

**Halaman Pengesahan
Penelitian Hibah Bersaing**

1. Judul Penelitian : Strategi Pemasaran Ritel Tradisional
Di Wilayah Perkotaan Jember (Tahap II)
2. Ketua Peneliti
- 2.1. Data Pribadi :
- a. Nama Lengkap : Drs. Didik Pudjo Musmedi, MS
 - b. Jenis Kelamin : Laki-Laki
 - c. NIP : 196102091986031001
 - d. Pangkat/Golongan : Penata Tk. I / III d
 - e. Jabatan fungsional : Lektor Kepala
 - f. Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen
 - g. Bidang Ilmu : Manajemen
 - h. Alamat Kantor : Jl. Kalimantan 37, Jember
 - i. Telpon/Faks : (0331) 332150
 - j. Alamat Rumah : Perum. Griya Mangli Indah L-1 Jember
 - k. Telpon : (0331) 488947 HP. 08123451197
- 2.2 Mata Kuliah yang Diampu dan Jumlah SKS
- a. Mata Kuliah I : Manajemen Operasional 3 SKS
 - b. Mata Kuliah II : Manajemen Operasional Lanjutan 3 SKS
 - c. Mata Kuliah III : Manajemen Strategi 3 SKS
- 2.3 Penelitian Terakhir
- a. Judul Penelitian I : Pemetaan Potensi Ekonomi dan Wilayah Di Wilayah
Kepulauan Kabupaten Sumenep
 - b. Judul Penelitian II :
3. Lokasi Penelitian : Wilayah Perkotaan Kabupaten Jember.
4. Jangka Waktu Penelitian : 2 tahun
5. Pembiayaan : Rp. 48.975.000,-

Jember, 30 Nopember 2012

Mengetahui :
Dekan Fakultas Ekonomi UNEJ

Ketua Peneliti,

Dr. Mohammad Fathorrazi, SE, MSi
NIP. 19630614 199002 1 001

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

Menyetujui,
Ketua Lembaga Penelitian

Prof. Ir. Achmad Subagio, M.Agr., Ph.D
NIP. 19690517199201 1 001

RINGKASAN

Iklim usaha yang semakin sehat merangsang munculnya perusahaan baru dan perkembangan perusahaan yang sudah ada bagi industri maupun perdagangan. Salah satu bentuk usaha yang pertumbuhannya terus meningkat adalah sektor perdagangan, khususnya bisnis eceran/bisnis ritel. Perkembangan bisnis ritel yang didukung oleh jaringan pemodal kuat diduga akan mengalahkan ritel tradisional jika dibiarkan bebas bersaing dengan ritel modern.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi karakteristik dan potensi usaha ritel tradisional. Mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman usaha ritel tradisional dan menentukan posisi bisnis dan strategi dasar ritel tradisional dengan unit analisis pengusaha/pemilik ritel tradisional. Data penelitian terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari responden dan informan dengan teknik kuesioner dan wawancara. Dalam pengambilan sampel menggunakan metode 2 tahap yaitu Tahap pertama, untuk menentukan wilayah kelurahan/desa menggunakan metode purposive sampling dan tahap kedua, pengambilan sampel dengan teknik Quota sampling yakni pengambilan sampel pelaku ritel tradisional setiap kecamatan ditentukan sebanyak 40 unit (pemilik ritel tradisional).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa bauran ritel (*Retailing Mix*) yang terdiri dari barang dagangan (*merchandise*), promosi (*promotion*), fasilitas fisik (*physical facility*), pelayanan (*service*) dan wiraniaga (*personel*) yang dilaksanakan oleh pengusaha ritel tradisional belum mampu menciptakan daya tarik konsumen dan mempengaruhi perilaku konsumen untuk memutuskan belanja di ritel tradisional. Sedangkan bauran ritel harga (*price*) dan lokasi (*location*) memiliki keunggulan bersaing jika dibandingkan dengan ritel modern (*minimarket*). Posisi ritel tradisional di wilayah perkotaan Kabupaten Jember berada pada posisi perusahaan yang mendukung kebijakan strategi defensif (*Defensif Strategy*) yang merupakan strategi perusahaan yang bertujuan bertahan dalam menghadapi persaingan dari ritel modern (*minimarket*). Strategi pemasaran yang dapat mendukung kebijakan strategi defensif (*Defensif Strategy*) yaitu antara lain : Pemberian harga relatif murah agar konsumen lebih memilih ritel tradisional dalam melakukan pembelian barang; meningkatkan pelayanan yang baik terhadap konsumen agar konsumen merasa lebih nyaman untuk berbelanja di ritel tradisional, dan memperbaiki fasilitas fisik toko seperti layout penempatan barang dan tampilan toko/ritel tradisional.

SUMMARY

The climate of venture that getting healthier stimulate the emergence of a new company and development the existing company for industries dan trade sector. One form of a venture that its growth continues to rise is the trade sector, especially the business of retail. The development of its retail supported by a strong financier network is expected to defeat traditional retail if left free compete with modern retail.

This research aims to identify the characteristics and potential of traditional retail businesses. Knowing the strengths, weaknesses, oportunities and threats to traditional retail business and determine the position of the retail business and basic strategies with analysis unit of the traditional retail owner. Research data is made up of primary and secondary data. Primary data obtained from respondents and informants to the questionnaire and interview techniques. The sampling method using two stages that is the first stage, to determine the villages using a purposive sampling method and the second stage, the sampling techniques using qouta sampling which is sampling the principals of traditional retail any district specified as much as 40 units (owner of traditional retail).

The results showed that the retail mix (Retailing Mix) composed of merchandise (merchandise), promotion (promotion), physical facilities (physical facility), service (service) and sales (personnel) carried out by traditional retailers have not been able to create a stronger consumer appeal and influence consumer behavior to decide on shopping in traditional retail. While the mix of retail prices (price) and location (location) have a competitive advantage when compared to modern retail (*minimarket*). The position of traditional urban retail Jember company positioned to support policies defensive strategies (Defensive Strategy) which is a corporate strategy that aims to survive in the face of competition from modern retail (mini). Marketing strategies that can support policies defensive strategies (Defensive Strategy) which include: Providing a relatively cheap price that consumers prefer the traditional retail purchase of goods; enhance good service to consumers so that consumers feel more comfortable to shop in traditional retail and repair physical facilities such as store layout and placement of items store display / traditional retail.

PRAKATA

Segala puji syukur kehadirat ALLAH SWT yang telah memberikan limpahan berkah, rahmat dan hidayah-Nya, akhirnya laporan akhir penelitian tahap II yang berjudul “ Strategi Pemasaran Ritel Tradisional (Studi Kasus di Wilayah Perkotaan Jember) dapat diselesaikan secara baik. Kegiatan penelitian dan penulisan laporan akhir yang berisi tentang posisi bisnis dan strategi dasar ritel tradisional dapat terlaksana dengan baik tidak terlepas dari bantuan serta dukungan moril dari berbagai pihak. Untuk itu, kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Rektor Universitas Jember dan Ketua Lembaga Penelitian Universitas Jember yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk melakukan penelitian ,
2. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah memberikan persetujuan usulan dan pengesahan laporan akhir penelitian,
3. Berbagai pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung yaitu : anggota tim peneliti, petugas pencari data dan aparaturnya pemerintah di Kabupaten Jember, sehingga kegiatan penelitian ini dapat dilaksanakan dengan baik.

Hasil penelitian ini masih banyak mengandung kelemahan, oleh karena itu kritik dan saran yang konstruktif sangat diharapkan untuk menambah kesempurnaan penelitian pada tahap kedua. Akhirnya semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Amiin

Jember, Nopember 2012

Ketua Tim Peneliti

DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
RINGKASAN	iii
SUMMARY	iv
PRAKATA	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Masalah Penelitian	3
II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Pengertian Pemasaran	5
2.2 Pengertian dan Unsur Bauran Ritel	6
2.3 Jenis-jenis dan Fungsi Ritel	8
2.4 Manajemen Strategi Pemasaran Ritel	10
2.5 Menentukan Strategi Pemasaran dengan Analisis SWOT	15
III TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN	21
3.1 Tujuan Penelitian	21
3.2 Manfaat Penelitian	21
3.3 Sasaran	21
IV METODE PENELITIAN	23
4.1 Lokasi Penelitian	23
4.2 Desain Penelitian.....	23
4.3 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	23
4.4 Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	24
4.5 Metode Analisis Data	24
V HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN	25
5.1 Gambaran Umum Wilayah	25
5.2 Perkembangan Ritel	30
5.3 Karakteristik Responden	32
5.4 Bauran Ritel	36
5.5 Analisis Data	43

VI	KESIMPULAN DAN SARAN	53
	6.1 Kesimpulan	53
	6.2 Saran	54
	DAFTAR PUSTAKA	56
	LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

No.	Nama Tabel	Halaman
1.	Luas Wilayah, Jumlah Penduduk dan Kepadatan Penduduk Menurut Kecamatan di Wilayah Perkotaan Kabupaten Jember Tahun 2009	28
2.	Jumlah Penduduk berdasarkan Jenis Kelamin Menurut Kecamatan di Wilayah Perkotaan Kabupaten Jember Tahun 2009	28
3.	Jumlah Keluarga Pra Sejahtera dan Sejahtera Menurut Kecamatan di Wilayah Perkotaan Kabupaten Jember Tahun 2009	29
4.	Agregat Pendapatan Regional dan Pendapatan Perkapita Tahun 2006 - 2009	30
5.	Jumlah Ritel Modern (<i>Minimarket</i>) di Wilayah Perkotaan Kabupaten Jember	32
6.	Jumlah Responden Menurut Jenis Kelamin	33
7.	Karakteristik Responden Berdasarkan Kelompok Umur dan Pendidikan	33
8.	Status Tempat Usaha	34
9.	Kepemilikan dan Komposisi Modal Usaha	35
10.	Kategori Barang Dagangan	36
11.	Asal Pembelian Barang Dagangan	38
12.	Jarak Ritel tradisional ke Ritel Modern (<i>Minimarket</i>)	39
13.	Penggunaan Tenaga Kerja	42
14.	Strategi Internal	48
15.	Strategi Eksternal	49
16.	Diagram SWOT Matrix.....	51

DAFTAR GAMBAR

No.	Nama Gambar	Halaman
1.	Model Perumusan Strategi Pemasaran	13
2.	Dua Sumber Keunggulan Bersaing	14
3.	Posisi Strategi Pemasaran Ritel Tradisional	50

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Nama Lampiran	Halaman
1.	Daftar Pertanyaan (Kuesioner)	58
2.	Pedoman Wawancara	63
3.	Personalia Penelitian	66
4.	Foto Kegiatan Penelitian	67
5.	Draft Artikel Ilmiah	70

