategi Pemasaran

Berdasarkan hasil analisis diagram SWOT, kedua jenis toko berada pada Kuadran I (strategi agresif) dengan posisi koordinat toko kelontong konvensional (1,41;0,9) dan toko Alfamart (2,05;0,36), yang berarti keduanya memiliki kekuatan internal yang kuat untuk memanfaatkan peluang eksternal secara maksimal. Hasil perhitungan matriks SWOT menunjukkan strategi SO (*Strengths-Opportunities*) merupakan strategi paling dominan dengan total nilai 3,79 untuk toko kelontong konvensional dan 4,11 untuk toko Alfamart. Kedua jenis toko memiliki kesadaran bahwa perubahan perilaku konsumen era 5.0 yang mengutamakan kecepatan, kepraktisan, dan pengalaman berbelanja digital merupakan ancaman

sekaligus peluang yang tidak dapat diabaikan. Namun, respons strategis yang diambil sangat berbeda. Toko kelontong konvensional memilih jalur digitalisasi berbasis relasi dengan tetap mengedepankan hubungan sosial dan fleksibilitas, sementara Alfamart memilih jalur digitalisasi yang terintegrasi dengan mengoptimalkan ekosistem aplikasi dan standarisasi layanan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang telah dipaparkan, maka diajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Toko Kelontong Konvensional

Toko kelontong konvensional di Kecamatan Sukolilo disarankan untuk mempercepat adopsi teknologi digital dalam manajemen stok dan sistem pembayaran guna menutup kesenjangan dengan toko modern, sebagaimana telah diterapkan Toko Adinda melalui aplikasi kasir digital dan QRIS, sehingga Toko Dani yang masih mengelola keuangan secara manual dapat mengikutinya. Toko kelontong konvensional juga hendaknya mengoptimalkan pemanfaatan platform *e-commerce* dan layanan pesan-antar serta media sosial untuk menjangkau konsumen muda, dengan tetap mengedepankan kedekatan sosial dan fleksibilitas pembayaran seperti sistem utang, serta meningkatkan manajemen stok melalui penerapan prinsip FEFO (*First Expired, First Out*) dan memperbanyak produk kebutuhan harian yang paling dicari, disertai menjalin kerja sama dengan UMKM lokal melalui sistem titip jual untuk memperkaya variasi produk.

Selain itu, toko kelontong konvensional disarankan menyediakan pembayaran non-tunai secara merata agar tidak kehilangan konsumen yang terbiasa *cashless*, serta lebih proaktif mengakses program pelatihan digitalisasi dan bantuan teknologi dari pemerintah maupun pihak swasta untuk meningkatkan kapasitas usaha secara berkelanjutan.

2. Bagi Toko Modern (Alfamart)

Bagi toko modern (Alfamart) di Kecamatan Sukolilo, disarankan untuk mengoptimalkan promosi dan insentif penggunaan Alfagift, media sosial, serta layanan pesan-antar yang masih jarang diminati guna menjawab perilaku konsumen digital sekaligus mengurangi antrean panjang di toko fisik. Selain itu, Alfamart perlu membenahi masalah operasional seperti menertibkan tukang parkir liar, menambah kasir pada jam sibuk, memperbaiki perbedaan harga antara label rak dan sistem komputer, serta meningkatkan pengelolaan *display* produk agar lebih akurat dan menarik. Perusahaan juga disarankan memperluas kemitraan dengan UMKM lokal dan berkolaborasi dengan komunitas atau *event* di Sukolilo untuk membangun hubungan personal dan memperkaya variasi produk, serta memberikan pendampingan bertahap kepada pelanggan lanjut usia dalam menggunakan pembayaran non-tunai dan promo digital agar mereka tetap loyal berbelanja di Alfamart.

3. Bagi Pemerintah Daerah dan Lembaga Terkait

Pemerintah daerah dan lembaga terkait disarankan mengadakan pelatihan dan pendampingan digitalisasi yang lebih masif dan terstruktur

bagi toko kelontong konvensional di Kecamatan Sukolilo, mencakup manajemen stok digital, QRIS, dan pemasaran online, mengingat masih banyak toko seperti Toko Dani yang mengelola keuangan secara manual, serta menyediakan bantuan perangkat kasir digital dan pendampingan permodalan untuk meningkatkan kapasitas usaha. Pemerintah juga hendaknya menerapkan dan menegakkan peraturan zonasi guna menciptakan persaingan sehat antara toko kelontong konvensional dan toko modern, mencegah pendirian toko modern yang terlalu dekat dengan usaha tradisional, serta memfasilitasi kemitraan toko kelontong konvensional dengan UMKM lokal untuk memperkuat rantai pasok dan memberdayakan ekonomi lokal, sehingga kedua jenis toko dapat berdampingan melayani berbagai segmen konsumen di era 5.0 tanpa ada pihak yang dirugikan secara tidak adil.