



**PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN TERHADAP  
RITEL TRADISIONAL DI KECAMATAN  
SUMBERSARI KABUPATEN  
JEMBER**

*DETERMINING OF MARKETING STRATEGY AGAINST TRADITIONAL  
RETAIL IN SUMBERSARI SUBDISTRICT  
JEMBER REGERENCY*

**SKRIPSI**

Oleh :  
**RISKA PUTRI PERTIWI**  
**NIM 080810291019**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS JEMBER  
2013**



**PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN TERHADAP  
RITEL TRADISIONAL DI KECAMATAN  
SUMBERSARI KABUPATEN  
JEMBER**

*DETERMINING OF MARKETING STRATEGY AGAINST TRADITIONAL  
RETAIL IN SUMBERSARI SUBDISTRICT  
JEMBER REGERENCY*

**SKRIPSI**

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

Oleh

**RISKA PUTRI PERTIWI  
NIM 080810291019**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS JEMBER  
2013**

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

**PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Riska Putri Pertiwi  
NIM : 080810291019  
Jurusan : Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul “PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN TERHADAP RITEL TRADISIONAL DI KECAMATAN SUMBERSARI KABUPATEN JEMBER“ adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan di institusi manapun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggungjawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

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

Jember, 26 Februari 2013  
Yang menyatakan,

Riska Putri Pertiwi  
NIM 080810291019

**JUDUL LEMBAR PENGESAHAN**  
**PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN TERHADAP RITEL**  
**TRADISIONAL DI KECAMATAN SUMBERSARI KABUPATEN**  
**JEMBER**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : RISKAPUTRI PERTIWI  
NIM : 080810291019  
Program Studi : MANAJEMEN PEMASARAN  
Jurusan : MANAJEMEN

Telah dipertahankan di depan Tim penguji pada Tanggal

6 MARET 2013

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan memperoleh gelar Sarjana (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

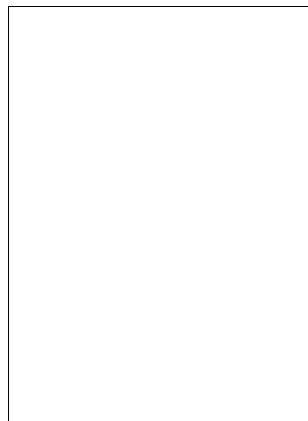
**Susunan Panitia Penguji**

1. Ketua : Drs. Adi Prasodjo, MP : (.....)  
NIP. 19550516198703 1 001
2. Sekretaris : Drs. Didik Pudjo M.,M.Si : (.....)  
NIP. 19610209198603 1 001
3. Anggota : Drs. H. Abdul Halim, M.Si : (.....)  
NIP. 19501221197801 1 001

**Mengetahui/ Menyetujui**  
**Universitas Jember Fakultas**  
**Ekonomi**

**Dekan,**

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



## **TANDA PERSETUJUAN**

Judul Skripsi : Penentuan Strategi Pemasaran Terhadap Ritel Tradisional  
di Kecamatan Sumpalsari Kabupaten Jember

Nama Mahasiswa : Riska Putri Pertiwi

NIM : 080810291019

Jurusan : S1-Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui Tanggal : 18 Februari 2013

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs. H. Abdul Halim, M. Si  
NIP. 19501221 197801 1 001

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

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Manajemen  
Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Prof. Dr. Hj. Isti Fadah, M. Si  
NIP. 19961020 199002 2 001

## **PERSEMBAHAN**

Dengan rahmat serta hidayah yang diberikan oleh Allah SWT, saya bersyukur karena masih di beri umur panjang.

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Bapakku Hosen dan Siti Aisyah tercinta;
2. Adikku Anggi Dwi Ardita tercinta;
3. Bapak Drs. H. Abdul Halim, M.Si dan Bapak Drs. Didik Pudjo M., MS terima kasih atas semua waktu luangnya dan bimbingannya selama ini;
4. Almamaterku Universitas Negeri Jember tercinta;

## **MOTTO**

Mintalah pertolongan (kepada Allah) dengan sabar dan shalat. Sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar.

**(QS: Al-Baqarah, 153)\***

Allah tidak membebani seseorang melainkan menurut kesanggupannya

**(QS: Al-Baqarah, 286)\***

Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat.

**(QS: Al-Mujadalah, 11)\***

## RINGKASAN

**Penentuan Strategi Pemasaran Terhadap ritel Tradisional di Kecamatan Sumpalsari Kabupaten Jember;** Riska Putri Pertiwi, 080810291019; 2013; 65 halaman; Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Persaingan usaha yang semakin lama semakin pesat mengakibatkan munculnya perusahaan-perusahaan baru seperti supermarket, minimarket, hipermarket di dalam dunia usaha. Namun keberadaan ritel ritel tradisional masih cukup dibutuhkan dalam konteks untuk melayani segmen ekonomi bawah. Jika pada awalnya ritel ritel tradisional cukup dikelola dengan cara tradisional, tanpa dukungan teknologi memadai, tanpa pendekatan manajemen modern, tanpa berfokus pada kenyamanan dan keinginan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. pergeseran pola perilaku belanja pelanggan terdeteksi dari sejumlah studi yang dilakukan menunjukkan bahwa aktivitas belanja pelanggan tidak hanya dalam upaya untuk memenuhi kebutuhan akan barang-barang keperluan hidupnya, Namun lebih luas mengarah pada terpenuhinya kebutuhan untuk kehidupan sehari-hari. terlihat jelas bahwa kondisi inilah yang mendorong bisnis ritel tradisional mulai harus peka menanggapi kebutuhan pelanggan yang belum terpenuhi, jika mereka ingin tetap bertahan hidup dalam lingkungan persaingan bisnis ritel yang semakin tajam. Tujuan dari penelitian ini untuk menentukan strategi yang cocok untuk ritel tradisional dengan menggunakan metode analisis SWOT. Populasi penelitian ini adalah pelaku/pemilik ritel tradisional dan konsumen di Kecamatan Sumpalsari Kabupaten Jember dengan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 80 responden, dengan pembagian pelaku/pemilik ritel tradisional sebanyak 40 responden dan konsumen ritel sebanyak 40 responden. Penelitian ini menggunakan Metode Kajian Tindak (*Action Research*) dan dilaksanakan dengan metode survai.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa di Kecamatan Sumpalsari Jember berada pada kuadran III, Ritel tradisional di Kecamatan Sumpalsari seharusnya menetapkan strategi berbenah diri (*Turn around*). Pada posisi ini, ritel tradisional menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi perusahaan menghadapi kelemahan internal diantaranya kecilnya modal, manajemen yang masih sederhana, serta kurangnya variasi produk yang dijual. Fokus strategi yang bisa dijalankan oleh ritel tradisional adalah meminimalkan masalah-masalah internal, sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik. strategi berbenah diri (*Turn around*). Adapun implementasi strategi ini adalah:

- a. Penambahan produk-produk baru yang sebelumnya belum pernah ada atau barang-barang yang sedang banyak dicari konsumen, meningkatkan keluasan dan kedalaman item barang yang sudah ada atau dengan kata lain adalah dengan menambah variasi produk yang dijual.
- b. Lebih mempercantik tampilan *lay out* barang dagangan, sehingga akan lebih menarik minat konsumen untuk membeli produk.
- c. Meningkatkan kualitas layanan



## SUMMARY

**Determining of Marketing Strategy Against Traditional Retail in Summersari Subdistrict Jember Regency;** Riska Putri Pertiwi, 080810291019; 2013; 65 pages; Management Department, Economics Faculty, Jember University.

Competition is becoming increasingly rapidly led to the emergence of new firms such as supermarket, minimarket, hypermarkets in the business world. But the existence of traditional retail is still needed in the context of serving the segment of the economy. If at first retail traditional retail quite managed in a traditional way, without the support of adequate technology, no modern management approach, without focusing on the comfort and the desire to meet customer needs. A shift in customer shopping behavior patterns detected from a number of studies carried out indicate that the customer shopping activity not only in an effort to meet the need for objects to use his life, but a wider lead to the fulfillment of everyday life. it is clear that this condition encourages the traditional retail business began to be sensitive response to unmet customer needs, if they want to survive in the competitive environment of retail business is increasingly sharply. The purpose of this research is to determine a suitable strategy for traditional retail with the SWOT method. This study population is principal / owner of traditional retail and consumers in the District Summersari Jember by the number of samples used by 80 respondents, with the distribution of principal / owner by 40 respondents traditional retail and retail customers by 40 respondents. This research use action study method (*Action Research*) and survey method.

The results showed that in Summersari Subdistrict Jember Regency is in quadrant III, the traditional Retail Summersari District should establish a strategy to clean themselves (*Turn around*). In this position, traditional retailers face a huge market opportunity, but the company faces internal weaknesses such as small capital, management is simple, and the lack of variety of products sold. Focus on strategies that can be implemented by a traditional retailer is to minimize internal problems, so as to seize market opportunities better. strategies to clean themselves (*Turn around*). The implementation of this strategy are:

- a. The addition of new products that did not previously exist or items that are much sought after consumers, increasing the breadth and depth of an existing item of goods or in other words, is to increase the variety of products sold.
- b. More lay out the look of the merchandise, so it will attract more consumers to buy the product.
- c. Improving the quality of service.

## **PRAKATA**

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-NYA, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Penentuan Strategi Pemasaran Terhadap Ritel Tradisional di Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember ”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata satu (S1) pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penyusunan Skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Moehammad Fathorrazi, M. Si, selaku Dekan fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Isti Fadah, SE, M. Si, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Bapak Drs. H. Abdul Halim, M.Si selaku pembimbing I yang telah meluangkan waktu, pikiran dan perhatian dalam penulisan skripsi ini.
4. Bapak Drs. Didik Pudjo M., MS selaku pembimbing II yang telah mengajak saya untuk mengikuti penelitiannya serta telah meluangkan waktu, pikiran dan motivasi dalam penulisan skripsi ini.
5. seluruh karyawan dan staf Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang memberikan waktunya demi kelancaran penelitian.
6. seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah memberikan semua ilmu yang berguna ini sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Kedua Orang Tuaku, Hosen dan Siti Aisyah, adikku Anggi Dwi Ardita, Terima kasih atas dorongan, motivasi, doa dan biaya yang dikeluarkan selama aku kuliah tanpa mereka aku tak akan pernah bisa melanjutkan kuliah serta menjadi lulusan Sarjana ini.
8. seseorang yang selalu menemaniku disaat susah dan senang Muhammad Gz terima kasih telah memberikan motivasi, doa dan seluruh perhatiannya.

9. teman – teman manajemen 2008 Dian, Fikri, Adit, Deny, Wiwit, Amel, Yuwan, Erdiana serta Hermin dan semuanya tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas semua perhatian dan dukungannya serta kebersamaan mulai dari awal kuliah sampai sekarang.
10. semua teman – teman kostan Jl Jawa 50B terima kasih sudah menjadi sahabat dalam waktu singkat ini serta saran dan motivasinya.

Dengan rahmat serta hidayah dari ALLAH SWT penulis dapat menyusun Skripsi ini dengan segala kemampuan dan keterbatasan yang dimiliki, Skripsi ini tak lepas dari bantuan semua pihak sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan. Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, saran dan kritik sangat diharapkan.

Semoga Skripsi ini bermanfaat bagi seluruh mahasiswa serta memberikan tambahan pengetahuan ilmu bagi yang membacanya.

Jember, 26 Februari 2013

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	<b>vii</b>
<b>RINGKASAN</b> .....	<b>viii</b>
<b>SUMMARY</b> .....	<b>ix</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang Masalah</b> .....	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	<b>3</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	<b>4</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	<b>4</b>
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>5</b>
<b>2.1 Landasan Teori</b> .....	<b>5</b>
2.1.1 Konsep Strategi dan Manajemen Strategi .....	<b>5</b>
2.1.2 Strategi Pemasaran Perusahaan dan Alternatif Utama .....	<b>7</b>
2.1.3 Pengertian Ritel .....	<b>10</b>
2.1.4 Manajemen Strategi Pemasaran Ritel .....	<b>14</b>
2.1.5 Menentukan Strategi Pemasaran .....	<b>17</b>
2.1.6 Menentukan Strategi Pemasaran Dengan Analisa SWOT ..	<b>18</b>
<b>2.2 Kajian Empiris</b> .....	<b>20</b>

<b>2.3 Kerangka Konseptual .....</b>	<b>23</b>
<b>BAB 3. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>24</b>
<b>3.1 Rancangan Penelitian .....</b>	<b>24</b>
<b>3.2 Jenis dan Sumber Data .....</b>	<b>24</b>
<b>3.3 Metode Pengumpulan Data .....</b>	<b>25</b>
<b>3.4 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel .....</b>	<b>25</b>
<b>3.5 Metode Analisis Data .....</b>	<b>25</b>
<b>3.6 Kerangka Pemecahan Masalah .....</b>	<b>30</b>
<b>BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN .....</b>	<b>32</b>
<b>4.1 Hasil Penelitian .....</b>	<b>32</b>
4.1.1 Gambaran Umum Kecamatan Sumpalsari .....	32
4.1.2 Perkembangan Usaha Ritel .....	35
4.1.3 Karakteristik Responden .....	37
4.1.4 Bauran Ritel .....	40
<b>4.2 Analisis Data .....</b>	<b>46</b>
4.2.1 Faktor-Faktor Strategi Internal Ritel Tradisional .....	46
4.2.2 Faktor-Faktor Strategi Eksternal Ritel Tradisional .....	49
4.2.3 Penentuan Posisi Bisnis Ritel Tradisional .....	53
4.2.4 Menentukan Alternatif Strategi Pemasaran Perusahaan ...	54
4.2.5 Penentuan Alternatif Strategi Pemasaran .....	57
4.2.6 Pilihan Strategi Pemasaran .....	57
<b>4.3 Pembahasan .....</b>	<b>58</b>
<b>BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>61</b>
<b>5.1 Kesimpulan .....</b>	<b>61</b>
<b>5.2 Saran .....</b>	<b>62</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>64</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>66</b>

## DAFTAR TABEL

	Halaman
4.1 Jumlah Penduduk dan Kepadatan Penduduk .....	33
4.2 Banyaknya Penduduk Menurut Desa dan Jenis Kelamin .....	34
4.3 Banyaknya Keluarga Pra Sejahtera dan Sejahtera .....	35
4.4 Jumlah Ritel Modern di Wilayah Perkotaan Jember .....	37
4.5 Jumlah Responden Menurut Jenis Kelamin .....	38
4.6 Karakteristik Jumlah Responden Berdasarkan Kelompok Umur dan Pendidikan .....	38
4.7 Status Tempat Usaha .....	39
4.8 Kepemilikan dan Komposisi Modal Usaha .....	40
4.9 Jarak Ritel Tradisional ke Ritel Modern .....	41
4.10 Kategori Barang Dagangan .....	42
4.11 Kategori Harga pada Ritel Tradisional dan Modern .....	43
4.12 Strategi Internal di Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember .....	51
4.13 Strategi Eksternal di Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember .....	52
4.14 Diagram Matriks SWOT .....	55

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Kerangka Konsep Penelitian .....	23
3.1 Diagram Analisis SWOT .....	26
3.2 Matrik SWOT .....	28
3.3 Kerangka Pemecahan Masalah .....	30
4.1 Komposisi Masyarakat Berdasarkan Mata Pencarian .....	33
4.2 Posisi Strategi Pemasaran Ritel Tradisional .....	53

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Kuesioner .....	66
2. Tabulasi Data .....	69
3. Surat Penelitian .....	97