

INTISARI

Ritel tradisional harus mempertahankan dominasinya di negara berkembang dengan mengadopsi strategi *smart retail* berupa penerapan *smart retail technology* (SRT) yang telah terbukti meningkatkan kinerja ritel modern di negara maju. Namun, sumber daya ritel tradisional yang terbatas membuat adopsi *smart retail* menjadi sulit. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi perilaku peritel tradisional dalam adopsi dan adaptasi teknologi, merancang model transformasi ritel tradisional menjadi *smart retail* dan mengidentifikasi faktor utama yang berpengaruh dari setiap tahap adaptasi teknologi dalam kerangka transformasi ritel tradisional menjadi *smart retail*. Penelitian ini mungkin merupakan kajian pertama yang menerapkan *Technology-to-Performance Chain* (TPC) berupa kombinasi dari *Task-Technology Fit* (TTF) dan *utilization* dalam konteks unik adaptasi teknologi sebagai kerangka teoritis untuk membangun model transformasi ritel tradisional menjadi *smart retail* berdasarkan kesesuaian fungsi teknologi dengan kebutuhan tugas dari para penggunanya.

Pemilihan metode kualitatif dengan desain studi kasus pada warung kelontong yang merupakan jenis ritel tradisional yang menjual barang terkategori *fast moving consumer goods* (FMCG) di kawasan pemukiman atau pasar tradisional di Kota Samarinda yang telah mengikuti program *smart city* selama tiga tahun terakhir. Pengambilan data dilakukan dengan observasi lapangan dan wawancara mendalam tidak terstruktur terhadap 36 pemilik ritel tradisional. Metode *purposive sampling* digunakan untuk mengambil sampel untuk pemodelan adaptasi teknologi, sedangkan metode *snowball sampling* lebih tepat digunakan untuk 10 pemilik warung grosir yang menjadi sampel utama pemodelan transformasi ritel tradisional menjadi *smart retail* karena mereka hanya akan bersedia melakukan wawancara jika mendapatkan rekomendasi dari keluarga, teman atau kolega pemilik ritel tradisional.

Temuan dari wawancara mendalam semi-terstruktur dan *coding theme analysis* menunjukkan bahwa adopsi dan adaptasi teknologi di ritel tradisional berjalan lambat dan cukup sulit, namun terdapat indikasi bahwa SRT akan menjadi lebih umum di masa depan, terbukti dengan kesediaan pemilik warung kelontong sebagai representasi ritel tradisional untuk mempelajari dan menerapkannya jika telah memahaminya. Untuk dapat berubah menjadi *smart retail*, peritel tradisional harus mempertimbangkan pengalaman adopsi teknologi sebelumnya, kemampuan pengguna teknologi, kebutuhan operasional, dan faktor eksternal saat menentukan alternatif SRT, yang kemudian dipilih berdasarkan fitur dan manfaat yang diharapkan. Peritel tradisional harus mengidentifikasi resiko dan penerimaan pengguna SRT yang diadopsi selama tahap implementasi. Masalah selama tahap implementasi dapat dianalisis untuk mengembangkan strategi adaptasi SRT yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan pengguna teknologi di ritel tradisional. Dari hasil perhitungan *fuzzy AHP* didapatkan bahwa faktor kemampuan pengguna teknologi perlu diprioritaskan dalam tahap *Search*, sedangkan faktor kesesuaian dengan kebutuhan operasional harus diprioritaskan dalam tahap *Select*. Dalam tahap implementasi, peritel tradisional harus memprioritaskan fitur SRT yang diharapkan dan kendala implementasi menjadi prioritas utama dalam menyusun strategi adopsi dan adaptasi teknologi pada tahap *Adopt*. Model yang diusulkan dalam penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peritel tradisional ketika membuat keputusan investasi teknologi dan menentukan sejauh mana mereka telah bertransformasi menuju *smart retail*, juga untuk mengembangkan strategi untuk meningkatkan performansi ritelnya.

Kata kunci: Adaptasi, ritel tradisional, *smart retail*, *task-technology fit* (TTF), *technology-to-performance chain* (TPC)

ABSTRACT

Traditional retail must maintain its dominance in developing nations through the adoption of a smart retail strategy that includes smart retail technology (SRT), which has been shown to significantly improve modern retail performance in developed countries. However, traditional retail's limited resources make smart retail implementation challenging. The objective of this study is to investigate the behavior in which traditional retailers adopt and adapt technology, develop a framework for the transformation from traditional retail to smart retail, and determine the key factors that impact each phase of technology adaptation within the context of this transformation. This is possibly the first study to use the Technology-to-Performance Chain (TPC) in the form of a combination of Task-Technology Fit (TTF) and utilization in the unique context of technology adaptation as a theoretical framework for developing a transformation model of traditional retail into smart retail based on the suitability of technology functions with the task requirements of its users.

The qualitative method was chosen with a case study design at a grocery stall, a type of traditional retail that sells goods classified as fast-moving consumer goods (FMCG) in residential areas or traditional markets in Samarinda City, which has been participating in the smart city program for the past three years. Data has been collected through field observation and in-depth semi-structured interviews with 36 traditional retail owners. The purposive sampling method was used to collect samples for modeling technology adaptation, whereas the snowball sampling method was more appropriate for the 10 wholesale shop owners who were the main sample for modeling the transformation of traditional retail into smart retail because they would only agree to conduct interviews if they received recommendations from family, friends, or colleagues of traditional retail owners.

The findings from in-depth semi-structured interviews and coding theme analysis showed that technology adoption and adaptation in traditional retail has been slow and difficult, but there were indications that SRT will become more common in the future, as evidenced by traditional retailers' willingness to study and adopt it if they understand it. To transform into smart retail, traditional retailers must consider prior technology adoption experience, users' skill level, operational requirements, and external variables when determining alternative SRT options, which are then selected based on expected features and benefits. Traditional retailers must identify the risks and user acceptance of the adopted SRT during the implementation stage. The problem encountered during the implementation stage can be analyzed to develop SRT adaptation strategies that are suited to the needs and capabilities of technology users in traditional retail. Based on the results of fuzzy AHP, users' skill level should be emphasized in the Search stage, whilst operational requirements should be prioritized in the Select stage. Traditional retailers must prioritise expected SRT features and consider implementation challenges when developing adaptation strategies in the Adopt stage. The model proposed can serve as reference for traditional retailers when making investments decisions and determining how far along they are in the process of transforming into smart retailers, as well as for developing strategies to enhance their retail performance.

Keywords: Adaptation, traditional retail, smart retail, task-technology fit (TTF), technology-to-performance chain (TPC)