

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi digital dalam dunia bisnis saat ini mengalami peningkatan yang sangat pesat, baik pada lingkungan internasional maupun nasional. Dalam beberapa tahun ini perkembangan teknologi digital pada dunia bisnis sangat berkembang pesat baik dilingkup Internasional maupun nasional. (Nuslih Jamiat & Cahyadi Supyansuri, 2020), Dalam kondisi tersebut maka menunjukan bahwa teknologi digital mulai memengaruhi berbagai aktivitas masyarakat, termasuk dalam bidang usaha dan perdagangan.

Perkembangan di era digital ini banyak membuat masyarakat menjadi lebih mudah dalam melakukan komunikasi dan memperoleh informasi. Era digital memungkinkan manusia untuk saling berkomunikasi dengan sangat erat meskipun jarak memisahkan mereka. Informasi tertentu dapat diakses secara cepat, bahkan secara real time (Afifah, 2025). Perkembangan tersebut membuat penggunaan teknologi digital semakin dekat dengan kehidupan sehari-hari masyarakat, termasuk dalam aktivitas bisnis dan usaha kecil.

Perkembangan perangkat digital juga sekarang semakin banyak mendorong perubahan dalam aktivitas masyarakat ke arah digitalisasi. Melihat perkembangan zaman sekarang, sepertinya kita berada pada era digital semua aktivitas kegiatan dalam perkembangannya menjadi sangat lebih canggih melalui sebuah perangkat teknologi digital (Munir et al., 2021:489). Fase abad 21 dari perkembangan teknologi digital melahirkan pula berbagai penemuan yang sangat unik dan

menarik, sebuah alat yang seperti laptop mampu memicu penyebaran informasi dan penyiaran digital secara bebas, Di tambah lagi dengan adanya smartphone yang berbasis IOS, Android, tumbuh berkembang pesat di pasaran mampu menjadi pemicu sosial, media komunikasi, dan konektivitas online secara mudah dengan jaringan internet (Munir et al., 2021:489).Maka dari kondisi tersebut menunjukkan bahwa perkembangan teknologi digital telah mengubah cara masyarakat untuk menjalankan berbagai aktivitasnya agar menjadi lebih praktis dan cepat.

Perubahan tersebut semakin terlihat sejak hadirnya revolusi *industry* 4.0 yang dimana itu sangat mendorong aktivitas masyarakat dari sistem yang manual menuju sistem berbasis teknologi digital. Hadirnya revolusi industri 4.0 telah mengubah cara hidup perilaku masyarakat dimana hal ini terlihat dari adanya perubahan aktivitas masyarakat yang dilakukan dari manual menuju kearah otomatisasi melalui kombinasi teknologi digital (Rizkiyah et al., 2021:108). Dari kondisi tersebut banyak pelaku usaha sekarang harus bisa menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi agar dapat mengikuti perubahan perilaku dan kebutuhan konsumen.

Perkembangan teknologi digital juga sekarang sudah banyak memberikan peluang yang sangat besar bagi pelaku usaha untuk mengembangkan bisnisnya. Di era digital ini peluang untuk mengembangkan bisnis semakin terbuka lebar adanya kemajuan teknologi membawa perubahan dalam cara bisnis yang di jalankan (Farah Ulayya et al., 2023:59). Kondisi tersebut membuat pelaku usaha pada saat ini mulai memanfaatkan berbagai teknologi digital sebagai sarana untuk mendukung kegiatan usaha agar mampu bersaing dan mengikuti perkembangan zaman.

Salah satu sektor usaha yang memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia adalah usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, UMKM juga berperan penting dalam menciptakan lapangan pekerjaan dan meningkatkan perekonomian lokal (Farah Ulayya et al., 2023:58). Selain itu, UMKM khususnya toko kelontong merupakan salah satu bidang ekonomi yang memainkan peran yang signifikan dalam perekonomian nasional (Mahesa & Basri, 2024:272). Maka dalam hal tersebut menunjukkan bahwa UMKM, termasuk toko kelontong, memiliki kontribusi besar dalam mendukung aktivitas ekonomi masyarakat.

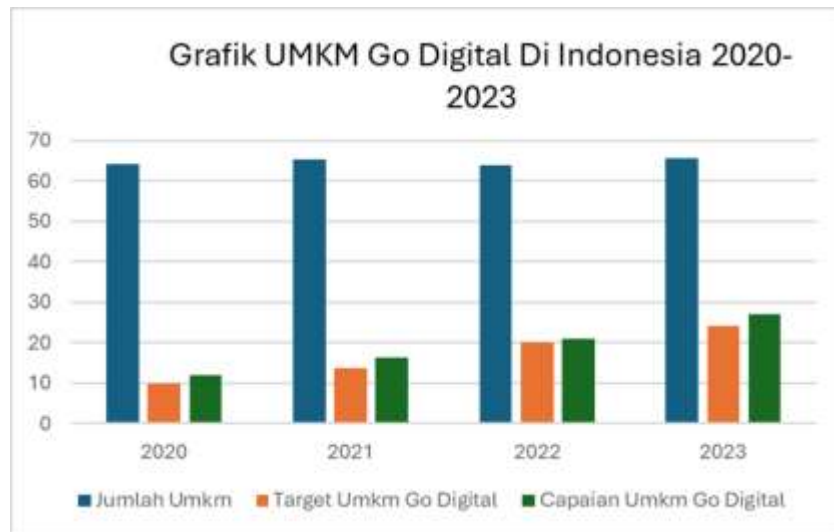
Kontribusi UMKM terhadap perekonomian nasional juga terlihat dari tingginya jumlah pelaku usaha serta daya serap tenaga kerja yang dihasilkan. Berdasarkan laporan kementerian koperasi dan UKM (2022), UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja nasional, Namun, sektor ini masih menghadapi berbagai tantangan struktural seperti keterbatasan akses pembiayaan, teknologi, dan pasar digital (Silviya Sofyan & Agusman, 2025:1). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa meskipun UMKM memiliki kontribusi yang besar terhadap perekonomian nasional, tetapi masih banyak kendala yang dihadapi pelaku usaha dalam mengikuti perkembangan digitalisasi pada usaha.

Mayoritas UMKM di Indonesia juga masih berada pada tahap awal penggunaan teknologi digital. Mayoritas UMKM di Indonesia masih berada pada tahap awal adopsi teknologi digital. Hanya Sebagian kecil UMKM yang telah

memanfaatkan sistem pembayaran digital, *platform e-commerce*, atau perangkat lunak akuntansi berbasis cloud. Hambatan utama meliputi keterbatasan literasi digital, biaya transformasi dan minimnya pendamping dari pihak eksternal World Bank, 2021 dalam (Silviya Sofyan & Agusman, 2025:1) Maka dari kondisi tersebut menunjukkan bahwa perkembangan digitalisasi pelaku UMKM di Indonesia belum sepenuhnya merata dan masih terdapat pelaku usaha yang mengalami kesulitan dalam memahami dan menggunakan teknologi digital dalam kegiatan usahanya sehari-hari.

Perkembangan digitalisasi usaha membuat pelaku usaha mulai beradaptasi dengan penggunaan teknologi digital dalam menjalankan aktivitas usahanya. Pengertian dari *Go Digital* pada bisnis sendiri adalah proses yang mengubah suatu komunikasi, interaksi dan berbagai macam manfaat dalam bisnis berubah menjadi digital. Dengan menerapkan sistem *Go Digital*, maka para pebisnis dapat beralih dari sistem konvensional menjadi virtual digital (Farah Ulayya et al., 2023:59). Penjelasan tersebut menunjukkan bahwa digitalisasi usaha tidak hanya berkaitan dengan penggunaan teknologi, tetapi berkaitan juga dengan suatu perubahan dalam cara menjalankan usaha, dari sistem yang semula konvensional lalu menuju sistem digital.

Pemerintah Indonesia juga terus mendorong transformasi digital UMKM melalui berbagai program digitalisasi usaha dan penggunaan pembayaran digital. Hal tersebut terlihat dari meningkatnya target dan capaian UMKM *go digital* setiap tahunnya seperti pada **Gambar I.1**



Gambar I. 1 Data UMKM Go Digital 2020-2023

Sumber: Goodstats 2024, data diolah peneliti 2026

Berdasarkan **Gambar I.1**, target dan capain UMKM go digital mengalami peningkatan dari tahun ke tahun yang dimana pada tahun 2020 jumlah UMKM ada di 64,2 juta lalu target UMKM go digital nya itu ada di 10 juta, dan pencapaiannya itu melebihi target yaitu ada di 12 juta UMKM yang sudah go digital. lalu untuk tahun 2021 jumlah UMKM ada di 65,4 juta, untuk target UMKM go digital ada di 13,7 juta dan pencapaian lebih dari target yaitu ada di angka 16,4 juta. Untuk 2022 jumlah UMKM 64 juta, target UMKM go digital 20 juta pencapaian yang go digital 20,9 juta, lalu untuk 2023 jumlah UMKM 65,5 juta, target u UMKM go digital 24 juta, untuk pencapaiannya yaitu 27 juta. Maka dari kondisi tersebut menunjukkan pemerintah terus mendorong pelaku UMKM agar mampu mengikuti perkembangan teknologi digital dan meningkatkan usahanya. Peningkat jumlah UMKM go digital dari tahun ke tahun menunjukkan bahwa digitalisasi usaha telah menjadi bagian yang sangat penting dalam perkembangan ekonomi masyarakat saat ini.

Tetapi perkembangan digitalisasi tersebut belum sepenuhnya di rasakan oleh seluruh jenis usaha, terutama usaha tradisional yang masih menjalankan kegiatan usahanya secara konvensional. Masih banyak pelaku usaha yang belum memanfaatkan teknologi digital dalam kegiatan usahanya sehari-hari, baik dalam sistem pembayaran, pemasaran, maupun pencatatan usaha. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa terdapat perbedaan antara perkembangan digitalisasi UMKM secara umum dengan kondisi nyata sebagai usaha tradisional di lingkungan masyarakat.

Salah satu usaha tradisional yang masih banyak ditemukan di lingkungan masyarakat adalah toko kelontong. Toko kelontong merupakan jenis usaha mikro yang memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari masyarakat dengan produk yang dikenal sebagai Sembilan bahan pokok atau sembako (Amanda Meiliya, 2025:389). Keberadaan toko kelontong masih menjadi bagian yang penting dalam aktivitas ekonomi masyarakat karena lokasinya ada di lingkungan tempat tinggal masyarakat.

Tetapi, sebagian besar toko kelontong masih menjalankan usahanya secara tradisional. Toko kelontong ini dikatakan masih bersifat tradisional karena pembeli tidak bisa mengambil barang yang diinginkan. Toko kelontong ini pelayanan pembelian secara langsung antara pembeli dan penjual karena rak toko yang belum modern (Multasiyeh Aprilia&Septiana, 2023:456). Selain itu, pedagang konvensional ialah pedagang yang masih menjalankan transaksi jual beli secara langsung, penjual dan pembeli berada pada suatu tempat yang sama bertemu secara langsung di lokasi yang sama (Nova Dwi Safitri & Nasir, 2025:4). Kondisi tersebut

menunjukkan bahwa sebagian usaha toko kelontong masih menjalankan kegiatan usaha secara konvensional dan belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Toko kelontong juga masih menghadapi berbagai permasalahan dalam pengelolaan usaha sehari-hari. Toko kelontong merupakan unit usaha kecil yang memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari masyarakat (Silviana et al., 2024:40). Selain itu juga, proses pencatatan yang masih dilakukan secara manual berpotensi menimbulkan berbagai permasalahan, seperti kesalahan dalam pencatatan stok, keterlambatan dalam pembuatan laporan penjualan, serta kesulitan dalam mencari data transaksi sebelumnya. Hal ini tidak hanya memengaruhi efisiensi operasional toko, tetapi juga berdampak pada kepuasan pelanggan dan pengambilan keputusan bisnis (Silviana et al., 2024:41). Maka dari permasalahan tersebut menunjukkan bahwa sistem pengelolaan usaha yang masih manual memiliki berbagai keterbatasan dalam mendukung kegiatan usaha sehari-hari.

Selain permasalahan pengelolaan usaha, penggunaan teknologi digital pada toko kelontong juga masih menghadapi berbagai hambatan. Sebagian besar pemilik merasa bahwa aplikasi berbasis digital terlalu rumit atau tidak sesuai dengan cara mereka menjalankan bisnis yang lebih bergantung pada relasi sosial (Wiguna & Athallah, 2026:512). Meskipun banyak pemilik toko yang memiliki akses ke perangkat digital, sebagian besar mereka tidak terbiasa menggunakan aplikasi yang dapat meningkatkan efisiensi operasional, seperti sistem manajemen stok atau aplikasi pencatatan keuangan (Wiguna & Athallah, 2026:513). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa penggunaan teknologi digital pada usaha toko kelontong masih

menghadapi berbagai hambatan, dalam pemahaman digital maupun kebiasaan pelaku usaha yang masih nyaman menggunakan sistem konvensional.

Penelitian ini dilakukan pada usaha toko kelontong tradisional di wilayah Gg laksana, kelurahan Babakan tarogong. Kecamatan bojongloa kaler, Kota Bandung. Wilayah tersebut dipilih karena masih terdapat banyak usaha toko kelontong tradisional yang menjalankan kegiatan usaha secara konvensional.

Tabel I. 1 Jumlah toko kelontong di Kota Bandung tahun 2023-2025 yang terdaftar di (DPMPTSP) kota Bandung

Kota dan Kecamatan	2023	2024	2025
Andir	106	581	25
Antapani	47	52	24
Arcamanik	37	337	17
Astana Anyar	31	228	44
Babakan Ciparay	82	139	76
Bandung Kidul	27	59	23
Bandung Kulon	76	189	94
Bandung Wetan	23	37	11
Batununggal	103	264	61
Bojongloa Kaler	47	97	45
Bojongloa Kidul	69	168	58
Buahbatu	55	261	52
Cibeunying Kaler	19	182	27
Cibeunying Kidul	66	99	29
Cibiru	79	98	21
Cicendo	63	175	46
Cidadap	23	76	18
Cinambo	41	122	19
Coblong	50	99	38
Gedebage	60	70	16
Kiaracondong	64	170	43
Lengkong	33	44	37
Mandalajati	58	96	15
Panyileukan	34	129	9
Rancasari	46	365	29
Regol	27	179	35
Sukajadi	109	113	27
Sukasari	73	258	21
Sumur Bandung	23	90	18

Kota dan Kecamatan	2023	2024	2025
Ujungberung	56	171	31
Kota Bandung	1.627	4.948	1009

Sumber: Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kota Bandung

Berdasarkan **Tabel I.1**, jumlah toko atau warung kelontong di kota bandung masih tergolong tinggi dan tersebar di berbagai wilayah kecamatan di kota bandung 2025 data jumlah tersebut yang sudah terdaftar di dpmptsp. Data tersebut menunjukkan bahwa usaha toko kelontong tradisional masih bertahan dan menjadi salah satu bentuk usaha yang banyak dijalankan masyarakat di tengah perkembangan bisnis modern dan digital. Meskipun perkembangan mini market modern dan platfrom digital terus meningkat, keberadaan toko tradisional masih cukup dominan di lingkungan masyarakat.

Salah satu wilayah yang memiliki toko kelontong adalah kecamatan Bojongloa Kaler dengan jumlah 47 pada tahun 2023, 97 pada tahun 2024, 45 pada tahun 2025 jumlah tersebut yang sudah terdaftar di (DPMPTSP) kota Bandung. Dari jumlah tersebut toko kelontong di wilayah Bojongloa Kaler menunjukkan bahwa aktivitas usaha tradisional masih menjadi bagian penting dalam kegiatan ekonomi masyarakat. Untuk data toko/warung kelontong di wilayah bojongloa kaler di tunjukan pada **Tabel I.2**

Tabel I. 2 Jumlah toko kelontong Di Bojongloa Kaler tahun 2023-2025
yang terdaftar di (DPMPTSP) kota Bandung

Wilayah Bojongloa Kaler	Jumlah Toko/Warung Kelontong 2023	Jumlah Toko/Warung Kelontong 2024	Jumlah Toko/Warung Kelontong 2025
Kecamatan Bojongloa Kaler	47	97	45
Kopo	9	18	6
Suka Asih	8	18	11
Babakan Asih	6	21	7
Babakan Tarogong	11	22	12

Wilayah Bojongloa Kaler	Jumlah Toko/Warung Kelontong 2023	Jumlah Toko/Warung Kelontong 2024	Jumlah Toko/Warung Kelontong 2025
Jamika	11	18	9

Berdasarkan **Tabel I.2** wilayah Babakan Tarogong memiliki toko atau warung kelontong yang masih banyak tetapi di tabel tersebut hanya ada warung/toko kelontong yang sudah terdaftar di (DPMPSTSP) kota Bandung. Dari data di tabel I.2 menunjukkan bahwa usaha toko kelontong masih menjadi salah satu jenis usaha yang cukup aktif yang dijalankan masyarakat di wilayah Babakan Tarogong.

Banyaknya jumlah toko kelontong di wilayah tersebut memperlihatkan bahwa usaha tradisional masih bertahan di tengah perkembangan digitalisasi usaha. Tetapi banyaknya jumlah usaha toko kelontong tidak selalu menunjukkan bahwa pelaku usaha telah siap menghadapi perkembangan teknologi digital. Maka dalam kondisi tersebut menjadi hal penting untuk diteliti lebih lanjut lagi, terutama terkait bagaimana kesiapan digital pada pelaku usaha toko kelontong tradisional di daerah Gg lasakana yang akan menjadi tempat penelitian.

Untuk memperkuat fenomena penelitian tersebut, peneliti melakukan observasi awal pada beberapa usaha toko kelontong di lokasi penelitian yaitu di daerah Gg laksana, Kecamatan Bojongloa Kaler, kelurahan Babakan Tarogong Kota Bandung. Jumlah warung/toko kelontong di Gg laksana dan metode pembayaran ditunjukkan pada **Tabel I.3**

Tabel I. 3 Metode pembayaran toko kelontong Di Gg. Laksana

No	Nama Toko Kelontong	Pembayaran
1	Toko Kelontong Pak Tono	Manual/Tunai
2	Toko Kelontong Pak Iyan	Manual/Tunai
3	Toko Kelontong Pak Endang	Manual/Tunai
4	Toko Kelontong Abang	Manual/Tunai

No.	Nama Toko Kelontong	Pembayaran
5	Toko Kelontong Pak Pipin	Manual/Tunai
6	Toko Kelontong Pakinta	Manual/Tunai
7	Toko Kelontong Sumedang Pak Agus	Manual/Tunai
8	Toko Kelontong Cucu	Manual/Tunai
9	Toko Kelontong Mamy Lion	Manual/Tunai
10	Toko Kelontong Bu Garut	Manual/Tunai
11	Toko Kelontong Feri	Manual/Tunai
12	Toko Kelontong Sumedang Pak Memen	Manual/Tunai
13	Toko Kelontong Pak Asep	Manual/Tunai
14	Toko Kelontong Bu Inong	Manual/Tunai
15	Toko Kelontong Wiwin	Manual/Tunai
16	Toko Kelontong Pak Mumuh	Manual/Tunai
17	Toko Kelontong Teh Eneng	Digital/Qris
18	Toko Kelontong Pak Gilang	Manual/Tunai
19	Toko Kelontong Pak O,ong	Manual/Tunai

Sumber: Didata oleh peneliti (2026)

Berdasarkan **Tabel I.3**, Jumlah Toko Kelontong di Wilayah Gg Laksana yaitu 19 Toko kelontong, Sebagian besar toko kelontong di wilayah Gg Laksana masih menggunakan metode pembayaran manual atau secara tunai dalam kegiatan usahanya sehari-hari. Dari 19 toko kelontong, hanya satu toko kelontong yang telah menggunakan sistem pembayaran digital berupa qris, sedangkan 18 toko kelontong masih mempertahankan sistem pembayaran konvensional yaitu tunai secara langsung. Hal itu dapat menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital pada usaha toko kelontong di wilayah penelitian masih tergolong sangat rendah meskipun perkembangan digitalisasi usaha di Indonesia terus mengalami peningkatan.

Selain sistem pembayaran yang masih manual, Sebagian besar toko kelontong juga masih menggunakan sistem pencatatan secara sederhana yaitu menggunakan buku tulis atau tidak mencatat sama sekali. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengelolaan usaha masih dilakukan secara tradisional dan belum memanfaatkan

teknologi digital untuk mendukung kegiatan operasional usahanya. Hal tersebut memperlihatkan bahwa kesiapan digital pada usaha toko kelontong tradisional di wilayah Gg laksana masih menjadi permasalahan yang menarik untuk di teliti lebih mendalam.

Tabel I. 4 Partisipan toko kelontong

No	Toko Kelontong Partisipan	Sistem Pembayaran	Pencatatan Stok
1	Toko Kelontong Sumedang Pak Haji Agus	Manual/Tunai	Manual/dibuku
2	Toko Kelontong Cucu	Manual/Tunai	Manual/dibuku
3	Toko Kelontong Pak O,ong	Manual/Tunai	Manual/dibuku
4	Toko Kelontong Pak Asep	Manual/Tunai	Tidak melakukan pencatatan
5	Toko Kelontong Sumedang Pak Memen	Manual/Tunai	Manual dibuku

Berdasarkan **Tabel I.4**, Penelitian ini melibatkan 5 pemilik toko kelontong tradisional di wilayah Gg laksana sebagai partisipan penelitian. Pemilihan partisipan dilakukan karena ke 5 toko kelontong tersebut masih menjalankan kegiatan usaha secara tradisional dan belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal dalam aktivitas usaha sehari hari. Partisipan dipilih untuk memperoleh gambaran secara langsung mengenai kondisi kesiapan digital, pemahaman terhadap teknologi digital, serta apa kendala sampai saat ini belum menggunakan teknologi digital pada usaha toko kelontong tradisional

Melalui observasi dan wawancara awal yang dilakukan peneliti, ditemukan bahwa sebagian besar partisipan masih menggunakan sistem pembayaran tunai dan pencatatan menggunakan buku tulis secara manual bahkan ada yang tidak menulis pencatatan sama sekali. Selain itu, penggunaan smartphone pada pelaku usaha umumnya masih terbatas untuk komunikasi sederhana, seperti melakukan

panggilan telepon, menggunakan WhatsApp, dan memesan barang kepada pemasok. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa penggunaan teknologi digital pada usaha toko kelontong di wilayah penelitian masih belum dimanfaatkan secara optimal untuk mendukung pengelolaan usaha. Hasil observasi ditunjukkan pada

Tabel I.5

Tabel I. 5 Temuan di lapangan

Aspek	Temuan
Pencatatan	Masih manual
Transaksi	Tunai
Akses Smartphone	Memiliki
Pemanfaatan Smartphone	Digunakan untuk komunikasi (panggilan telepon dan pesan melalu whatsapp) serta pemesanan barang kepada pemasok
Pemahaman Digital	Masih rendah
Kendala	Kurang paham, khawatir ada kesalahan dalam menggunakan dan merasa rumit
Persepsi	Menganggap digital bermanfaat
Niat pengguna	Ada keinginan

Berdasarkan **Tabel I.5**, hasil observasi awal menunjukkan bahwa sebagian besar pemilik toko kelontong di wilayah Gg Laksana masih menjalankan usaha secara tradisional. Sistem pembayaran masih dilakukan secara tunai dan pencatatan transaksi masih menggunakan cara manual melalui buku tulis. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa penggunaan teknologi digital dalam pengelolaan usaha sehari-hari masih sangat terbatas.

Meskipun sebagian besar partisipan telah memiliki smartphone, pemanfaatannya masih digunakan untuk kebutuhan dasar seperti komunikasi, menerima pesan WhatsApp, melihat informasi, dan melakukan pemesanan barang kepada pemasok. Hal tersebut menunjukkan bahwa kepemilikan perangkat digital

belum sepenuhnya diikuti dengan kemampuan atau kesiapan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung kegiatan usaha.

Selain itu, hasil observasi juga menunjukkan bahwa sebagian besar partisipan masih memiliki pemahaman digital yang rendah. Beberapa partisipan mengaku belum memahami penggunaan teknologi digital dalam usaha, merasa takut salah menggunakan, serta menganggap penggunaan teknologi digital cukup rumit. Kondisi tersebut menunjukkan adanya hambatan dari sisi pemahaman dan kesiapan pelaku usaha dalam menghadapi perkembangan digitalisasi usaha.

Namun demikian, sebagian besar partisipan memiliki pandangan bahwa teknologi digital dapat memberikan manfaat bagi usaha, terutama dalam mempermudah transaksi dan mengikuti perkembangan zaman. Beberapa partisipan juga menyampaikan adanya keinginan untuk mulai menggunakan teknologi digital di masa mendatang apabila telah memahami cara penggunaannya. Hal tersebut menunjukkan bahwa meskipun kesiapan digital masih rendah, terdapat peluang bagi pelaku usaha untuk mulai beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital secara bertahap.

Untuk memperkuat fenomena penelitian, peneliti juga melakukan wawancara awal kepada beberapa pemilik toko kelontong tradisional di wilayah Gg Laksana.

Tabel I. 6 Wawancara partisipan

No	Pertanyaan	Warung Pak Haji Agus	Warung Cucu	Warung Pak Oong	Warung Pak Asep	Warung Sumedang
1	Bagaimana system pencatatan dan transaksi yang	Masih menggunakan pencatatan manual, dan	Masih manual untuk sekarang	manual	Manual, atau tidak di catat Cuma di akumulasi kan saja jika	Manual, pembayaran cash

No	Pertanyaan	Warung Pak Haji Agus	Warung Cucu	Warung Pak Oong	Warung Pak Asep	Warung Sumedang
	digunakan dalam usaha bapak/ibu saat ini?	transaksi masih menggunakan cash			barang nambah berarti ada keuntungan	
2	Apakah bapak/ibu memiliki smartphone dan digunakan untuk kebutuhan apa saja.	Memiliki untuk komunikasi, mendapatkan data, menggunakan untuk melihat berita.	Tidak memiliki hp sendiri.	Memiliki, mengkabari keluarga dan untuk memesan barang.	Memiliki suka digunakan untuk jual beli, menghubungi keluarga, pemberitahuan dari orang lain dan untuk memakai belanja.	Memiliki untuk pemesanan barang seperti telur, beras.
3	Apakah bapak/ibu mengetahui atau pernah mendengarkan penggunaan teknologi digital dalam usaha (misalnya kasir digital, qriss, wa business dan pencatatan stok barang digital	Pernah mendengar	Pernah mendengar tentang qriss	Pernah mendengarnya	Pernah mendengarnya	Pernah mendengar qriss
4	Apakah bapak/ibu pernah mencoba menggunakan teknologi digital dalam usaha? Jika pernah	Belum pernah menggunakan	belum	Belum pernah	Untuk belanja barang di warung	Belum pernah

No	Pertanyaan	Warung Pak Haji Agus	Warung Cucu	Warung Pak Oong	Warung Pak Asep	Warung Sumedang
	bagaimana pengalaman tersebut?					
5	Apa kendala utama yang membuat bapak/ibu belum atau jarang menggunakan teknologi digital dalam usaha?	Masih menghadapi kendala dalam hal pemahaman teknis, literasi digital dan wawasan digital	1. kendalnya belum bisa 2. hp belum punya sendiri	Belum paham	1. belum memahami 2. kurang pemahaman teknologi digital	Ngga ngerti, takut salah menggunakan
6	Apakah ada kekhawatiran tertentu dalam menggunakan teknologi digital, (misalnya takut rumit, salah penggunaan, atau tidak sesuai kebutuhan usaha)?	Takut rumit, khawatir dalam proses adaptasi nya memakan waktu lama	Takut salah makainya	Salah penggunaan	Takut karena belum terbiasa	Takut rumit, salah menggunakan
7	Menurut bapak/ibu apakah penggunaan teknologi digital dapat membantu usaha? mengapa	Bermanfaat, mempercepat seperti pembayaran qriss yang lebih simpel	bermanfaat	Pasti ada manfaatnya	Menguntungkan kalo untuk usaha	Bermanfaat jika yang mengerti
8	Apakah memiliki keinginan untuk mulai menggunakan	Melihat dulu perkembangan zaman	Kalo udah paham dan sudah mempejari baru	Mungkin nanti mau	Mungkin untuk kedepannya memakai, mengikuti zaman dulu	Mungkin mau, menggunakan qriss

No	Pertanyaan	Warung Pak Haji Agus	Warung Cucu	Warung Pak Oong	Warung Pak Asep	Warung Sumedang
	n teknologi digital		menggunakan			

Berdasarkan **Tabel 1.6**, hasil wawancara awal menunjukkan bahwa sebagian besar pemilik toko kelontong di wilayah Gg Laksana masih menjalankan kegiatan usaha secara konvensional. Sistem pembayaran masih dilakukan secara tunai dan pencatatan transaksi masih menggunakan metode manual. Beberapa partisipan bahkan mengaku tidak melakukan pencatatan secara rinci dan hanya memperkirakan keuntungan berdasarkan jumlah barang yang terjual. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengelolaan usaha masih dilakukan secara sederhana dan belum memanfaatkan teknologi digital dalam aktivitas operasional usaha.

Hasil wawancara juga menunjukkan bahwa sebagian besar partisipan sebenarnya telah mengenal teknologi digital seperti QRIS, kasir digital, maupun penggunaan WhatsApp dalam usaha. Namun demikian, sebagian besar partisipan belum pernah mencoba menggunakan teknologi digital secara langsung dalam kegiatan usaha sehari-hari. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengetahuan mengenai teknologi digital belum sepenuhnya diikuti dengan penggunaan nyata dalam aktivitas usaha.

Selain itu, ditemukan beberapa hambatan yang menyebabkan pelaku usaha belum menggunakan teknologi digital, seperti kurangnya pemahaman mengenai penggunaan teknologi, rendahnya literasi digital, rasa takut salah menggunakan teknologi, serta anggapan bahwa teknologi digital cukup rumit untuk digunakan. Sebagian partisipan juga merasa belum terbiasa menggunakan teknologi digital

sehingga masih lebih nyaman menggunakan sistem konvensional yang telah dijalankan selama bertahun-tahun.

Meskipun demikian, sebagian besar partisipan memiliki pandangan bahwa teknologi digital dapat memberikan manfaat bagi usaha, terutama dalam mempermudah transaksi, mempercepat pembayaran, dan membantu usaha mengikuti perkembangan zaman. Beberapa partisipan juga menyampaikan adanya keinginan untuk menggunakan teknologi digital di masa mendatang apabila telah memahami cara penggunaannya dengan baik. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa terdapat potensi kesiapan digital pada pelaku usaha toko kelontong tradisional meskipun masih menghadapi berbagai hambatan dalam proses adaptasi teknologi digital.

Kondisi tersebut dapat dijelaskan melalui *Diffusion of Innovation (DOI)* yang dikemukakan oleh Rogers. Menurut Rogers (dalam Tanuwijaya et al., 2024), difusi inovasi adalah "proses di mana suatu inovasi dikomunikasikan melalui saluran tertentu dalam jarak waktu di antara anggota sistem sosial." Difusi inovasi merupakan konsep yang menjelaskan bagaimana suatu inovasi menyebar dalam masyarakat atau sistem sosial. Menurut Rogers, difusi inovasi adalah proses di mana suatu inovasi dikomunikasikan melalui saluran tertentu dalam jangka waktu tertentu di antara anggota suatu sistem sosial. Dengan kata lain, ini adalah proses penyebaran ide atau praktik baru dari satu individu ke individu lain melalui komunikasi. Dalam penelitian ini, teknologi digital dapat dipandang sebagai suatu inovasi yang mulai diperkenalkan kepada pelaku usaha toko kelontong tradisional.

Namun, proses penyebarannya tidak selalu menghasilkan tingkat penerimaan yang sama pada setiap pelaku usaha.

Perbedaan tingkat penerimaan tersebut menunjukkan bahwa tidak semua pelaku usaha dapat dengan mudah menerima perubahan yang dibawa oleh teknologi digital. Sebagian pelaku usaha mulai terbuka terhadap penggunaan teknologi dalam kegiatan usahanya, sedangkan sebagian lainnya masih memilih mempertahankan cara-cara konvensional yang selama ini digunakan. Kondisi tersebut menunjukkan adanya hambatan yang dapat memengaruhi proses penerimaan dan penggunaan teknologi digital.

Fenomena tersebut sejalan dengan *Innovation Resistance Theory (IRT)*. Menurut (Ram & Sheth, 1989) dalam (Dwivedi et al., 2023:2) "*Innovation can be regarded as a high degree of change in users' day-to-day activities. Despite the benefits that innovations can provide to an individual or a business, the resistance towards adopting innovation or technology is still higher, and it can play a significant role in shaping the success or failure of the innovation or technology.*"

Diterjemahkan "Inovasi dapat dianggap sebagai tingkat perubahan yang tinggi dalam aktivitas sehari-hari pengguna. Meskipun inovasi dapat memberikan berbagai manfaat bagi individu maupun bisnis, resistensi terhadap adopsi inovasi atau teknologi masih lebih tinggi, dan hal tersebut dapat memainkan peran yang signifikan dalam menentukan keberhasilan atau kegagalan inovasi atau teknologi tersebut."

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa meskipun suatu inovasi menawarkan berbagai manfaat, resistensi terhadap perubahan masih dapat muncul dan menjadi salah satu faktor yang memengaruhi keberhasilan penerapan teknologi.

Selain adanya resistensi terhadap perubahan, keputusan pelaku usaha dalam menerima teknologi digital juga dipengaruhi oleh bagaimana mereka memandang teknologi tersebut. Persepsi mengenai manfaat yang diperoleh dan kemudahan dalam penggunaan teknologi menjadi pertimbangan penting sebelum pelaku usaha memutuskan untuk mengadopsinya dalam kegiatan usaha sehari-hari.

Menurut (Widyastuti, 2020) dalam (Setyaningrat et al., 2023:59) TAM menyatakan bahwa penerimaan teknologi dibangun atas dua persepsi utama yaitu kemudahan dan kemanfaatan. TAM biasa digunakan untuk memahami hubungan antara manusia dengan penerimaan teknologi melalui *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*. *Perceived usefulness* dan *perceived ease of use* dalam TAM merupakan konstruksi yang paling penting untuk memprediksi penerimaan sistem informasi atau suatu teknologi. Dalam konteks penelitian ini, persepsi terhadap manfaat dan kemudahan penggunaan teknologi digital dapat memengaruhi keputusan pelaku usaha untuk menerima ataupun menolak penggunaan teknologi dalam aktivitas bisnisnya.

Perbedaan persepsi terhadap teknologi digital pada akhirnya akan berdampak pada tingkat kesiapan masing-masing pelaku usaha dalam menghadapi perkembangan teknologi. Pelaku usaha yang memiliki pandangan positif terhadap teknologi cenderung lebih siap untuk memanfaatkan teknologi digital dibandingkan

dengan pelaku usaha yang masih mengalami keraguan atau hambatan dalam penggunaannya.

Menurut (Syahrul Naufalrafa et al., 2025:344) kesiapan digital (*digital Readiness*) didefinisikan sebagai tingkat kesiapan suatu entitas, baik itu individu, organisasi, maupun sistem untuk mengadopsi, mengimplementasikan, dan memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Pengertian ini memberikan gambaran bahwa kesiapan digital berkaitan dengan kondisi yang memungkinkan individu atau entitas berada dalam posisi siap dalam menghadapi teknologi. Dalam konteks ini, kesiapan tidak langsung diartikan sebagai penggunaan, melainkan lebih pada kemampuan untuk memahami, menilai, dan mempertimbangkan teknologi sebelum sampai pada tahap tersebut.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa kesiapan digital pelaku usaha toko kelontong tradisional tidak hanya dipengaruhi oleh ketersediaan teknologi, tetapi juga oleh proses penyebaran inovasi, adanya resistensi terhadap perubahan, serta persepsi mengenai manfaat dan kemudahan penggunaan teknologi. Oleh karena itu, *Digital Readiness* menjadi fokus utama dalam penelitian ini untuk memahami tingkat kesiapan pelaku usaha toko kelontong tradisional dalam menghadapi dan memanfaatkan perkembangan teknologi digital dalam kegiatan usahanya.

Meskipun kajian mengenai digitalisasi UMKM telah banyak dilakukan, penelitian yang secara khusus membahas kesiapan digital pada usaha toko kelontong tradisional masih relatif terbatas. Sebagian besar penelitian terdahulu berfokus pada UMKM secara umum, sedangkan karakteristik usaha toko kelontong

tradisional memiliki kondisi yang berbeda, terutama dalam hal pemanfaatan teknologi digital. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai kesiapan digital pelaku usaha toko kelontong tradisional, khususnya pada konteks lokal di wilayah Gg Laksana Babakan Tarogong.

Penelitian yang dilakukan oleh (Pingali et al., 2023) membahas digital Readiness pada usaha kecil dan menengah di negara berkembang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesiapan digital menjadi faktor penting dalam meningkatkan kemampuan usaha untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital. Namun, penelitian tersebut masih berfokus pada usaha kecil dan menengah secara umum sehingga belum menggambarkan kondisi kesiapan digital pada usaha toko kelontong tradisional yang memiliki karakteristik usaha yang berbeda. Kesenjangan penelitian (*population gap dan contextual gap*) terletak pada objek dan konteks penelitian yang belum secara khusus membahas usaha toko kelontong tradisional di lingkungan lokal. Oleh karena itu, novelty penelitian ini terletak pada fokus kajian yang secara khusus meneliti kesiapan digital pelaku usaha toko kelontong tradisional di Gg Laksana Babakan Tarogong.

Penelitian yang dilakukan oleh (Syahrul Naufalrafa et al., 2025) mengkaji kesiapan digital UMKM kecil menggunakan *TOE Framework*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor teknologi, organisasi, dan lingkungan berpengaruh terhadap kesiapan digital pelaku usaha. Meskipun demikian, penelitian tersebut menggunakan *TOE Framework* sebagai landasan utama dalam menjelaskan kesiapan digital. Kesenjangan penelitian (*theoretical gap*) terletak pada pendekatan

teoritis yang digunakan karena belum mengkaji kesiapan digital melalui perspektif difusi inovasi, penerimaan teknologi, dan resistensi terhadap teknologi. Oleh karena itu, novelty penelitian ini terletak pada penggunaan kombinasi teori *Digital Readiness*, *Diffusion of Innovation (DOI)*, *Innovation Resistance Theory (IRT)*, dan *Technology Acceptance Model (TAM)* untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai kesiapan digital pelaku usaha.

Penelitian (Fauziah et al., 2025) membahas transformasi digital UMKM melalui penerimaan QRIS sebagai teknologi pembayaran digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi digital, persepsi kegunaan, dan norma subjektif berpengaruh terhadap penerimaan teknologi digital. Akan tetapi, penelitian tersebut lebih berfokus pada penggunaan teknologi digital setelah teknologi diadopsi oleh pelaku usaha. Kesenjangan penelitian (*conceptual gap*) terletak pada belum dikajinya kondisi kesiapan pelaku usaha sebelum proses adopsi teknologi digital dilakukan. Oleh karena itu, novelty penelitian ini terletak pada fokus penelitian yang mengkaji kesiapan digital pelaku usaha sebelum memutuskan untuk menerima dan menggunakan teknologi digital dalam kegiatan usahanya.

Penelitian yang dilakukan oleh (Putri et al., 2025) membahas faktor-faktor yang menghambat adopsi teknologi digital pada UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rendahnya literasi digital, keterbatasan modal, persepsi negatif terhadap teknologi, serta kebiasaan menjalankan usaha secara tradisional menjadi hambatan dalam proses adopsi teknologi digital. Namun, penelitian tersebut lebih berfokus pada faktor penghambat adopsi teknologi dan belum menggambarkan tingkat kesiapan digital pelaku usaha secara menyeluruh. Selain itu, hasil observasi

awal yang dilakukan peneliti menunjukkan bahwa sebagian besar toko kelontong di Gg Laksana masih menggunakan sistem pembayaran tunai dan pencatatan usaha secara manual. Kondisi tersebut menunjukkan adanya perbedaan antara temuan penelitian terdahulu dengan kondisi yang ditemukan di lapangan. Kesenjangan penelitian (*empirical gap*) terletak pada perbedaan antara tren digitalisasi UMKM yang dilaporkan dalam penelitian terdahulu dengan kondisi nyata usaha toko kelontong tradisional. Oleh karena itu, novelty penelitian ini terletak pada upaya memahami kesiapan digital pelaku usaha secara menyeluruh berdasarkan kondisi nyata yang ditemukan di lapangan.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini memiliki beberapa *research gap* yang terdiri atas *population gap*, *contextual gap*, *theoretical gap*, *conceptual gap*, dan *empirical gap*. Dengan demikian, penelitian ini dilakukan untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai kesiapan digital pelaku usaha toko kelontong tradisional di Gg Laksana Babakan Tarogong dalam menghadapi perkembangan teknologi digital. Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Kesiapan Digital Pada Usaha Toko Kelontong Tradisional di Gg Laksana Babakan Tarogong: Studi Kualitatif**. Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: “Kesiapan Digital Pada Usaha Toko Kelontong Tradisional di Gg Laksana Babakan Tarogong: Studi Kualitatif.

1.2 Identifikasi Masalah

Uraian pada latar belakang tersebut menunjukkan adanya beberapa permasalahan yang perlu diidentifikasi lebih lanjut, antara lain:

1. Sebagian besar usaha toko kelontong tradisional di wilayah Gg laksana masih menjalankan kegiatan usaha secara konvensional, seperti menggunakan sistem pembayaran tunai dan pencatatan manual.
2. Pemanfaatan teknologi digital pada usaha toko kelontong masih rendah karena pelaku usaha memiliki keterbatasan pemahaman dan literasi digital, serta merasa penggunaan teknologi digital rumit dan takut salah dalam penggunaannya.
3. Terdapat kesenjangan antara perkembangan digitalisasi UMKM yang terus meningkatkan dengan kondisi nyata toko kelontong tradisional di wilayah Gg laksana yang belum siap memanfaatkan teknologi digital secara optimal.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah diidentifikasi, penelitian ini merumuskan pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana kesiapan digital pelaku usaha toko kelontong tradisional di Gg laksana dalam menghadapi perkembangan teknologi digital pada aktivitas usahanya?
2. Mengapa pelaku usaha toko kelontong tradisional di Gg laksana masih belum banyak mengadopsi teknologi digital dalam aktivitas bisnisnya?
3. Bagaimana persepsi pelaku usaha toko kelontong tradisional terhadap manfaat dan kemudahan penggunaan teknologi digital dalam mendukung kegiatan usahanya?

1.4 Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui kesiapan digital pelaku usaha toko kelontong tradisional di Gg Laksana dalam menghadapi perkembangan teknologi digital pada aktivitas usahanya.
2. Untuk mengetahui alasan pelaku usaha toko kelontong tradisional di Gg Laksana masih belum banyak mengadopsi teknologi digital dalam aktivitas usahanya.
3. Untuk mengetahui persepsi pelaku usaha toko kelontong tradisional terhadap manfaat dan kemudahan penggunaan teknologi digital dalam mendukung kegiatan usahanya.

1.5 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat praktis, antara lain:

1. Bagi Pelaku Usaha Toko Kelontong Tradisional

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai kondisi kesiapan digital pelaku usaha toko kelontong tradisional dalam menghadapi perkembangan teknologi digital. Selain itu, hasil penelitian diharapkan dapat membantu pelaku usaha mengenali hambatan, tantangan, serta potensi pemanfaatan teknologi digital yang sesuai dengan kebutuhan usaha.

2. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi tambahan bagi akademisi dan peneliti yang tertarik pada topik digitalisasi UMKM, bisnis digital, kesiapan digital, dan resistensi teknologi. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi dasar untuk penelitian lanjutan dengan objek, lokasi, maupun pendekatan penelitian yang berbeda.

3. Bagi Pemerintah

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi pemerintah dalam merumuskan kebijakan, program, maupun strategi yang mendukung peningkatan kesiapan digital pelaku usaha toko kelontong tradisional. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu pemerintah dalam mengidentifikasi berbagai kendala yang dihadapi pelaku usaha dalam pemanfaatan teknologi digital sehingga program pendampingan, pelatihan, dan pemberdayaan UMKM dapat dilakukan secara lebih tepat sasaran.

1.6 Ruang Lingkup

Ruang lingkup penelitian ini difokuskan pada kajian mengenai kesiapan digital pada usaha toko kelontong tradisional di Gang Laksana, Kelurahan Babakan Tarogong, Kecamatan Bojongloa Kaler, Kota Bandung. Informan penelitian merupakan pemilik atau pengelola toko kelontong tradisional yang belum menggunakan teknologi digital secara optimal dalam kegiatan usahanya.

Penelitian ini membahas kondisi kesiapan pelaku usaha dalam menghadapi perkembangan digitalisasi usaha, meliputi pemahaman terhadap teknologi digital, kepemilikan dan penggunaan perangkat digital, pandangan terhadap digitalisasi usaha, serta hambatan yang memengaruhi kesiapan penggunaan teknologi digital dalam usaha toko kelontong.

Aspek digital yang dikaji terbatas pada penggunaan teknologi sederhana yang berkaitan dengan operasional usaha, seperti smartphone, media komunikasi digital, pembayaran digital, dan pencatatan usaha digital. Penelitian ini tidak membahas strategi pemasaran digital secara mendalam, analisis keuangan usaha, maupun

pengaruh digitalisasi terhadap peningkatan penjualan atau keuntungan usaha. Selain itu, penelitian ini juga tidak bertujuan untuk mengarahkan atau mewajibkan pelaku usaha menggunakan teknologi digital tertentu, melainkan untuk memahami kondisi kesiapan digital pelaku usaha toko kelontong tradisional.