

Toko Kelontong Tradisional Dalam Era Teknologi Bisnis Digital

Timotius Hernika Putra

Universitas Jember

Alamat: Jl. Kalimantan Tegalboto No.37, Krajan Timur, Sumbersari, Kec. Sumbersari,
Kabupaten Jember, Jawa Timur

Korespondensi penulis: hernikatimotiusp@gmail.com

Abstract. *The grocery store business sector, or more precisely, namely conventional stores, is currently experiencing various growths, both the number of shops and the variety of goods it sells are experiencing growth. But from the other side, there are also shops that sell their wares not through the physical form of shop buildings, and they take advantage of technological developments, such as the use of smartphones in running their business, or we can say now online shops. Apart from all that, the business of using an online store can be considered quite promising because the seller does not need to open a physical store and spend money to open the store, but they can still trade only from home and market it through existing digital storefronts. This. With this online store application, there are also positive and negative sides, especially if we are dealing with grocery stores that still exist today. Based on what was discussed, the authors used a qualitative research methodology, because this research is very compatible with the research method and easy to describe according to the opinions of informants. Based on the results that the authors have obtained from these informants, many of them really like online shopping, be it for their grocery store needs to their own personal needs, but not a few also complain because the emergence of this online shop has actually made the shop business sector Their grocery store experienced a decrease in the number of customers and what happened most often, according to the informants, was that the goods that did not arrive were what was wanted.*

Keywords: *grocery store; modern technology; socio-economic; online shop.*

Abstrak. Bidang usaha toko kelontong atau lebih tepatnya yaitu toko konvensional pada saat ini semakin mengalami berbagai pertumbuhan, baik itu jumlah tokonya hingga bermacam-macam barang yang dijualnya semakin mengalami perkembangan. Namun dari sisi lain, terdapat juga toko yang menjual barang-barang dagangannya dengan tidak melalui bentuk fisik berupa bangunan toko, dan mereka banyak memanfaatkan perkembangan teknologi, seperti penggunaan telepon pintar (smartphone) dalam menjalankan usahanya, atau bisa kita bilang sekarang toko online. Terlepas dari itu semua, bisnis usaha menggunakan toko online ini bisa dibilang cukup menjanjikan karena si penjual tidak perlu membuka toko yang berbentuk fisik dan menghabiskan uangnya untuk modal membuka toko tersebut, namun mereka bisa tetap berdagang hanya dari rumah dan memasarkannya lewat etalase digital yang telah ada ini. Dengan adanya aplikasi toko online ini, ada pula sisi positif dan negatifnya, terlebih jika kita hadapkan dengan toko kelontong yang masih ada saat ini. Berdasarkan apa yang dibahas, penulis menggunakan metodologi penelitian kualitatif, dikarenakan penelitian ini sangat cocok

dengan metode penelitian tersebut dan mudah untuk menjabarkan sesuai pendapat dari informan. Berdasarkan hasil yang telah penulis peroleh dari para informan tersebut, banyak pula dari mereka yang sangat menyukai berbelanja online, baik itu untuk kebutuhan toko kelontong mereka sampai kebutuhan pribadi mereka sendiri, namun tidak sedikit pula yang mengeluh karena munculnya toko online ini justru membuat bidang usaha toko kelontong mereka ini mengalami penurunan jumlah pembeli dan yang paling sering terjadi menurut para informan tersebut adalah barang yang datang tidak sesuai dengan apa yang diinginkan.

Kata kunci: teknologi modern; toko kelontong; toko online; sosial ekonomi.

LATAR BELAKANG

Pada zaman sekarang ini, perkembangan demi perkembangan dari dunia usaha berlangsung sangat pesat dan cepat, begitu pula dengan kebutuhan serta keinginan konsumen yang selalu berubah seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi, sehingga hal tersebut dapat mempengaruhi sistem pola konsumsi masyarakat. Perkembangan dunia usaha dari tahun ke tahun telah diisi dengan segala macam persaingan di berbagai bidang, entah itu persaingan dalam bidang harga, mutu atau kualitas barang yang ditawarkan, bentuk-bentuk pelayanan kepada konsumen, sampai dengan jaminan atau garansi yang diberikan kepada konsumen, bahkan ada strategi dari penjual yang sangat memperjuangkan *rating* atau nilai tertinggi pada toko online-nya, agar calon pembeli dapat semakin tertarik dengan barang-barang atau produk-produk yang dijualnya.

Melihat berbagai hal tersebut, para pelaku usaha dituntut untuk mempunyai strategi yang tepat pula dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen seperti dalam hal pelayanan kepada konsumen itu sendiri. Mengingat perkembangan teknologi yang semakin dinamis, manusia dituntut lebih cepat agar tidak kalah dengan pesaing-pesaingnya.

Dalam menjalani suatu usaha, setiap penjual pasti memiliki strategi yang dilakukan terhadap bidang usaha yang dimiliki, salah satunya dengan memanfaatkan teknologi yang semakin canggih saat ini, seperti penggunaan telepon pintar (*smartphone*) untuk berjualan atau berdagang dengan cara mengunduh aplikasi toko online, contohnya seperti Shopee, Lazada, Bukalapak, Tokopedia dan lain sebagainya. Selain itu, ada pula penjual yang menawarkan produk atau barang dagangannya melalui berbagai

media sosial, contohnya seperti Whatsapp, Instagram, Twitter, Youtube, Facebook dan lain sebagainya. Menurut Hery Prasetyo dalam jurnalnya tentang Cyberpanoptic: Eksperimentasi dan (Transparansi) Kuasa Pengawasan (Prasetyo, 2013: 118), teknologi internet mampu menghadirkan peniadaan perantara yang global dan yang lokal, yang nasional dan yang internasional dalam pertukaran informasi, mampu menciptakan iklim demokratisasi dalam dunia maya. Namun, ada beberapa hal yang menarik untuk dibahas pada penelitian ini, sesuai dengan judul yang sudah tertera di atas yaitu, Fenomena Toko Online Terhadap Bidang Usaha Toko Kelontong di Antirogo, Kecamatan Sumbersari, Kabupaten Jember.

Selanjutnya, ada suatu hal menurut penulis yang menarik untuk dibahas lagi dalam penelitian ini, yaitu masing-masing pengertian dari bidang usaha, baik itu toko online maupun toko kelontong yang ada dalam kehidupan masyarakat saat-saat ini. Pengertian secara umum dari toko online atau toko daring, atau dalam istilah yang lain disebut *e-commerce* yang penulis dapat dari situs tokodaring.com adalah, sebuah media (dalam bentuk digital) atau dalam nama lain “aplikasi” yang dapat dipergunakan/dioperasikan untuk menjual barang dan/atau jasa secara elektronik melalui media internet, meskipun antara penjual atau pemilik toko dan konsumen atau pembeli tidak bertemu dan bertatap muka secara langsung, namun antara penjual dan pembeli tetap dapat saling berinteraksi melalui video, gambar, nama produk, harga dan deskripsi atau keterangan produk, serta melalui kolom chat yang telah disediakan pada masing-masing aplikasi toko online.

Kemudian, yang selanjutnya dibahas adalah pengertian dari toko kelontong. Jika dirinci lebih lanjut, kata tersebut terdiri dari dua kata, yaitu “toko” dan “kelontong”. Dalam situs Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) online menyebutkan pengertian dari “toko” adalah kedai berupa bangunan permanen yang dipergunakan sebagai tempat untuk menjual barang-barang (makanan kecil dan sebagainya). Sedangkan pengertian dari kata “kelontong” menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) online yaitu, barang-barang untuk keperluan sehari-hari seperti sabun, sikat gigi, gelas, cangkir, mangkuk.

Jadi, yang dapat disimpulkan melalui kedua kata tersebut (toko kelontong) yaitu, toko yang menjual berbagai macam barang kebutuhan sehari-hari. Selain itu,

jenis barang yang dijual pun sangat beragam dan lebih lengkap. Produk yang banyak dijual biasanya peralatan dan kebutuhan rumah tangga, seperti beras, bumbu-bumbu dapur, peralatan mandi, sabun untuk mencuci pakaian, pembersih lantai, dan lain sebagainya. Toko kelontong termasuk ke dalam bidang UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) yang pernah menjadi tulang punggung ekonomi di Indonesia saat krisis ekonomi pada tahun 1989 dan tidak cukup sampai disitu, bahkan kala itu, jenis UMKM ini menjadi salah satu usaha yang berkembang pesat.

Selain pengertian toko kelontong yang telah ditulis, ada pula perbedaan dari toko kelontong “grosiran” dan toko kelontong “eceran”, sama juga dengan yang ada pada toko online, yaitu pada toko online dapat menjual produk dalam bentuk “grosiran” maupun “eceran” dengan selisih harga barang per biji yang cukup banyak. Berikut ini adalah pembahasan tentang apa saja perbedaan dari toko yang menjual barang dengan cara grosir dan eceran, baik dari ciri-ciri tokonya maupun dari segi harga yang ditawarkan, Walaupun dari segi produk yang dijual, keduanya memiliki jenis produk yang tidak jauh berbeda, yaitu kebanyakan memang adalah sembako dan kebutuhan rumah tangga. Perbedaan pertama yang sangat mudah dijumpai dari keduanya adalah jenis pembeli dari masing-masing toko. Untuk toko kelontong eceran, pembelinya adalah konsumen atau pengguna langsung. Biasanya, pembeli ini adalah kalangan rumah tangga, sedangkan untuk toko kelontong grosir, pembelinya adalah pemilik toko-toko kelontong kecil. Toko-toko kelontong kecil ini akan membeli secara grosir kemudian menjualnya kembali kepada konsumen dengan cara diecer. Toko seperti inilah yang akhirnya biasa disebut dengan toko kelontong eceran. Berbeda dengan toko kelontong grosir, suplai barang yang diterima oleh toko kelontong grosir biasanya didatangkan langsung dari distributor atau produsen produk itu sendiri. Biasanya, toko kelontong grosir juga membeli berbagai barang-barang dagangannya dalam jumlah yang besar. Maka tidak heran, jika modal yang dibutuhkan untuk membuka toko kelontong grosir pun jauh lebih besar.

Toko kelontong eceran biasanya mengambil keuntungan dari barang yang dijualnya antara 10-30 persen. Sedangkan, toko kelontong grosir mengambil keuntungan lebih kecil, bahkan sering kali tidak lebih dari 10 persen. Jenis toko ini memang lebih mengutamakan kuantitas barang yang terjual, sehingga meski

keuntungannya kecil, namun hal tersebut dapat tertutupi oleh besarnya perputaran produk atau barang-barang yang terjual. Namun, di dalam penelitian ini, penulis tidak melakukan penelitian pada toko kelontong grosir, melainkan penulis memilih subyek penelitian pada toko kelontong eceran.

Dalam penelitian ini, penulis lebih menitik-beratkan pada pendekatan penelitian fenomenologi. Sebelum penulis membahas secara singkat tentang maksud dari fenomenologi, adapun yang perlu diketahui, yaitu fenomena (*phenomenon*), fenomena merupakan suatu konsep sentral yang sedang dipelajari oleh seorang fenomenolog. Fenomena adalah konsep yang sedang dialami oleh subjek dalam studi, yang dapat mencakup konsep psikologis, seperti kesedihan, kemarahan, atau cinta (Creswell, 2015: 395).

Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi, artinya, penelitian ini mendeskripsikan pemaknaan umum dari sejumlah individu terhadap berbagai pengalaman hidup mereka terkait dengan konsep atau fenomena. Tujuan yang utama dari penelitian fenomenologi ini adalah untuk mereduksi pengalaman individu pada fenomena menjadi deskripsi tentang esensi atau intisari universal (Cresswell, 2015: 105). Studi fenomenologi diakhiri dengan bagian deskriptif yang membahas esensi dari pengalaman yang dialami individu tersebut dengan melibatkan “apa” yang telah mereka alami dan “bagaimana” mereka mengalaminya. “Esensi” atau intisari adalah aspek puncak dari studi fenomenologi (Cresswell, 2015: 397). Pendekatan penelitian fenomenologi ini juga terbagi dalam dua tipe, yang pertama ialah fenomenologi hermeneutik (*hermeneutical phenomenology*), yaitu suatu bentuk fenomenologi yang risetnya diarahkan pada penafsiran “teks” kehidupan (*hermeneutik*) dan pengalaman hidup (*fenomenologi*) (Van Manen, 1990). Sedangkan tipe yang kedua dari pendekatan penelitian fenomenologi ialah fenomenologi transendental (*transcendental phenomenology*) (Creswell, 2015: 395).

Fenomenologi transendental menurut Moustakas (1994), Husserl mendukung fenomenologi transendental, dan kemudian menjadi konsep pemandu bagi Moustakas. Dalam pendekatan ini, peneliti mengesampingkan prasangka tentang fenomena yang sedang diteliti. Untuk melakukannya, peneliti mengandalkan intuisi, imajinasi, dan struktur universal untuk memperoleh gambaran tentang pengalaman tersebut, dan

peneliti menggunakan metode analisis sistematis sebagaimana yang dikembangkan oleh Moustakas (1994) (Creswell, 2015: 396).

Berdasarkan pendekatan penelitian yang telah penulis bahas secara singkat di atas, penulis hanya menggunakan pendekatan fenomenologi hermeneutik. Adapun dasar dari teori yang penulis gunakan dari salah satu teori karya Max Weber, yaitu menggunakan teori kekuasaan. Kemudian, penelitian ini menjadi suatu hal yang penting untuk dibahas yaitu, agar penulis dapat mengetahui pengalaman apa yang pernah dialami maupun yang saat ini sedang dialami oleh penjual atau pemilik toko kelontong tersebut, baik sebelum dan sesudah popularnya aplikasi toko online akhir-akhir ini.

KAJIAN TEORITIS

Dalam proposal penelitian ini, penulis menggunakan paradigma definisi sosial. Paradigma definisi sosial ini adalah karya dari Max Weber yang mempelajari tentang kekuasaan dan struktur sosial di dalam kehidupan masyarakat. Weber tertarik kepada makna subjektif yang diberikan individu terhadap tindakan mereka. Paradigma definisi sosial ini penulis gunakan, karena secara pasti memandang manusia sebagai orang yang aktif menciptakan kehidupan sosialnya sendiri. Pendirian yang demikian ini akhirnya dapat menyebabkan penganut paradigma definisi sosial mengarahkan perhatiannya kepada bagaimana caranya manusia mengartikan kehidupan sosialnya atau bagaimana caranya mereka membentuk kehidupan sosial yang nyata. Selain itu, ada pula tambahan, yaitu penganut paradigma ini banyak tertarik kepada proses sosial yang mengalir dari pendefinisian sosial oleh individu (Ritzer, 2014: 90).

Dari penjelasan di atas, adapun teori yang penulis pakai dalam proposal penelitian ini, yaitu adalah teori Kekuasaan karya Max Weber, khususnya yang memiliki kaitan dalam bidang ekonomi. Dalam teori Kekuasaan, penulis mengambil beberapa konsep. Konsep yang pertama ialah konsep Struktur Kekuasaan, khususnya pada bagian Fondasi Ekonomi “Imperialisme”, dan konsep yang kedua ialah konsep Kelas, Status, Partai, khususnya pada bagian Determinasi Situasi Kelas oleh Situasi Pasar.

Pada konsep yang pertama, yaitu konsep Struktur Kekuasaan, yang berasal dari karya Max Weber ini, terlebih pada bagian Fondasi Ekonomi “Imperialisme”, ada kata

kata yang menjelaskan bahwa ekonomi itu dapat menjadi sarana pemersatu suatu wilayah. Jika penduduk suatu wilayah berusaha menjual produk-produk mereka terutama di pasar mereka sendiri, maka kita bisa bicara tentang wilayah yang disatukan secara ekonomi (Weber, 2009: 195).

Demikian pula halnya dengan yang ada di negara Indonesia ini, khususnya di sekitar kita, pastinya banyak dari entah itu tetangga, keluarga atau kerabat, atau bahkan mungkin juga kita sendiri yang menjalani sebuah usaha berdagang atau berjualan, baik itu secara online maupun secara langsung dengan membuka usaha toko. Dari usaha tersebut, secara tidak langsung, bagi kita yang memiliki usaha, juga sudah turut berkontribusi terhadap persatuan dan kesatuan wilayah kita. Karena sangat tidak mungkin jika kita tidak membutuhkan barang-barang hasil produksi dari luar daerah atau wilayah kita, yang nantinya akan kita jual dalam tempat usaha yang kita miliki, entah itu masih berupa bahan baku, maupun barang jadi, atau bisa saja dan tidak menutup kemungkinan bahwa pembeli dapat berasal dari berbagai daerah di Indonesia (jika melakukan penjualan secara online).

Menurut pandangan Max Weber, Jerman dapat menjadi sebuah wilayah ekonomi tunggal hanya karena kebiasaan jual-beli di perbatasan, dan kegiatan jual beli itu telah ditentukan dengan suatu cara yang sepenuhnya politis. Kegiatan jual beli ditentukan dengan suatu cara yang sepenuhnya politis, karena jika tidak demikian, maka dapat berpotensi menyebabkan penjualan barang-barang yang terlarang dan penyalahgunaan penjualan barang hasil kekayaan dalam negeri, maka di sinilah peran sebenarnya dari kebijakan politis yang diterapkan. Namun, ada hal yang perlu diketahui dari salah satu karya Max Weber ini, yaitu tentang kebijakan politis yang diterapkan tersebut. Dan jika kebijakan politis itu tidak diterapkan, maka beginilah pengandaiannya.

Sedangkan pada konsep yang kedua, yang penulis pilih dari karya Max Weber yaitu tentang konsep Kelas, Status, Partai, pada bagian Determinasi Situasi Kelas oleh Situasi Pasar, Max Weber memiliki pandangan bahwa:

Dalam terminologi kita “kelas” bukanlah komunitas; ia hanya merepresentasikan basis-basis yang mungkin, dan sering muncul bagi aksi komunal. Kita bisa bicara tentang sebuah “kelas” ketika sejumlah orang sama-sama memiliki suatu komponen kausal khusus bagi kesempatan hidup mereka,

sejauh komponen ini direpresentasikan secara eksklusif oleh kepentingan-kepentingan ekonomi dalam kepemilikan barang dan peluang untuk mendapatkan penghasilan, dan direpresentasikan di bawah persyaratan komoditi atau lapangan kerja (Weber, 2009: 218).

Dari penjelasan mengenai konsep yang kedua, penulis mendapatkan beberapa hal yang dapat dikaitkan atau masih relevan dengan kondisi ekonomi serta perkembangan teknologi ekonomi di Indonesia saat ini, yaitu salah satunya berkaitan dengan toko online. Penting untuk diketahui, peran toko online yang ada saat ini, secara tidak langsung telah menerapkan konsep kekuasaan dalam bidang ekonomi.

Contoh yang ada dan paling mudah untuk dijumpai dalam kehidupan masyarakat sekitar kita saat ini, yaitu dengan semakin dipermudahnya para pemilik modal dalam menjual barang-barang dagangan yang dimilikinya dengan menggunakan mode distribusi yang telah disediakan oleh pihak aplikasi, dan hal tersebut dapat sangat menguntungkan kaum para pemilik modal, karena mereka tidak perlu membayar mahal hanya untuk mengirimkan barang dagangannya kepada konsumen, bahkan penjual atau bisa dikatakan pemilik modal tersebut tidak perlu mengeluarkan modal sama sekali untuk biaya pengiriman barang tersebut agar dapat sampai kepada konsumen atau agar dapat mempromosikan dan menyebar luaskan kepada masyarakat luas dan jika terjadi barang rusak selama pengiriman, kebanyakan dari mereka (para pemilik modal atau perusahaan) tersebut tidak mau bertanggung jawab atas kerusakan tersebut. Hal seperti inilah yang membuat penulis memiliki anggapan bahwa sebenarnya keuntungan yang mereka peroleh cenderung sangat besar dan berpotensi pula untuk dapat menguasai perekonomian pada kelas atas.

Berbeda dengan yang terjadi pada toko kelontong eceran, mereka bisa dikatakan sebagai kaum yang tidak memiliki kekayaan sebanyak para pemilik modal yang berbagai produknya dijual pada toko online. Pada toko kelontong eceran, jika terjadi kerusakan pada barang dagangannya dikarenakan belum laku terjual, atau kerusakan selama perjalanan, atau karena lain hal, para pelaku usaha toko kelontong ini cenderung akan sering menanggung kerugian tersebut. Pada kondisi yang seperti ini, dapat dikatakan bahwa keuntungan yang dihasilkan dari usaha toko kelontong ini cukup sedikit dan berpotensi mengalami kerugian. Persoalan yang terjadi seperti demikian ini yang

akhirnya secara otomatis mendukung jalannya sistem kekuasaan, terlebih dalam bidang “kelas” dan “status”.

Dari kalimat itu dapat diketahui, secara tidak langsung, sistem perekonomian di Indonesia telah banyak dipengaruhi oleh kebijakan-kebijakan para penguasa. Hal ini dapat ditunjukkan dari harga barang-barang yang awalnya telah ditetapkan oleh pemilik modal, kini harga barang-barang yang ada seolah-olah telah melewati permainan ekonomi pada kelas penguasa, baik itu pada sektor toko online maupun toko kelontong. Tetapi, hal ini akhirnya, dengan segala keuntungan yang ada, juga akan kembali kepada penguasa dan kepada para pemilik modal.

Sedangkan orang-orang yang menjalani usaha melalui toko kelontong, hasil atau keuntungan yang didapatkan akan menjadi sangat sedikit dikarenakan mereka cenderung akan merasa kesulitan saat menjual barang-barang dagangannya dikarenakan pelanggan juga akan enggan membeli jika harga barang tersebut terus mengalami kenaikan. Lagi-lagi, pusat yang mengendalikan alur ekonomi dari semuanya ini adalah kebijakan para penguasa (pemerintah dan pemilik modal (perusahaan)).

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini, penulis menggunakan salah satu jenis pendekatan penelitian fenomenologi. Pendekatan penelitian fenomenologi ini merupakan jenis pendekatan penelitian yang membahas tentang berbagai pengalaman hidup yang dialami oleh individu, maupun beberapa individu.

Sebab serta tujuan digunakannya pendekatan penelitian fenomenologi ini ialah, karena dalam penulisan penelitian ini, penulis memilih jenis penelitian yang berkaitan dengan pengalaman hidup yang dialami oleh informan, dan informan di sini hanya membutuhkan satu atau dua individu di setiap lokasi toko kelontong milik informan agar dapat berjalan sebagaimana mestinya penelitian ini dilakukan.

Sedangkan untuk topik yang penulis gunakan di dalam proposal ini, yaitu mengenai pengaruh kemunculan dan pertumbuhan popularitas dari toko online terhadap pertumbuhan atau perkembangan ekonomi pada toko kelontong. Topik seperti ini menurut penulis menjadi suatu hal yang menarik untuk dibahas dikarenakan pada zaman sekarang, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi berkembang dengan sangat

cepat, sehingga kebanyakan dari masyarakat yang tidak gagap teknologi (gaptek) dapat dengan mudah mengikuti tren berbelanja di toko online ini, bahkan tidak jarang masyarakat saat ini lebih memilih berbelanja kebutuhan sehari-hari dengan menggunakan sarana teknologi berupa toko online, dikarenakan selain lebih mudah dalam proses transaksi, banyaknya promo-promo menarik berupa diskon atau potongan harga barang yang ada, bahkan pembeli pun terkadang, atau dapat dibilang sering kali tidak perlu membayar ongkos kirim, sehingga fenomena seperti ini secara tidak langsung akan menimbulkan dampak pada perkembangan toko-toko kelontong yang cenderung tidak bisa menjual kembali barang-barang dagangannya dengan harga yang lebih murah.

Salah satu penyebab dari tidak bisa menjual barang-barang dagangan dengan lebih murah yaitu karena toko kelontong, terlebih toko kelontong eceran menggunakan cara mencari atau membeli barang yang akan didagangkan tersebut pada tengkulak atau bisa dibilang semacam berbelanja di toko kelontong grosir, jadi pemilik toko kelontong eceran ini secara otomatis akan kesulitan bahkan tidak bisa mendapatkan untung jika harga barang dagangan yang akan dijual tersebut dipasarkan dengan harga murah. Fenomena seperti inilah yang akhirnya penulis menjadi tertarik untuk membahas dan menggunakan salah satu teori dari Max Weber, yaitu tentang teori Kekuasaan.

Selain teori yang digunakan dalam proposal penelitian ini, penulis juga memiliki batasan pada ruang lingkup penelitian, yaitu penulis lebih berfokus pada pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM), berupa pedagang yang menjual barang-barang kebutuhan sehari-hari di sebuah toko yang beliau atau informan miliki.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan paradigma definisi sosial. Paradigma definisi sosial ini adalah karya dari Max Weber yang mempelajari tentang kekuasaan dan struktur sosial di dalam kehidupan masyarakat. Weber tertarik kepada makna subjektif yang diberikan individu terhadap tindakan mereka. Paradigma definisi sosial ini penulis gunakan, karena secara pasti memandang manusia sebagai orang yang aktif menciptakan kehidupan sosialnya sendiri. Pendirian yang demikian ini akhirnya dapat menyebabkan penganut paradigma definisi sosial mengarahkan perhatiannya kepada bagaimana caranya manusia mengartikan kehidupan sosialnya atau bagaimana caranya mereka membentuk kehidupan sosial yang nyata. Selain itu, ada pula tambahan, yaitu penganut

paradigma ini banyak tertarik kepada proses sosial yang mengalir dari pendefinisian sosial oleh individu (Ritzer, 2014: 90).

Dari penjelasan di atas, adapun teori yang penulis pakai dalam proposal penelitian ini, yaitu adalah teori Kekuasaan karya Max Weber, khususnya yang memiliki kaitan dalam bidang Dalam penelitian ini, penulis menggunakan paradigma definisi sosial. Paradigma definisi sosial ini adalah karya dari Max Weber yang mempelajari tentang kekuasaan dan struktur sosial di dalam kehidupan masyarakat. Weber tertarik kepada makna subjektif yang diberikan individu terhadap tindakan mereka. Paradigma definisi sosial ini penulis gunakan, karena secara pasti memandang manusia sebagai orang yang aktif menciptakan kehidupan sosialnya sendiri. Pendirian yang demikian ini akhirnya dapat menyebabkan penganut paradigma definisi sosial mengarahkan perhatiannya kepada bagaimana caranya manusia mengartikan kehidupan sosialnya atau bagaimana caranya mereka membentuk kehidupan sosial yang nyata. Selain itu, ada pula tambahan, yaitu penganut paradigma ini banyak tertarik kepada proses sosial yang mengalir dari pendefinisian sosial oleh individu (Ritzer, 2014: 90).

Dari penjelasan di atas, adapun teori yang penulis pakai dalam proposal penelitian ini, yaitu adalah teori Kekuasaan karya Max Weber, khususnya yang memiliki kaitan dalam bidang ekonomi. Dalam teori Kekuasaan, penulis mengambil beberapa konsep. Konsep yang pertama ialah konsep Struktur Kekuasaan, khususnya pada bagian Fondasi Ekonomi “Imperialisme”, dan konsep yang kedua ialah konsep Kelas, Status, Partai, khususnya pada bagian Determinasi Situasi Kelas oleh Situasi Pasar. Pada konsep yang pertama, yaitu konsep Struktur Kekuasaan, yang berasal dari karya Max Weber ini, terlebih pada bagian Fondasi Ekonomi “Imperialisme”, ada kata-kata yang menjelaskan bahwa ekonomi itu dapat menjadi sarana pemersatu suatu wilayah. Jika penduduk suatu wilayah berusaha menjual produk-produk mereka terutama di pasar mereka sendiri, maka kita bisa bicara tentang wilayah yang disatukan secara ekonomi (Weber, 2009: 195).

Menurut Ganefo (Ganefo & Elyani, 2020: 80) dalam jurnalnya yang berjudul Dampak Ekonomi Pengembangan Agro Wisata Sirah Kencong Pada Pekerja PTPN XII Blitar, Aspek Kehidupan Sosial Sebelum adanya pariwisata, ruang sosial masyarakat Sirah Kencong hanyalah sebatas area pabrik dan perkebunan saja. Mereka hanya mengenal tetangganya saja. Namun dengan adanya pengembangan pariwisata jaringan

internet sudah mulai masuk, dan mereka menjadi mengerti akan dunia maya atau media sosial seperti facebook, instagram, whatsapp, dan lain-lain.

Demikian pula halnya dengan perekonomian di Indonesia saat ini, khususnya di sekitar kita, pastinya banyak dari entah itu tetangga, keluarga atau kerabat, atau bahkan mungkin juga kita sendiri yang menjalani sebuah usaha berdagang atau berjualan, baik itu secara online maupun secara langsung dengan membuka usaha toko. Dari usaha tersebut, secara tidak langsung, bagi kita yang memiliki usaha, juga sudah turut berkontribusi terhadap persatuan dan kesatuan wilayah kita. Karena sangat tidak mungkin jika kita tidak membutuhkan barang-barang hasil produksi dari luar daerah atau wilayah kita, yang nantinya akan kita jual dalam tempat usaha yang kita miliki, entah itu masih berupa bahan baku, maupun barang jadi, atau bisa saja dan tidak menutup kemungkinan bahwa pembeli dapat berasal dari berbagai daerah di Indonesia (jika melakukan penjualan secara online).

Menurut pandangan Max Weber, Jerman dapat menjadi sebuah wilayah ekonomi tunggal hanya karena kebiasaan jual-beli di perbatasan, dan kegiatan jual beli itu telah ditentukan dengan suatu cara yang sepenuhnya politis. Kegiatan jual beli ditentukan dengan suatu cara yang sepenuhnya politis, karena jika tidak demikian, maka dapat berpotensi menyebabkan penjualan barang-barang yang terlarang dan penyalahgunaan penjualan barang hasil kekayaan dalam negeri, maka disinilah peran sebenarnya dari kebijakan politis yang diterapkan. Namun, ada hal yang perlu diketahui dari salah satu karya Max Weber ini, yaitu tentang kebijakan politis yang diterapkan tersebut. Dan jika kebijakan politis itu tidak diterapkan, maka beginilah pengandaiannya.

Sedangkan pada konsep yang kedua, yang penulis pilih dari karya Max Weber yaitu tentang konsep Kelas, Status, Partai, pada bagian Determinasi Situasi Kelas oleh Situasi Pasar, Max Weber memiliki pandangan bahwa:

Dalam terminologi kita “kelas” bukanlah komunitas; ia hanya merepresentasikan basis-basis yang mungkin, dan sering muncul bagi aksi komunal. Kita bisa bicara tentang sebuah “kelas” ketika sejumlah orang sama-sama memiliki suatu komponen kausal khusus bagi kesempatan hidup mereka, sejauh komponen ini direpresentasikan secara eksklusif oleh kepentingan-kepentingan ekonomi dalam kepemilikan barang dan peluang

untuk mendapatkan penghasilan, dan direpresentasikan di bawah persyaratan komoditi atau lapangan kerja (Weber, 2009: 218).

Dari penjelasan mengenai konsep yang kedua, penulis mendapatkan beberapa hal yang dapat dikaitkan atau masih relevan dengan kondisi ekonomi serta perkembangan teknologi ekonomi di Indonesia saat ini, yaitu salah satunya berkaitan dengan toko online. Penting untuk diketahui, peran toko online yang ada saat ini, secara tidak langsung telah menerapkan konsep kekuasaan dalam bidang ekonomi. Contoh yang ada dan paling mudah untuk dijumpai dalam kehidupan masyarakat sekitar kita saat ini, yaitu dengan semakin dipermudahnya para pemilik modal dalam menjual barang-barang dagangan yang dimilikinya dengan menggunakan mode distribusi yang telah disediakan oleh pihak aplikasi, dan hal tersebut dapat sangat menguntungkan kaum para pemilik modal, karena mereka tidak perlu membayar mahal hanya untuk mengirimkan barang dagangannya kepada konsumen, bahkan penjual atau bisa dikatakan pemilik modal tersebut tidak perlu mengeluarkan modal sama sekali untuk biaya pengiriman barang tersebut agar dapat sampai kepada konsumen atau agar dapat mempromosikan dan menyebarluaskan kepada masyarakat luas dan jika terjadi barang rusak selama pengiriman, kebanyakan dari mereka (para pemilik modal atau perusahaan) tersebut tidak mau bertanggung jawab atas kerusakan tersebut. Hal seperti inilah yang membuat penulis memiliki anggapan bahwa sebenarnya keuntungan yang mereka peroleh cenderung sangat besar dan berpotensi pula untuk dapat menguasai perekonomian pada kelas atas.

Berbeda dengan yang terjadi pada toko kelontong eceran, mereka bisa dikatakan sebagai kaum yang tidak memiliki kekayaan sebanyak para pemilik modal yang berbagai produknya dijual pada toko online. Pada toko kelontong eceran, jika terjadi kerusakan pada barang dagangannya dikarenakan belum laku terjual, atau kerusakan selama perjalanan, atau karena lain hal, para pelaku usaha toko kelontong ini cenderung akan sering menanggung kerugian tersebut. Pada kondisi yang seperti ini, dapat dikatakan bahwa keuntungan yang dihasilkan dari usaha toko kelontong ini cukup sedikit dan berpotensi mengalami kerugian. Persoalan yang terjadi seperti demikian ini yang akhirnya secara otomatis mendukung jalannya sistem kekuasaan, terlebih dalam bidang “kelas” dan “status”.

Menurut D.V. Rosa dalam jurnalnya tentang *Kopi Tiga Dimensi: Praktik Tubuh, Ritual/Festival, dan Inovasi Kopi Using* (Rosa, 2016: 188), Masyarakat perkebunan dan pekerja di bawah perusahaan perkebunan sebagai objek kekuasaan yang memiliki pola khas dalam pembentukan disiplin tubuh. Dari kalimat itu dapat diketahui, secara tidak langsung, sistem perekonomian di Indonesia telah banyak dipengaruhi oleh kebijakan-kebijakan para penguasa. Hal ini dapat ditunjukkan dari harga barang-barang yang awalnya telah ditetapkan oleh pemilik modal, kini harga barang-barang yang ada seolah-olah telah melewati permainan ekonomi pada kelas penguasa, baik itu pada sektor toko online maupun toko kelontong. Tetapi, hal ini akhirnya, dengan segala keuntungan yang ada, juga akan kembali kepada penguasa dan kepada para pemilik modal. Sedangkan orang-orang yang menjalani usaha melalui toko kelontong, hasil atau keuntungan yang didapatkan akan menjadi sangat sedikit dikarenakan mereka cenderung akan merasa kesulitan saat menjual barang-barang dagangannya dikarenakan pelanggan juga akan enggan membeli jika harga barang tersebut terus mengalami kenaikan. Lagi-lagi, pusat yang mengendalikan alur ekonomi dari semuanya ini adalah kebijakan para penguasa (pemerintah dan pemilik modal (perusahaan)).

Berdasarkan penjelasan di atas, adapun maksud atau tujuan penulis membuat penelitian ini, yaitu agar penulis dapat mengetahui pengalaman apa yang pernah dialami maupun yang saat ini sedang dialami oleh penjual atau pemilik toko kelontong tersebut terkait dengan kemunculan toko online ini, baik sebelum dan sesudah popularnya aplikasi toko online akhir-akhir ini, karena banyak dari masyarakat Indonesia, khususnya pada masyarakat yang ada di sekitar kita, bahkan tidak menutup kemungkinan termasuk kita sendiri yang sangat menyukai berbelanja kebutuhan sehari-hari, seperti membeli sabun mandi, mie instan, dan lain sebagainya dengan cara memanfaatkan toko online.

Selain hal di atas, pembuatan proposal penelitian ini juga membahas teori dan konsep dari salah satu tokoh besar Sosiologi, yaitu Max Weber. Penulis merasa tertarik untuk membahas fenomena seperti ini dengan menggunakan teori dan konsep dari Max Weber, karena menurut penulis, teori dan konsep dari Max Weber ini masih sangat relevan dengan kondisi perekonomian masyarakat, kehidupan masyarakat, sampai kebiasaan masyarakat di Indonesia saat-saat ini, terlebih tempat atau lokasi yang penulis pilih dalam proposal ini.

Ada satu hal lagi yang menjadi penting dalam penelitian ini, yaitu dalam menentukan teori dan konsep, pasti kita harus memilih dulu teori dan konsep yang paling cocok dalam proposal penelitian ini, karena jika tidak memilih teori dan konsep yang tepat, maka akan terjadi ketidakcocokan antara fenomena apa yang sedang dibahas dengan teori dan konsep yang dipilih. Dalam proposal ini, penulis memilih teori dari Max Weber tentang Kekuasaan dikarenakan teori ini lebih relevan dengan fenomena yang sedang dibahas. Inti dari penjelasan tentang teori Kekuasaan, menurut pendapat penulis adalah teori yang mempelajari serta mengkaji tentang adanya sebuah kesempatan yang dimiliki oleh seseorang atau sekelompok orang (dalam hal ini penguasa) dengan tujuan untuk memenuhi atau memuaskan keinginan atau kehendaknya sendiri dalam hubungan dan kegiatan sosial, walaupun harus menentang atau mengabaikan kehendak dari orang lain.

Selain dari teori yang penulis pilih, ada pula dua konsep yang penulis gunakan dalam proposal penelitian ini, yaitu konsep Struktur Kekuasaan dan konsep Kelas, Status, Partai, yang semuanya ini penulis ambil dari karya Max Weber pula. Adapun konsep yang pertama adalah konsep Struktur Kekuasaan. Konsep ini menurut penulis adalah semua kegiatan ekonomi, termasuk di dalamnya para pelaku usaha, pihak hukum dan para pemilik modal, semuanya sama-sama berjuang untuk mendapatkan kekuasaan pada masing-masing bidang, namun yang menjadi ketidak seimbangan dari konsep kekuasaan ini adalah para pelaku usaha yang memiliki modal rendah, akan sangat mudah dikuasai oleh para pemilik modal, entah itu dalam bidang harga, keamanan, serta kualitas dari produk yang ada.

Sedangkan pada konsep yang kedua, penulis menggunakan konsep Kelas, Status, Partai. Konsep kelas, status, partai ini menurut penulis adalah sebuah konsep yang di dalamnya terdapat pula peran penguasa dalam menjalankan setiap kegiatan perekonomian, baik itu dalam mengatur setiap jumlah atau volume produksi yang dihasilkan, sampai pada harga barang yang ditentukan.

Selain itu, alasan dari penulis menggunakan konsep tersebut dikarenakan adanya kecocokan dengan kondisi ekonomi yang terjadi saat ini, baik pada struktur ekonomi kelas atas maupun pada struktur ekonomi kelas bawah atau bisa dibilang sekelas Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) sangat bergantung pada kekuasaan dan kebijakan

dari pemerintah maupun dari para pemilik modal (perusahaan) itu sendiri, yang sebagian besar menjalankan usahanya dengan cara online. Jadi, dari penjelasan yang ada, dapat disimpulkan sementara, bahwa kedua konsep yang penulis gunakan ini dapat digabungkan atau dikomparasikan, terlebih dalam pembahasannya mengenai fenomena toko online terhadap bidang usaha toko kelontong yang dalam hal ini juga mencakup pada kebijakan serta peran dari para penguasa.

KESIMPULAN DAN SARAN

Toko online sudah banyak diketahui dan digemari oleh masyarakat terutama oleh masyarakat di Kecamatan Summersari, Kabupaten Jember. Banyak yang menggunakan toko online sebagai alternatif berbelanja di mana masyarakat tidak perlu repot untuk keluar rumah atau bertatapans langsung dengan penjual, atau bisa membeli barang yang tidak tersedia di Jember, dan bagi para pemilik toko kelontong, adanya toko online ini juga membuat para pemilik toko kelontong ini menjadi lebih mudah untuk membeli barang dagangan untuk melengkapi tokonya. Selain itu, dengan pembelian dengan jumlah lebih banyak, para pemilik toko ini juga bisa menjual kembali barang dagangannya dengan untung yang sedikit lebih banyak ketimbang membeli langsung pada toko kelontong grosir. Namun, dari sisi positif tersebut ada pula sisi negatifnya, yaitu membuat konsumen atau pembeli menjadi kurang bersosialisasi dengan tetangganya atau dengan para pemilik toko yang ada di sekitar tempat tinggal konsumen tersebut. Sisi negatif yang lain yaitu terkadang yang banyak dikeluhkan oleh konsumen yaitu terkadang barang yang dipesan, datang dengan jumlah atau ukuran yang berbeda dalam kata lain tidak sesuai dengan apa yang diharapkan. Saran dari penulis yaitu toko online bisa saja membantu perekonomian dari pemilik toko kelontong, tetapi jika tidak selektif dalam bertransaksi akan dapat menyebabkan kerugian, maka, gunakanlah aplikasi toko online dengan benar dan selalu selektif. Jika merupakan penjual pada toko online tersebut, alangkah lebih baiknya jika penjual bisa jujur dan amanah dalam melakukan pekerjaan ini.

DAFTAR REFERENSI

Artikel Jurnal

Ganefo, A., & Elyani. (2019). Dampak Ekonomi Pengembangan Agro Wisata Sirah Kencong Pada Pekerja PTPN XII Blitar. *Repository Universitas Jember*. 80. <https://doi.org/10.19184/jes.v9i1.20791>

- Prasetyo, Hery. (2013). Cyberpanoptic: Eksperimentasi dan (Transparansi) Kuasa Pengawasan. *Literasi: Indonesian Journal Of Humanities*. 3(2): 118. <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/LIT/article/view/6120>.
- Rosa, D. V. (2016). Kopi Tiga Dimensi: Praktik Tubuh, Ritual/Festival, dan Inovasi Kopi Using. *Repository Universitas Jember*. 188. <http://repository.unej.ac.id/handle/123456789/77215>.

Buku Teks

- Creswell, John W. (2015). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset/Memilih Di antara Lima Pendekatan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ritzer, George. (2014). *Sosiologi Ilmu Pengetahuan Berparadigma Ganda*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Weber, Max. (2009). *Sosiologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Sumber dari internet dengan nama penulis

- Octian, Ardito Wahyu. (2022). Apa Itu Toko Kelontong? Inilah Pengertian dan Jenis-Jenisnya. <https://mitra.bukalapak.com/artikel/apa-itu-toko-kelontong-116025>, diakses tanggal 15 Mei 2023.

Sumber dari internet tanpa nama penulis

- DosenSosiologi.Com. (2021). Pengertian Wawancara, Jenis, Kelebihan, Kekurangan, Tujuan, dan Contohnya. <https://dosensosiologi.com/pengertian-wawancara-jenis-dan-contohnya-lengkap/>, diakses tanggal 15 Mei 2023.
- Gramedia. (2021). Teori Kekuasaan: Pengertian, Legitimasi, dan Sumber Kekuasaan. <https://www.gramedia.com/literasi/teori-kekuasaan/>, diakses tanggal 15 Mei 2023.
- KBBIDaring. (2016). Toko. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/toko>, diakses tanggal 14 Mei 2023.
- KBBIONline. (2021). Kelontong. <https://kbbi.web.id/kelontong>, diakses tanggal 14 Mei 2023.
- TokoDaring. (2021). Toko Online Adalah (Pengertian Toko Online). <https://tokodaring.com/ecommerce/toko-online-adalah/>, diakses tanggal 17 Mei 2023.