



**PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN RITEL  
TRADISIONAL DI WILAYAH KECAMATAN  
PATRANG KABUPATEN JEMBER**

DETERMINATION OF TRADISIONAL RETAIL MARKETING STRATEGY  
IN TERRITORY PATRANG DISTRICT JEMBER

**SKRIPSI**

Oleh:

Muhammad Khoirul Fikri

080810291097

**UNIVERSITAS JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI  
2013**



**PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN RITEL  
TRADISIONAL DI WILAYAH KECAMATAN  
PATRANG KABUPATEN JEMBER**

**DETERMINATION OF TRADISIONAL RETAIL MARKETING STRATEGY  
IN TERRITORY PATRANG DISTRICT JEMBER**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember**

Oleh:

Muhammad Khoirul Fikri

NIM 080810291097

**UNIVERSITAS JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI  
2013**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL**  
**UNIVERSITAS JEMBER – FAKULTAS EKONOMI**

**SURAT PERNYATAAN**

Nama : Muhammad Khoirul Fikri  
Nim : 080810291097  
Jurusan : Manajemen  
Konsentrasi : Pemasaran  
Judul Skripsi : Penentuan Strategi Pemasaran Ritel Tradisional di Wilayah  
Kecamatan Patrang Kabupaten Jember

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sebenar-benarnya menyatakan bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya sendiri, kecuali apabila dalam pengutipan substansi di sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan milik orang lain. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa adanya paksaan dan tekanan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan yang saya buat ini tidak benar.

Jember, 06 Februari 2013

Yang menyatakan,



Muhammad Khoirul Fikri  
NIM 080810291097

**TANDA PERSETUJUAN**

Judul Skripsi : Penentuan Strategi Pemasaran Ritel Tradisional di  
Wilayah Kecamatan Patrang Kabupaten Jember  
Nama Mahasiswa : Muhammad Khoirul Fikri  
NIM : 080810291097  
Jurusan : Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Disetujui tanggal : 04 Januari 2013

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Deasy Wulandari, SE,M.Si.  
NIP. 19730908 200003 2 001

Drs. Didik Pudjo M., MS.  
NIP. 19610209 198603 1 001

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen

Prof. Dr. Hj. Istifadah, M.Si.  
NIP. 19661020 199002 2 001

## JUDUL SKRIPSI

### PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN RITEL TRADISIONAL DI WILAYAH KECAMATAN PATRANG KABUPATEN JEMBER

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

**Nama Mahasiswa : Muhammad Khoirul Fikri**  
**NIM : 080810291097**  
**Jurusan : Manajemen**

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal :

22 Januari 2013

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

### SUSUNAN TIM PENGUJI

**Ketua : Sudaryanto, SE, MBA, Ph.D : (.....)**  
**NIP. 19660408 199103 1 001**

**Sekretaris : Drs. Didik Pudjo M., MS : (.....)**  
**NIP. 19610209 198603 1 001**

**Anggota : Dr. Deasy Wulandari, SE, M.Si. : (.....)**  
**NIP. 19730908 200003 2 001**

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Jember



Dr. Moehammad Fathorrazi, M.Si.  
 NIP. 19630614 199002 1 001

Skripsi ini dipersembahkan untuk:

- Ibu
- Bapak
- Kakak
- Adik
- Almamater Universitas Jember

Moto:

Barangsiapa menginginkan dunia, maka raihlah dengan ilmu. Barangsiapa menginginkan akhirat, maka raihlah olehnya dengan ilmu, dan barangsiapa menginginkan keduanya maka raihlah keduanya dengan ilmu (Hadist riwayat Bukhori dan Muslim)

Jangan menyalahkan keadaan, tetapi mencari solusi dari keadaan itu (Penulis)

## RINGKASAN

**Penentuan Strategi Pemasaran Ritel Tradisional di Wilayah Kecamatan Patrang Kabupaten Jember;** Muhammad Khoirul Fikri; 080810291097; 2013; 56 halaman; Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Berkembangnya pasar modern saat ini seperti supermarket, minimarket atau hipermarket sangat merugikan pasar tradisional dimana pasar modern yang sudah di kelola secara professional dengan fasilitas yang sangat canggih dan kenyamanannya terjamin. Pasar tradisional masih sangat klasik dalam pengelolaan yang kurang profesional dan kenyamanan dalam berbelanja. Dimana pasar modern dan pasar tradisional berperan dalam persaingan yang sama yaitu dalam bisnis ritel. Hampir semua produk yang dijual oleh pasar tradisional dapat ditemukan di pasar modern. Akibatnya pedagang ritel tradisional akan terkena imbas secara langsung dari keberadaan pasar modern. Tujuan penelitian ini adalah untuk menentukan strategi pemasaran berdasarkan analisis SWOT yang tepat bagi ritel tradisional.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku/pemilik ritel tradisional dan konsumen di wilayah Kecamatan Patrang Kabupaten Jember dengan pengambilan sampel sebanyak 120 responden, dengan pembagian pemilik ritel sebanyak 40 responden dan konsumen ritel sebanyak 80 responden. Analisis faktor-faktor internal perusahaan akan mengetahui adanya kekuatan dan kelemahan yang terdapat pada perusahaan. Selain itu perusahaan juga harus menganalisa faktor-faktor eksternal mengetahui peluang dan ancaman. Salah satu instrumen yang dapat digunakan untuk menganalisis faktor-faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dengan tujuan untuk menghasilkan strategi pemasaran perusahaan adalah analisis SWOT.

Berdasarkan hasil perhitungan kedua faktor strategi internal dan eksternal akan diketahui kekuatan dan kelemahan ada pada sumbu (X) dengan nilai -2 sedangkan peluang dan ancaman berada pada sumbu (Y) dengan nilai -1. Dapat ditarik kesimpulan bahwa ritel tradisional di wilayah Kecamatan Patrang berada pada posisi kuadran IV, yaitu kuadran yang mendukung kebijakan penggunaan strategi defensif, maka strategi pemasaran yang tepat pada ritel tradisional di wilayah Kecamatan Patrang sebagai berikut :

1. Memberikan harga yang murah agar bisa bersaing dengan ritel modern.
2. Penempatan barang yang rapi dan sesuai jenisnya untuk lebih mudah dalam menemukan barang yang di cari.
3. Meningkatkan kualitas layanan kepada konsumen agar konsumen bertahan pada ritel tradisional.



## SUMMARY

**Determination of Traditional Retail Marketing Strategy in Territory Patrang District Jember;** Muhammad Khoirul Fikri; 080810291097; 2013; 56 pages; Department of Management Faculty of Economics Jember University

The development of today's modern markets such as supermarkets, hypermarkets mimimarket or very harmful traditional markets where modern markets that have been managed in a professional manner with highly sophisticated facilities and comfort guaranteed. Traditional markets are still very classic in a less professional management and convenience in shopping. Where traditional and modern market plays in the same competition in the retail business. Almost all products sold by traditional markets can be found in the modern market. As a result, traditional retailers will be directly affected by the existence of the modern market. The purpose of this study was to determine a marketing strategy based on SWOT analysis is right for traditional retail.

This study uses descriptive. The population in this study is the principal / owner of traditional retailers and consumers in the District Patrang Jember by taking a sample of 120 respondents, the owner of the retail division by 40 respondents and retail customers by 80 respondents. Analysis of internal factors of the company will be aware of the strengths and weaknesses contained in the company. In addition the company also must analyze the external factors identify opportunities and threats. One of the instruments that can be used to analyze the factors of strengths, weaknesses, opportunities, and threats in order to produce the company's marketing strategy is the SWOT analysis.

Based on the calculation of both internal and external strategic factors will know the strengths and weaknesses of existing on-axis (X) with a value of -2, while opportunities and threats are on axis (Y) with a value of -1. It can be concluded that the traditional retail in the District in a position Patrang quadrant IV, the quadrant that supports the policy of a defensive strategy, the right marketing strategy in traditional retail in the District Patrang as follows:

1. Providing low prices in order to compete with modern retail.
2. Placement of items neatly and according to its kind to be easier to find items in the search.
3. Improving the quality of service to consumers so that consumers stick to traditional retail.

## PRAKATA

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan atas kehadiran ALLAH SWT, karena segala rahmat, hidayah dan karuniaNya yang telah diberikan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Penentuan Strategi Pemasaran Ritel Tradisional di Wilayah Kecamatan Patrang Kabupaten Jember.” Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan program studi Strata Satu (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penulis sangat menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih sangat banyak kekurangan yang disebabkan karena keterbatasan daripada kemampuan penulis, tetapi berkat pertolongan ALLAH SWT serta dorongan semangat dari semua pihak, akhirnya penulisan Skripsi ini mampu terselesaikan, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

- a. Dr. Moehammad Fathorrazi, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
- b. Dr. Hj. Isti Fadah, M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
- c. Dr. Deasy Wulandari, SE,M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
- d. Drs. Didik Pudjo M., MS selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
- e. Seluruh Dosen dan Karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
- f. Bapak dan Ibu saya, Kahar Mudzakir dan Zumlikhati, yang telah memberikan kasih sayang yang tiada terkira kepada saya. Semoga Allah membalas jasa-jasamu.
- g. Terima kasih untuk semua saudaraku yang selalu mendukungku dalam semua hal.
- h. Seluruh teman-teman ku yang sudah mensupport, yang tidak bisa kusebutkan satu persatu semuanya terima kasih banyak
- i. Seluruh pihak-pihak yang telah membantu dan tidak dapat saya sebutkan satu-satu.

Semoga Allah SWT selalu memberikan Hidayah dan Rahmat kepada semua pihak yang telah membantu dengan ikhlas sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan. Penulis sadar akan keterbatasan dan kurang sempurnanya penulisan Skripsi ini, oleh karena itu segala saran dan kritik yang bersifat membangun akan sangat penulis harapkan. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan tambahan pengetahuan bagi yang membacanya.

Jember, 14 Januari 2013

Penulis

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>MOTTO</b> .....	vi
<b>RINGKASAN</b> .....	vii
<b>SUMMARY</b> .....	viii
<b>PRAKATA</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiv
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Kajian Teoretis .....	6
2.1.1 Strategi .....	6
2.1.2 Strategi Pemasaran .....	7
2.1.3 Ritel (Usaha Eceran) .....	9
2.1.4 Menentukan Strategi Pemasaran Menggunakan Analisis SWOT .....	13
2.2 Kajian Empiris .....	15
2.3 Kerangka Konseptual .....	16
<b>BAB 3. METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Rancangan Penelitian .....	18
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian .....	18
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	19
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	19
3.5 Metode Analisis Data .....	20
3.6 Kerangka Pemecahan Masalah .....	24
<b>BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Pra Penelitian .....	26
4.2 Gambaran Umum Wilayah Kecamatan Patrang .....	27
4.2.1 Perkembangan Usaha Ritel .....	31
4.2.2 Karakteristik Responden .....	32

4.2.3 Bauran Ritel .....	34
4.3 Analisis Data .....	40
4.3.1 Analisis Faktor Strategi Ritel Tradisional.....	40
4.3.2 Penentuan Posisi Bisnis Ritel Tradisional.....	45
4.3.3 Penentuan Strategi Pemasaran Ritel Tradisional .....	48
4.3.4 Penentuan Alternatif Strategi Pemasaran.....	50
4.3.5 Pilihan Strategi Pemasaran.....	50
4.4 Pembahasan .....	50
<b>BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan .....	54
5.2 Saran .....	55
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>57</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>59</b>

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
1.1 Jumlah Ritel Modern di Wilayah Perkotaan Kabupaten Jember .....	3
2.1 Penelitian Sebelumnya .....	16
4.1 Luas Wilayah, Jumlah Penduduk, dan Kepadatan Penduduk menurut Kelurahan di Wilayah Kecamatan Patrang .....	29
4.2 Jumlah Penduduk menurut Kelurahan di Wilayah Kecamatan Patrang .....	29
4.3 Jumlah Keluarga Pra Sejahtera dan Sejahtera menurut Kelurahan di Wilayah Kecamatan Patrang.....	30
4.4 Karakteristik Responden Pengusaha Berdasarkan Kelompok Umur dan Pendidikan.....	32
4.5 Kepemilikan dan Komposisi Modal Usaha.....	33
4.6 Kategori Barang Dagangan .....	35
4.7 Kategori Harga Barang Ritel Tradisional .....	36
4.8 Jarak Ritel Tradisional ke Ritel Modern .....	37
4.9 Strategi Internal .....	45
4.10 Strategi Ekstrenal .....	46
4.11 Matrik SWOT .....	48

**DAFTAR GAMBAR**

	<b>Halaman</b>
2.1 Kerangka Konseptual Penelitian .....	17
3.1 Diagram Analisis SWOT .....	21
3.2 Matrik SWOT .....	23
3.3 Kerangka Pemecahan Masalah .....	24
4.1 Komposisi Masyarakat Berdasarkan Mata Pencaharian .....	28
4.2 Posisi Strategi Pemasaran Ritel Tradisional .....	45

**DAFTAR LAMPIRAN**

	<b>Halaman</b>
1 Kuesioner .....	59
2 Tabulasi Data .....	69