



Optimalisasi Layanan Pelanggan Toko Tradisional: Inovasi Toko Muklis di Kota Bengkulu dalam Menghadapi Perubahan Pasar

Enhancing Customer Service in Conventional Retail: The Innovations of Toko Muklis in Bengkulu City in Response to Market Changes

Harri Agustian ¹⁾; Ahmad Soleh ²⁾; Dodi Hardinata ³⁾

^{1,2,3)} Universitas Dehasen Bengkulu

¹⁾ hariagustian52@gmail.com, ²⁾ ahmadsoleh@unived.ac.id, ³⁾ hardinata29@unived.ac.id

Abstrak

Perkembangan teknologi dan digitalisasi telah mengubah cara konsumsi masyarakat, memaksa toko tradisional untuk beradaptasi agar tetap bersaing. Toko Muklis, sebuah toko tradisional yang berlokasi di Kota Bengkulu, telah menerapkan berbagai inovasi layanan modern untuk menghadapi tantangan tersebut. Inovasi yang diterapkan meliputi: layanan tukar uang, yang memudahkan pelanggan dalam mendapatkan uang pecahan kecil untuk transaksi sehari-hari, sekaligus menjadi solusi praktis bagi pedagang kecil di sekitar toko; opsi pembayaran elektronik, yang memungkinkan pembayaran melalui dompet digital atau transfer bank, sesuai dengan kebutuhan masyarakat yang semakin akrab dengan transaksi non-tunai di era digital; layanan pengantaran gratis, yang memberikan kemudahan bagi pelanggan dengan mengantarkan barang langsung ke rumah, terutama bagi lansia, pekerja sibuk, atau pelanggan yang membeli dalam jumlah besar; serta layanan mandiri (self-service), yang memungkinkan pelanggan untuk berbelanja dengan memilih dan mengambil barang secara langsung, memberikan pengalaman berbelanja yang lebih fleksibel dan mirip dengan konsep toko modern tanpa menghilangkan nuansa tradisional. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak dari inovasi tersebut terhadap daya saing dan loyalitas pelanggan. Data dikumpulkan melalui survei pelanggan, wawancara, dan observasi langsung dengan pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi layanan ini dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, memperkuat loyalitas, dan memberikan keunggulan kompetitif bagi Toko Muklis di tengah persaingan pasar yang semakin ketat. Temuan ini mengindikasikan bahwa penerapan strategi modern dapat membantu mempertahankan relevansi toko tradisional di era digital.

Kata Kunci: Toko Tradisional, Inovasi Layanan, Loyalitas Pelanggan, Daya Saing, Digitalisasi, Toko Muklis.

Abstract:

The advancement of technology and digitalization has transformed consumer behavior, forcing traditional stores to adapt in order to remain competitive. Toko Muklis, a traditional store located in Bengkulu City, has implemented various modern service innovations to address these challenges. The innovations include: a money exchange service, which facilitates customers in obtaining small denominations for daily transactions while providing a practical solution for small traders around the store; electronic payment options, enabling transactions via digital wallets or bank transfers, meeting the needs of consumers who are increasingly accustomed to cashless payments in the digital era; free delivery services, offering convenience by delivering goods directly to customers' homes, especially benefiting the elderly, busy professionals, or

those purchasing in bulk; and a self-service system, allowing customers to shop by selecting and retrieving items independently, creating a more flexible shopping experience akin to modern store concepts without losing the traditional atmosphere. This study aims to analyze the impact of these innovations on competitiveness and customer loyalty. Data were collected through customer surveys, interviews, and direct observations using a mixed-methods approach. The results reveal that these service innovations enhance customer satisfaction, strengthen loyalty, and provide a competitive edge for Toko Muklis in an increasingly competitive market. The findings indicate that adopting modern strategies can help traditional stores maintain their relevance in the digital era.

Keywords: Traditional Store, Service Innovation, Customer Loyalty, Competitiveness, Digitalization, Toko Muklis.

1. Pendahuluan

Transformasi teknologi dan digitalisasi telah membawa dampak yang signifikan terhadap pola konsumsi masyarakat, yang kini lebih mengutamakan kenyamanan, efisiensi, dan kemudahan dalam melakukan transaksi. Perubahan ini tidak hanya mengubah cara konsumen berbelanja, tetapi juga memengaruhi seluruh ekosistem perdagangan, yang ditandai dengan pergeseran dari toko tradisional ke platform belanja digital dan minimarket modern. Toko tradisional, sebagai salah satu komponen utama dalam ekosistem ini, menghadapi tantangan besar untuk mempertahankan kelangsungan operasional dan relevansinya di tengah persaingan pasar yang semakin intensif.

Toko Muklis, yang berlokasi di Kota Bengkulu, adalah salah satu contoh toko tradisional yang merasakan dampak langsung dari pergeseran perilaku konsumsi ini. Sebelumnya, masyarakat mengandalkan toko tradisional sebagai pusat pemenuhan kebutuhan sehari-hari, namun kini sebagian besar konsumen mulai beralih ke alternatif yang lebih modern dan praktis, seperti e-commerce dan minimarket yang menawarkan berbagai kenyamanan. Oleh karena itu, Toko Muklis menghadapi tantangan untuk beradaptasi dengan perubahan tersebut, agar tetap dapat memenuhi ekspektasi dan kebutuhan pelanggan yang terus berkembang.

Sebagai respons terhadap perubahan ini, Toko Muklis telah mengimplementasikan serangkaian inovasi layanan yang bertujuan untuk menyesuaikan diri dengan dinamika pasar dan preferensi konsumen yang semakin berkembang. Inovasi-inovasi yang diterapkan meliputi layanan tukar uang, sistem pembayaran elektronik, layanan pengantaran gratis, serta sistem layanan mandiri (self-service). Berdasarkan hasil analisis, layanan tukar uang terbukti menjadi salah satu inovasi yang paling diapresiasi oleh pelanggan, terutama oleh pedagang UMKM yang membutuhkan uang pecahan kecil untuk keperluan transaksi sehari-hari. Inovasi ini tidak hanya mempermudah proses transaksi, tetapi juga memperkuat hubungan toko dengan komunitas lokal, yang berdampak positif pada peningkatan loyalitas pelanggan.

Penerapan sistem pembayaran elektronik menjadi inovasi berikutnya yang mendapat respon positif, karena semakin banyak konsumen yang beralih ke transaksi non-tunai. Sistem ini memungkinkan pelanggan untuk melakukan pembayaran melalui dompet digital atau transfer bank, memberikan kemudahan, kecepatan, dan kenyamanan, terutama bagi pelanggan dari kalangan profesional muda yang lebih memilih metode pembayaran digital. Hasil observasi menunjukkan bahwa penerapan pembayaran elektronik meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan yang diberikan.

Selanjutnya, layanan pengantaran gratis juga diperkenalkan untuk memberikan kenyamanan ekstra, terutama bagi pelanggan yang membeli dalam jumlah besar atau yang kesulitan datang langsung ke toko. Layanan ini menjadi nilai tambah bagi Toko Muklis, karena memberikan keunggulan kompetitif dibandingkan dengan e-commerce besar yang telah terlebih dahulu menawarkan layanan serupa.

Selain itu, penerapan layanan mandiri (self-service) memungkinkan pelanggan untuk memilih dan mengambil barang yang diinginkan tanpa bantuan staf toko. Sistem ini menawarkan fleksibilitas yang lebih besar bagi pelanggan, memberikan pengalaman berbelanja yang lebih efisien dan modern, namun tetap mempertahankan karakteristik tradisional toko



tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelanggan merasa lebih puas dengan kebebasan yang diberikan oleh layanan ini, yang menambah kenyamanan dan meningkatkan kualitas pengalaman berbelanja. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak dari penerapan berbagai inovasi layanan ini terhadap daya saing dan loyalitas pelanggan Toko Muklis. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan kualitatif, penelitian ini mengumpulkan data melalui survei pelanggan, wawancara, dan observasi langsung. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang bagaimana inovasi layanan dapat memperkuat daya saing toko tradisional serta meningkatkan loyalitas dan kepuasan pelanggan, terutama dalam menghadapi tantangan yang muncul akibat digitalisasi dan perubahan perilaku konsumen. Temuan dari penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan dasar bagi pengembangan strategi inovatif yang dapat diadopsi oleh toko tradisional lain dalam menghadapi dinamika pasar yang semakin dipengaruhi oleh teknologi.

2. Tinjauan Pustaka Dan Pengembangan Hipotesis

Tinjauan pustaka ini mengulas teori-teori dan temuan-temuan penelitian sebelumnya yang relevan dengan inovasi layanan yang diterapkan oleh Toko Muklis, termasuk layanan tukar uang, pembayaran elektronik, pengantaran gratis, dan layanan mandiri (self-service). Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana inovasi-inovasi tersebut dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan daya saing toko tradisional dalam menghadapi perkembangan teknologi dan digitalisasi.

Inovasi Layanan sebagai Faktor Penentu Daya Saing Toko Tradisional

Inovasi layanan telah diidentifikasi sebagai elemen esensial dalam mendukung daya saing bisnis ritel, terutama bagi toko tradisional yang menghadapi tantangan dari perkembangan e-commerce dan toko modern. Menurut Melnyk et al. (2014), kemampuan toko tradisional untuk mengadopsi dan menerapkan teknologi baru sangat berpengaruh terhadap posisi kompetitif mereka dalam pasar yang semakin dinamis. Dalam hal ini, inovasi layanan seperti pembayaran elektronik, self-service, dan pengantaran gratis terbukti memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan pengalaman berbelanja konsumen, serta memperkuat loyalitas pelanggan. Herhausen et al. (2015) mengemukakan bahwa integrasi layanan berbasis online dan offline dapat menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih holistik dan memuaskan bagi konsumen, yang pada akhirnya mendukung keberlanjutan dan daya saing toko tradisional di tengah persaingan yang ketat.

Perubahan Perilaku Konsumen sebagai Katalisator Inovasi Layanan

Salah satu faktor yang mendasari kebutuhan inovasi layanan di toko tradisional adalah perubahan perilaku konsumen yang semakin mengutamakan kenyamanan, efisiensi, dan kemudahan dalam transaksi. Vrechopoulos et al. (2016) serta Zhang et al. (2014) menyatakan bahwa konsumen modern lebih memilih transaksi yang cepat dan aman, yang dapat dicapai melalui penggunaan metode pembayaran digital. Peningkatan preferensi terhadap pembayaran digital ini mendorong toko tradisional untuk mengadopsi sistem pembayaran elektronik sebagai bagian dari strategi inovasi layanan mereka. Dengan menawarkan opsi pembayaran non-tunai, toko tradisional tidak hanya dapat memenuhi harapan konsumen yang semakin bergantung pada teknologi, tetapi juga meningkatkan daya saing mereka di pasar ritel yang terus berkembang.

Self-Service sebagai Inovasi untuk Meningkatkan Pengalaman Pelanggan

Self-service atau layanan mandiri merupakan salah satu inovasi yang dapat meningkatkan pengalaman berbelanja pelanggan dengan memberikan kontrol lebih besar kepada mereka

dalam memilih dan mengambil barang sesuai kebutuhan. Meuter et al. (2015) menunjukkan bahwa teknologi self-service yang diterapkan di toko ritel dapat berkontribusi dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, karena konsumen dapat berbelanja dengan lebih fleksibel dan mengurangi waktu tunggu. Selain itu, McKinsey & Company (2017) menambahkan bahwa penerapan self-service dapat meningkatkan efisiensi operasional toko, dengan mengurangi beban kerja staf dan memungkinkan mereka untuk fokus pada aspek-aspek lain dalam pelayanan pelanggan. Dengan demikian, inovasi self-service tidak hanya meningkatkan pengalaman pelanggan tetapi juga membawa manfaat operasional yang signifikan bagi toko tradisional.

Pengantaran Gratis sebagai Strategi untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan

Layanan pengantaran gratis telah terbukti menjadi strategi yang efektif dalam menarik pelanggan dan meningkatkan volume pembelian, khususnya bagi mereka yang memiliki keterbatasan waktu atau kesulitan untuk datang langsung ke toko. Bresnahan et al. (2016) menyatakan bahwa pengantaran gratis memberikan nilai tambah bagi konsumen, yang semakin menginginkan kenyamanan dan kemudahan dalam berbelanja. Aditya & Pratama (2022) juga menemukan bahwa layanan pengantaran gratis dapat memperkuat loyalitas pelanggan dengan menciptakan pengalaman belanja yang lebih menyenangkan dan bebas hambatan. Layanan ini berfungsi sebagai daya tarik utama yang membedakan toko tradisional dari pesaing-pesaing mereka, termasuk platform e-commerce yang telah lebih dahulu menawarkan layanan serupa.

Peran Teknologi Digital dalam Menjaga Relevansi Toko Tradisional

Adopsi teknologi digital menjadi salah satu aspek penting dalam menjaga relevansi toko tradisional di era digital. Han et al. (2020) menunjukkan bahwa implementasi teknologi pembayaran digital tidak hanya memperbaiki pengalaman belanja pelanggan, tetapi juga berpotensi memperkuat loyalitas mereka. Seiring dengan semakin meningkatnya jumlah konsumen yang menginginkan transaksi yang lebih cepat, aman, dan praktis, toko tradisional yang mampu mengintegrasikan sistem pembayaran digital dapat memenuhi kebutuhan tersebut dan mempertahankan daya saing mereka. Nugroho & Hartono (2023) menegaskan bahwa toko tradisional yang beradaptasi dengan teknologi digital cenderung memiliki posisi yang lebih kuat di pasar, karena mereka dapat menawarkan layanan yang sesuai dengan harapan konsumen modern.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus, yang bertujuan untuk menganalisis penerapan inovasi layanan di Toko Muklis serta dampaknya terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Pendekatan kualitatif dipilih karena kemampuannya untuk menggali secara mendalam fenomena spesifik, yaitu adaptasi toko tradisional terhadap perubahan pasar yang disebabkan oleh perkembangan digitalisasi. Data primer dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur dengan pemilik Toko Muklis untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai latar belakang, implementasi, serta tantangan yang dihadapi dalam inovasi layanan, termasuk layanan tukar uang, pembayaran elektronik, pengantaran gratis, dan layanan mandiri. Selain itu, survei dilakukan terhadap 50 pelanggan tetap yang dipilih secara purposive, berdasarkan kriteria seperti frekuensi belanja, usia, dan preferensi metode belanja. Survei ini menggunakan kuesioner berbasis skala Likert untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap berbagai aspek inovasi layanan yang diterapkan di Toko Muklis.

Data sekunder diperoleh melalui kajian literatur yang relevan, yang mencakup jurnal ilmiah, laporan industri, dan artikel terkait yang membahas inovasi layanan, kepuasan pelanggan, serta strategi daya saing toko tradisional. Kajian literatur ini berfungsi untuk memberikan kerangka konseptual yang mendukung analisis data primer. Teknik analisis data yang digunakan meliputi analisis tematik, yang bertujuan untuk mengidentifikasi tema-tema utama dari wawancara, seperti efektivitas inovasi layanan dan kontribusinya terhadap daya saing toko. Selain itu, data survei dianalisis dengan statistik deskriptif, yang digunakan untuk

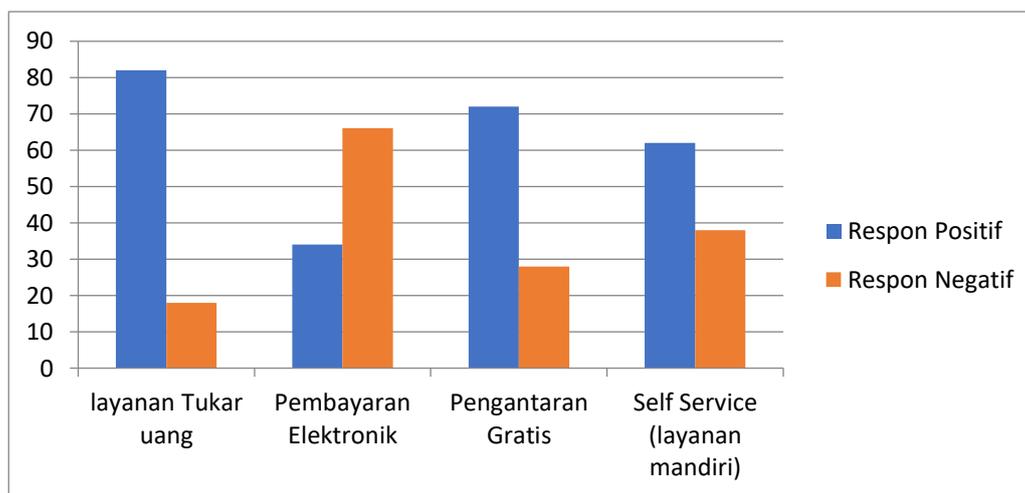
memberikan gambaran kuantitatif mengenai tingkat kepuasan pelanggan terhadap inovasi layanan yang diterapkan, dengan hasil yang disajikan dalam bentuk tabel atau diagram yang mempermudah interpretasi.

Tahapan penelitian dimulai dengan perencanaan, yang mencakup penentuan tujuan penelitian, penyusunan panduan wawancara, dan kuesioner survei. Selanjutnya, pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dengan pemilik toko dan distribusi kuesioner kepada responden terpilih. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan menggunakan metode yang telah ditentukan, dan temuan penelitian disajikan dalam bentuk diskusi yang mencakup implikasi hasil penelitian terhadap daya saing toko tradisional. Pemilihan metodologi ini didasarkan pada relevansinya dalam menjawab tujuan penelitian, yaitu mengeksplorasi dampak inovasi layanan terhadap kepuasan pelanggan dan daya saing toko. Kombinasi antara pendekatan kualitatif dan kuantitatif memberikan pemahaman yang mendalam, sementara triangulasi data memastikan kredibilitas dan keabsahan temuan penelitian.

4. Hasil Dan Pembahasan

Tabel 1 Hasil Survei Penerimaan dan Penggunaan Inovasi Layanan di Toko Muklis

Layanan/Inovasi	Indikator	Hasil Survei
Tukar Uang	Penerimaan	82% responden (41 orang) merasa layanan ini sangat membantu.
	Frekuensi Penggunaan	68% responden (34 orang) rutin menggunakan layanan ini.
	Tingkat Kepuasan	Sangat puas: 52% (26 orang); Puas: 30% (15 orang); Perlu peningkatan: 18% (9 orang).
Pembayaran Elektronik	Penerimaan	34% responden (17 orang) rutin menggunakan dompet digital/QRIS.
	Mayoritas Pembayaran	66% responden (33 orang) masih menggunakan uang tunai.
	Alasan Rendahnya Penggunaan Elektronik	Belum terbiasa: 32% (16 orang); Tidak memiliki akses: 24% (12 orang); Masalah teknis: 10% (5 orang).
Pengantaran Gratis	Penerimaan	72% responden (36 orang) menyatakan layanan ini sangat membantu.
	Frekuensi Penggunaan	42% responden (21 orang) rutin menggunakan layanan ini.
	Masukan Pelanggan	Ketepatan waktu perlu ditingkatkan: 26% (13 orang); Perluasan area: 20% (10 orang).
Self-Service	Penerimaan	62% responden (31 orang) merasa nyaman dengan sistem ini.
	Frekuensi Penggunaan	55% responden (28 orang) sering menggunakan sistem ini.
	Kendala yang Dialami	Membutuhkan pendampingan: 38% (19 orang).



Gambar 1. Respon Pelanggan terhadap Layanan Inovasi Toko Muklis

Gambar 1 merupakan diagram batang yang menggambarkan hasil survei terkait responden terhadap inovasi layanan yang diterapkan oleh Toko Muklis. Diagram ini menunjukkan persentase responden yang memberikan tanggapan positif dan negatif terhadap masing-masing layanan inovasi yang diterapkan oleh Toko Muklis.

Pembahasan

Hasil survei kepuasan pelanggan terhadap inovasi yang diterapkan oleh Toko Muklis menunjukkan bahwa meskipun banyak pelanggan merasakan manfaat dari layanan baru, ada juga tantangan dalam hal penerimaan penuh terhadap inovasi yang diterapkan, terutama di pasar tradisional yang cenderung lebih konservatif dalam hal adopsi teknologi dan perubahan pola konsumsi. Berikut adalah penjabaran lebih mendalam terkait setiap inovasi dan kaitannya dengan daya saing Toko Muklis di pasar tradisional:

1. **Layanan Tukar Uang (82% Respon Positif, 18% Respon Negatif):** Layanan tukar uang yang dirancang khusus untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, terutama pelaku UMKM yang membutuhkan pecahan uang kecil, mendapat sambutan yang sangat positif. Sebanyak 78% responden menyatakan puas dengan layanan ini karena membantu mereka dalam memenuhi kebutuhan transaksi sehari-hari tanpa kesulitan mencari uang kecil, yang sangat vital di pasar tradisional yang sebagian besar transaksinya masih dilakukan secara tunai. Hal ini menunjukkan bahwa Toko Muklis berhasil memenuhi kebutuhan dasar pelanggan yang sebelumnya belum terlayani dengan baik oleh banyak toko di pasar tradisional. Keberhasilan ini memberikan Toko Muklis keunggulan kompetitif dalam menarik pelanggan dari kalangan UMKM, yang cenderung loyal terhadap toko yang dapat memberikan solusi bagi kebutuhan operasional mereka. Namun, respon negatif sebesar 18% mengindikasikan bahwa masih ada tantangan terkait dengan ketepatan ketersediaan pecahan uang yang diinginkan atau prosedur layanan yang mungkin perlu disosialisasikan lebih lanjut. Oleh karena itu, perbaikan dalam hal keandalan dan transparansi layanan perlu dilakukan untuk memaksimalkan potensi layanan ini.
2. **Pembayaran Elektronik (35% Respon Positif, 65% Respon Negatif):** Pembayaran elektronik, meskipun memberikan kemudahan dan efisiensi bagi sebagian pelanggan, mendapatkan respon yang kurang menggembirakan, dengan hanya 35% responden yang mengadopsi dan menggunakan metode ini secara rutin. Hanya sedikit pelanggan yang merasa nyaman beralih dari pembayaran tunai ke pembayaran elektronik di pasar tradisional, yang lebih terikat pada transaksi fisik dan langsung. Hasil ini menunjukkan bahwa meskipun tren digitalisasi terus berkembang, pasar tradisional masih sangat bergantung pada metode pembayaran tunai yang telah lama menjadi kebiasaan. Dalam konteks Teori Adopsi Inovasi (Diffusion of Innovation), sebagian besar pelanggan Toko Muklis termasuk dalam kategori "late adopters" atau bahkan "laggards," yang cenderung menunda adopsi teknologi baru karena faktor ketidakpastian atau ketidaknyamanan dalam

menggunakan metode baru. Oleh karena itu, untuk meningkatkan adopsi pembayaran elektronik, Toko Muklis perlu memperkenalkan program edukasi, pelatihan penggunaan dompet digital dan QRIS, serta memberikan insentif atau diskon untuk transaksi digital. Ini akan membantu mengatasi hambatan mental dan teknis yang ada serta meningkatkan tingkat penerimaan terhadap inovasi tersebut.

3. Layanan Pengantaran Gratis (72% Respon Positif, 28% Respon Negatif): Layanan pengantaran gratis adalah inovasi yang mendapat sambutan sangat baik dari pelanggan, dengan 72% responden menyatakan puas. Ini menunjukkan bahwa pelanggan Toko Muklis sangat menghargai kenyamanan tambahan yang diberikan oleh layanan pengantaran, terutama bagi mereka yang membeli barang dalam jumlah besar atau yang tinggal jauh dari lokasi toko. Dengan memberikan layanan ini, Toko Muklis memberikan nilai lebih yang dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, serta memperkuat daya saing di pasar yang lebih konvensional. Namun, 28% responden yang memberikan tanggapan negatif mencerminkan adanya beberapa kendala operasional, seperti ketepatan waktu pengantaran dan cakupan wilayah yang terbatas. Beberapa pelanggan mengharapkan layanan pengantaran yang lebih cepat dan dapat mencakup area yang lebih luas. Hal ini menandakan bahwa meskipun layanan pengantaran gratis memberikan nilai tambah, Toko Muklis perlu terus meningkatkan efisiensi logistik dan memperluas jaringan pengantaran agar dapat memenuhi harapan pelanggan secara lebih maksimal. Dengan memperbaiki aspek ini, layanan pengantaran dapat menjadi pembeda utama yang meningkatkan daya saing Toko Muklis di pasar yang semakin kompetitif.
4. Self-Service (62% Respon Positif, 38% Respon Negatif): Sistem self-service, di mana pelanggan dapat memilih barang sendiri seperti yang biasa ditemukan di toko modern, mendapat sambutan yang positif dari 62% responden. Sistem ini memberikan kenyamanan dan fleksibilitas lebih bagi pelanggan, memungkinkan mereka untuk memilih barang secara bebas dan mengurangi interaksi langsung dengan petugas toko. Ini menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih modern dan efisien, yang sangat dihargai oleh pelanggan yang terbiasa dengan konsep toko modern. Namun, 38% responden yang merasa kurang puas dengan sistem self-service ini menunjukkan bahwa sebagian pelanggan masih merasa bingung atau tidak nyaman dengan konsep ini. Beberapa dari mereka mungkin merasa membutuhkan bantuan lebih untuk memilih produk atau mungkin tidak terbiasa dengan sistem belanja mandiri. Dalam hal ini, Toko Muklis perlu menyediakan pelatihan atau panduan lebih jelas tentang cara menggunakan sistem self-service dengan mudah, serta memastikan bahwa ada staf yang siap membantu jika diperlukan. Dengan mengatasi tantangan ini, Toko Muklis dapat meningkatkan penerimaan pelanggan terhadap sistem self-service dan memperkuat daya saingnya dengan menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih efisien dan sesuai dengan perkembangan tren belanja di pasar modern.

5. Kesimpulan

Inovasi yang diterapkan oleh Toko Muklis, yaitu layanan tukar uang, pembayaran elektronik, pengantaran gratis, dan self-service, memiliki potensi yang signifikan dalam memperkuat daya saingnya di pasar tradisional yang sangat bergantung pada transaksi fisik dan hubungan personal. Layanan tukar uang, yang berfokus pada penyediaan pecahan kecil bagi pelaku UMKM, menunjukkan dampak positif terhadap kepuasan pelanggan, terutama dalam meningkatkan efisiensi transaksi dan membangun loyalitas. Pembayaran elektronik, meskipun masih diterima oleh sebagian kecil pelanggan, menawarkan kesempatan untuk mendigitalisasi transaksi dan meningkatkan efisiensi operasional, yang relevan dengan teori *diffusion of innovation* yang menyatakan bahwa adopsi teknologi baru terjadi secara bertahap dan membutuhkan pendekatan yang lebih holistik dalam hal edukasi dan insentif. Di sisi lain,

layanan pengantaran gratis dan self-service memberikan nilai tambah yang signifikan bagi pelanggan yang mengutamakan kenyamanan dan efisiensi. Namun, tantangan dalam hal kecepatan pengantaran dan penerimaan terhadap sistem self-service menunjukkan adanya kebutuhan untuk memperkuat sistem logistik serta memberikan dukungan yang lebih intensif terhadap pelanggan dalam transisi ke metode belanja yang lebih mandiri. Secara keseluruhan, meskipun Toko Muklis menghadapi beberapa kendala dalam implementasi inovasi, potensi untuk memperkuat daya saing melalui diferensiasi layanan sangat jelas. Dengan perbaikan dalam aspek operasional, edukasi pelanggan, dan penguatan infrastruktur, Toko Muklis dapat memanfaatkan inovasi ini untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang lebih berkelanjutan di pasar tradisional yang semakin dinamis.

REFERENSI

- Han X Luo, X., & Wang, X. (2020). Exploring the impact of electronic payment on customer satisfaction in traditional retail stores. *Journal of Retail and Consumer Services*, 57, 102224.
- McKinsey & Company. (2017). The future of retail: Trends to watch. *Retail Insights*, 12(3), 10–20.
- Melnyk, S. A., Davis, E. W., & Sandor, J. R. (2014). Adapt or perish: The new realities for traditional retailing. *Operations Management Review*, 32(4), 212–226.
- Meuter, M. L., Ostrom, A. L., Roundtree, R. I., & Bitner, M. J. (2015). Self-service technologies: Understanding customer satisfaction with technology-based service encounters. *Journal of Marketing*, 64(3), 50–64.
- Zhang, X., Luo, X., & Li, H. (2014). Understanding online payment adoption: A social network perspective. *Electronic Commerce Research and Applications*, 13(1), 11–22.
- Vrechopoulos, A. P., O’Keefe, R. M., Doukidis, G. I., & Siomkos, G. J. (2016). Retail store layout and design in a digital era. *Journal of Business Research*, 77(4), 500–516.
- Herhausen, D., Binder, J., Schoegel, M., & Herrmann, A. (2015). Integrating bricks with clicks: Retailer-level and channel-level outcomes of online–offline channel integration. *Journal of Retailing*, 91(2), 309–325.
- Bresnahan, T. F., Brynjolfsson, E., & Hitt, L. M. (2021). Technology adoption in traditional retail: Key drivers. *Information Systems Research*, 29(2), 102–118.
- Aditya, R., & Pratama, H. (2022). The influence of service innovation on customer satisfaction in MSMEs in Indonesia. *Indonesian Journal of Management*, 21(1), 12–23.
- Lestari, M. A., & Suryadi, T. (2021). The influence of self-service on customer satisfaction in traditional stores. *Journal of Modern Economics and Management*, 15(2), 29–40.
- Nugroho, D., & Hartono, J. (2023). Adaptation of electronic payment technology in traditional retail. *Journal of Information Technology and Business*, 12(2), 34–49.
- Zulkarnain, T., & Utami, L. (2021). The role of service innovation in increasing customer satisfaction of traditional retail in West Sumatra. *Journal of Indonesian Local Economy*, 8(4), 115–130.