

STRATEGI PEMASARAN BERBASIS SYARIAH BAGI RITEL TRADISIONAL AGAR MAMPU BERSAING DENGAN RITEL MODERN

Feti Fatimah¹

¹Prodi Manajemen FE Universitas Muhammadiyah Jember

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kemampuan bersaing ritel tradisional dan untuk merumuskan strategi yang tepat agar ritel tradisional mampu bersaing dengan ritel modern. Obyek penelitian ini adalah konsumen ritel tradisional di wilayah Kecamatan Balung Kabupaten Jember. Penelitian ini menggunakan *Purposive Sampling*. Adapun kriteria sampling adalah sebagai berikut: berusia diatas 17 tahun dan pernah membeli di ritel tradisional dan ritel modern di wilayah Kecamatan Balung Kabupaten Jember. Jumlah sampel yang digunakan sampel yaitu 100 responden yang dianggap dapat mewakili atas populasi yang ada di Kecamatan Balung. Alat analisis data yang digunakan adalah *Importance-Performance Analysis*, *Fish Bone Diagram*, serta Analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, Threats*). Hasil identifikasi kemampuan bersaing ritel tradisional adalah ritel tradisional belum mampu bersaing dengan ritel modern. Bukti bahwa ritel tradisional belum mampu bersaing, dilihat dari nilai rata-rata pelaksanaan yang lebih rendah daripada nilai rata-rata harapan. Nilai rata-rata pelaksanaan adalah 2,8. Nilai rata-rata harapan adalah 3,9. Variabel-variabel yang dipertimbangkan untuk melihat tingkat kemampuan bersaing ritel tradisional adalah Keandalan, ketanggapan, Keyakinan, Empati, dan Wujud fisik ritel tradisional. Strategi yang digunakan untuk meningkatkan kemampuan bersaing ritel tradisional adalah: pertama, Strategi S-O terdiri dari Perbaikan kualitas pelayanan secara syariah dan *Research and development* secara syariah. Kedua, Strategi W-O terdiri dari Penggalan modal secara syariah, Promosi secara syariah, Pengembangan mutu SDM secara syariah dan Meningkatkan semangat kerja SDM secara syariah. Ketiga, Strategi S-T terdiri dari Optimalisasi pelayanan secara syariah. Keempat, Strategi W-T terdiri dari *Community development* secara syariah dan Kerjasama dengan ritel tradisional lainnya dan ritel modern secara syariah. Alternatif strategi diatas harus dilaksanakan untuk meningkatkan kemampuan bersaing ritel tradisional. Strategi SO merupakan alternatif strategi yang harus segera dilaksanakan oleh ritel tradisional, karena alternatif strategi SO dapat meningkatkan kemampuan bersaing ritel tradisional dengan cepat dan menanggulangi masalah-masalah yang dihadapi oleh ritel tradisional. Penggunaan alternatif strategi SO berarti pemanfaatan aset yang dimiliki oleh ritel tradisional secara optimal. Kekuatan dan peluang yang dimiliki ritel tradisional harus dimanfaatkan sebaik mungkin karena ini merupakan aset yang dimiliki oleh ritel tradisional dan aset ini belum tentu juga dimiliki oleh ritel modern.

Kata kunci: Strategi, Pemasaran, Syariah

ABSTRACT

This study aims to determine the level of competitiveness of traditional retail and to formulate the right strategy for traditional retailers to compete with modern retail. The object of this study is the traditional retail consumers in the District Balung Jember. This study used purposive sampling. The sampling criteria were as follows: age over 17 years and never bought in traditional retail and modern retail in the District Balung Jember. The number of samples used a sample of 100 respondents were considered to represent the population in the District Balung. Data analysis tool is Importance-Performance Analysis, Fish Bone Diagram, as well as a SWOT analysis (Strengths, Weakness, Opportunities, Threats). The results of the identification of traditional retail is a competitive traditional retail has been unable to compete with modern retail. Evidence that traditional retailers have not been able to compete, judging from the average value pelaksanaan lower than average expectations. The average value was 2.8 implementation. The average value of the expectations is 3.9. Variables considered to see the level of competitiveness of traditional retail is reliability, responsiveness, Confidence, Empathy, and the physical manifestation of traditional retail. Strategies used to improve the competitiveness of traditional retail is: first, SO strategy consists of service quality improvement syariah and the Islamic Research and development. Second, WO strategy consists of excavation capital syariah, syariah Promotion, Development of quality human resources and syariah Improve morale HRD syariah. Third, the ST strategy consists of a sharia Optimization services. Fourth, WT strategy consists of the Islamic Community development and cooperation with other traditional retail and modern retail in syariah. Alternative strategies above should be implemented to improve the competitiveness of traditional retail. SO strategy is an alternative strategy that must be implemented by traditional retail, as an alternative strategy to improve competitiveness SO traditional retailers quickly and tackle the problems faced by traditional retailers. The use of alternative means SO strategies use assets owned by traditional retailers optimally. Strengths and opportunities of the traditional retailers should be used as possible because this is an asset owned by the traditional retail and assets are not necessarily shared by modern retail.

Keywords: Strategy, Marketing, Syariah

PENDAHULUAN

Salah satu contoh strategi diferensiasi adalah strategi pemasaran berbasis syariah. Strategi pemasaran berbasis syariah adalah strategi pemasaran yang di dalamnya menggunakan unsur-unsur: 1) Menciptakan kebahagiaan bagi diri sendiri dan orang lain; 2) Menolong masyarakat yang tidak beruntung; 3) Peduli terhadap lingkungan; 4) Menjamin keamanan konsumen; 5) Terbuka, integritas dan jujur, bertanggung jawab, rendah hati, kreatif dan bisa dipercaya.

Masyarakat dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari sering langsung berbelanja ke ritel tradisional. Keberadaan ritel tradisional ini sangat membantu masyarakat, karena mereka bisa membeli dalam jumlah sedikit, harga yang terjangkau dan terkadang ritel tradisional ini berada di sekitar rumah warga. Tetapi dengan berlalunya waktu keberadaan ritel tradisional ini mulai terganti dengan banyak berdirinya ritel-ritel modern.

Ketika Indonesia sedang dilanda krisis ekonomi yang mengakibatkan meningkatkan jumlah pengangguran yang begitu banyak, ritel tradisional tetap berdiri tegak serta dapat menolong menciptakan lapangan pekerjaan dan menyerap tenaga kerja baru tanpa memperdulikan pendidikan dan ketrampilan yang dimiliki para pencari kerja.

Upaya peningkatan kesejahteraan pelaku ritel tradisional adalah dengan memperhatikan eksistensi usaha dengan baik dari berbagai aspek, sehingga tercapai tujuan yang diinginkan yaitu peningkatan tingkat penjualan dan laba. Hal ini dikarenakan terdapat indikasi tingkat daya beli masyarakat semakin tinggi namun tingkat penjualan dan laba ritel tradisional menurun. Indikasi penurunan tingkat penjualan dan laba pelaku ritel tradisional juga di alami oleh pelaku ritel tradisional di wilayah Kecamatan Balung Kabupaten Jember. Apalagi saat ini di Wilayah Kecamatan Balung Kabupaten Jember terdapat delapan ritel modern yaitu minimarket Alfamart berjumlah dua, minimarket Indomaret berjumlah lima dan minimarket mitra berjumlah satu.

Pelaku ritel tradisional belum mempunyai kekuatan modal seperti pelaku ritel modern. Sehingga salah satu aspek agar ritel tradisional mampu bersaing dengan ritel modern adalah dengan menyusun strategi pemasaran yang berbeda dengan ritel modern yaitu dengan menggunakan strategi pemasaran berbasis syariah. Strategi pemasaran berbasis syariah ini bisa diterapkan oleh pelaku ritel tradisional dari semua suku dan agama. Itulah sebabnya, perlu menentukan strategi pemasaran berbasis syariah bagi ritel tradisional agar mampu bersaing dengan ritel modern.

LANDASAN TEORI

Ritel Modern dan Ritel Tradisional

Ritel modern adalah toko yang dikelola dengan manajemen modern sebagai penyedia barang dan jasa dengan mutu dan pelayanan yang baik kepada konsumen. Ritel tradisional adalah tempat usaha berupa kios, los dan tenda yang dimiliki dan dikelola pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan proses menjual barang dengan tawar-menawar.

Bauran Ritel

Menurut Hendri Ma'ruf (2005: 114) ada enam hal yang merupakan komponen dari bauran pemasaran ritel, yaitu:

- a. Lokasi.
- b. Harga (*pricing*).
- c. Periklanan dan promosi.
- d. Atmosfer dalam Gerai.
- e. *Retail service*.

Strategi Pemasaran Berbasis Syariah

Strategi pemasaran berbasis syariah yaitu melakukan bisnis secara profesional dengan nilai-nilai yang menjadi landasan:

1. Memiliki kepribadian spritual (*taqwa*).

2. Berperilaku baik dan simpatik (*sidiq*).
3. Melayani pelanggan dengan senyum dan rendah hati (*khidmat*).
4. Menepati janji dan tidak curang (*tahfif*).
5. Jujur dan terpercaya (*al-amanah*).
6. Tidak suka berburuk sangka (*su'uzhzhann*).
7. Tidak menjelek-jelekkan (*ghibah*).
8. Tidak melakukan sogok (*risywah*).

METODOLOGI PENELITIAN

Obyek Penelitian

Obyek penelitiannya dibatasi pada konsumen ritel tradisional di wilayah Kecamatan Balung Kabupaten Jember.

Populasi dan Sampel

Populasi yang di gunakan adalah konsumen ritel tradisional di wilayah Kecamatan Balung Kabupaten Jember. Jumlah sampel yang digunakan sampel yaitu 100 responden yang dianggap dapat mewakili atas populasi yang ada di Kecamatan Balung.

Definisi Operasional Variabel

- a. *Realibility* (Keandalan).
- b. *Responsiveness* (Ketanggapan).
- c. *Assurance* (Keyakinan).
- d. *Empathy* (Empati).
- e. *Tangible* (Wujud Fisik).

Jenis dan Sumber Data

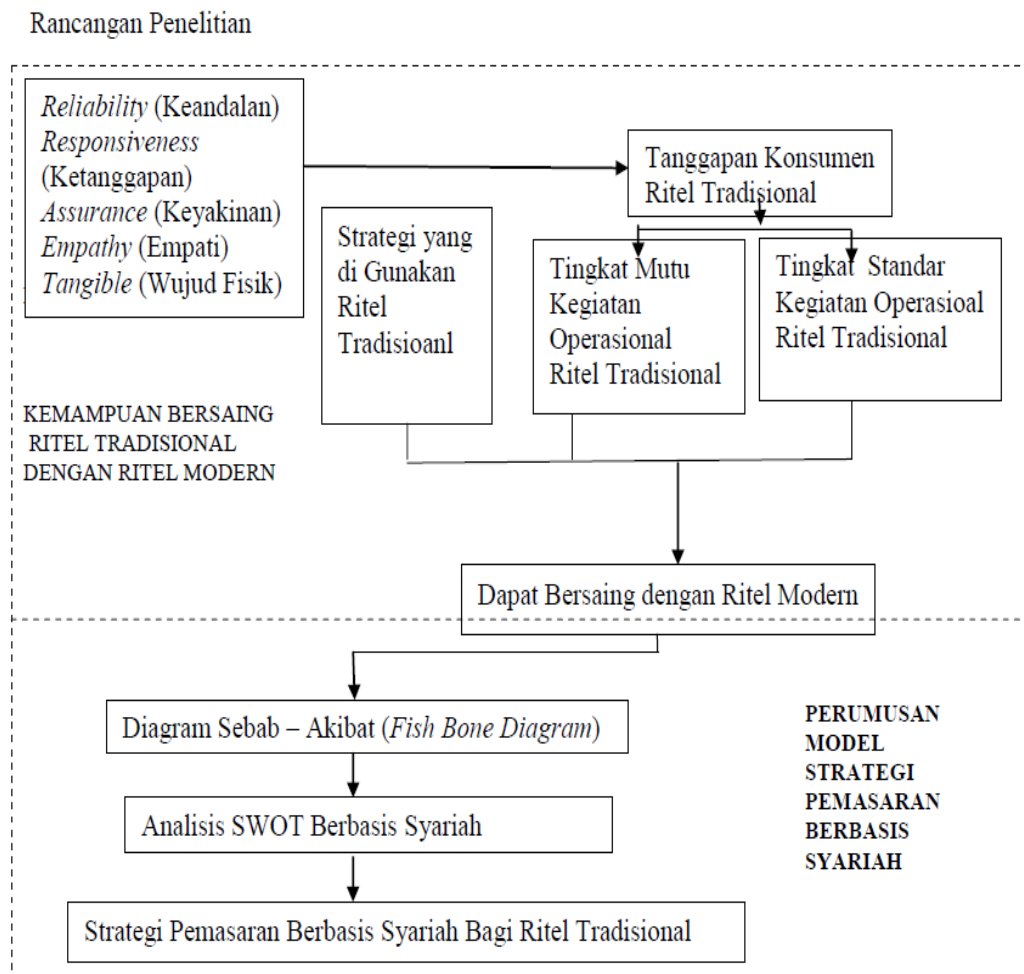
- a. Data Primer
- b. Data Sekunder

Teknik Pengumpulan data

- a. Kuisisioner
- b. Wawancara dan observasi langsung

Alat Analisis Data

- a. *Importance-Performance Analysis*
- b. Diagram sebab-akibat (*Fish Bone Diagram*)
- c. Perumusan Strategi Pemasaran Berbasis Syariah



Gambar 1 Rancangan Penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Hasil Penelitian

a. Importance-Performance Analysis

1) Analisis Keandalan untuk Mengukur Kemampuan Bersaing Ritel Tradisional dengan Ritel Modern

Keandalan untuk Mengukur Kemampuan Bersaing Ritel Tradisional dengan Ritel Modern. Harapan dan penilaian responden terhadap keandalan untuk mencapai tingkat target jumlah penjualan di gambarkan pada Tabel 1.

Tabel 1
Harapan dan Penilaian Responden Terhadap Keandalan untuk Mengukur Kemampuan Bersaing Ritel Tradisional dengan Ritel Modern

Indikator-indikator Keandalan untuk Mengukur Kemampuan Bersaing Ritel Tradisional dengan Ritel Modern	Penilaian Pelaksanaan						Penilaian Harapan						Tingkat Kesesuaian
	a	b	C	d	e	f	g	h	i	j	k	l	
Prosedur pelayanan yang cepat dan tepat.	5	7	14	17	57	186	100	0	0	0	0	500	37%
Harga barang sesuai dengan standar	29	13	6	11	41	278	100	0	0	0	0	500	56%
Kelengkapan jenis barang	0	9	20	26	45	193	100	0	0	0	0	500	39%

Sumber: Data Diolah 2013.

Keterangan:

- a. Sangat Puas (Bobot = 5)
- b. Puas (Bobot = 4)
- c. Kurang Puas (Bobot = 3)
- d. Tidak Puas (Bobot = 2)
- e. Sangat Tidak Puas (Bobot =1)
- f. Bobot = (a X 5) + (b X 4) + (c X 3) + (d X 2) + (e X 1)
- g. Sangat Penting (Bobot = 5)
- h. Penting (Bobot = 4)
- i. Kurang Penting (Bobot = 3)
- j. Tidak Penting (Bobot = 2)
- k. Sangat Tidak Penting (Bobot =1)
- l. Bobot = (g X 5) + (h X 4) + (i X 3) + (j X 2) + (k X 1)

$$\text{Tingkat Kesesuaian} = \frac{\text{Bobot Pelaksanaan}}{\text{Bobot Harapan}}$$

2) Analisis Ketanggapan Pelayanan untuk Mengukur Kemampuan Bersaing Ritel Tradisional dengan Ritel Modern dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2
Harapan dan Penilaian Responden Terhadap Ketanggapan Pelayanan untuk Mengukur Kemampuan Bersaing Ritel Tradisional dengan Ritel Modern

Indikator-indikator Ketanggapan pelayanan untuk Mengukur Kemampuan Bersaing Ritel Tradisional dengan Ritel Modern	Penilaian Pelaksanaan						Penilaian Harapan						Tingkat Kesesuaian
	a	b	C	D	e	f	g	H	i	j	k	l	
Cepat tanggap melayani pembeli	9	15	25	29	22	260	44	15	41	0	0	403	65%
Memberikan informasi yang dibutuhkan konsumen secara jelas dan mudah dimengerti.	9	12	7	44	15	252	17	37	22	24	0	347	73%
Tindakan cepat dan tepat pada saat melayani pembeli	22	18	11	30	19	294	10	32	29	15	14	309	95%

Sumber: Data Diolah 2013.

- 3) Analisis Keyakinan Pelayanan untuk Mengukur Kemampuan Bersaing Ritel Tradisional dengan Ritel Modern dapat dilihat pada table 3.

Tabel 3
Harapan dan Penilaian Responden Terhadap Keyakinan Pelayanan untuk Mengukur Kemampuan Bersaing Ritel Tradisional dengan Ritel Modern

Indikator - Indikator Keyakinan Pelayanan untuk Mengukur Kemampuan Bersaing Ritel Tradisional dengan Ritel Modern	Penilaian Pelaksanaan						Penilaian Harapan						Tingkat Kesesuaian
	a	b	c	d	e	f	g	h	i	j	k	l	
Jaminan mutu dan kualitas barang yang dijual	23	11	42	24	0	333	9	41	28	22	0	337	99%
Jaminan keamanan parkir kendaraan saat berbelanja	11	20	15	14	40	248	83	17	0	0	0	483	51%
Jaminan harga sesuai dengan standar	24	15	16	20	25	293	38	28	25	9	0	395	74%

Sumber: Data Diolah 2013.

- 4) Analisis Empati Pelayanan untuk Mengukur Kemampuan Bersaing Ritel Tradisional dengan Ritel Modern

Tabel 4
Harapan dan Penilaian Responden Terhadap Empati Pelayanan untuk Mengukur Kemampuan Bersaing Ritel Tradisional dengan Ritel Modern

Indikator-Indikator Empati Pelayanan Untuk Mengukur Kemampuan Bersaing Ritel Tradisional dengan Ritel Modern	Penilaian Pelaksanaan						Penilaian Harapan						Tingkat Kesesuaian
	a	b	C	d	e	F	g	h	i	j	k	L	
Perhatian terhadap kritik dan saran pembeli	5	7	11	28	36	235	42	28	30	0	0	412	57%
Pelayanan kepada semua konsumen tanpa memandang status sosial, agama, dan suku bangsa.	32	47	8	0	0	421	21	41	23	15	0	368	114%
Perhatian terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen	15	12	20	28	25	258	45	32	23	0	0	422	61%

Sumber: Data Diolah 2013.

- 5) Analisis Wujud Fisik Pelayanan untuk Mengukur Kemampuan Bersaing Ritel Tradisional dengan Ritel Modern

Wujud Fisik pelayanan adalah hal-hal yang nampak dari fasilitas fisik, perlengkapan dan peralatan yang dimiliki pelaku ritel tradisional. Harapan dan penilaian responden terhadap wujud fisik ritel tradisional di gambarkan pada Tabel 5.

Tabel 5
Harapan dan Penilaian Responden Terhadap Wujud Fisik Ritel Tradisional
untuk Mengukur Kemampuan Bersaing Ritel Tradisional dengan Ritel
Modern

Indikator-Indikator Wujud Fisik untuk Mengukur Kemampuan Bersaing Ritel Tradisional dengan Ritel Modern	Penilaian Pelaksanaan						Penilaian Harapan						Tingkat Kesesuaian
	a	b	C	d	E	f	g	h	i	J	k	l	
Kebersihan, kerapian, dan kenyamanan toko	0	42	45	13	0	329	20	32	48	0	0	372	88%
Penataan eksterior dan interior	0	60	40	0	0	360	0	85	15	0	0	385	94%
Kerapian dan kebersihan penampilan karyawan ritel tradisional	0	9	29	35	27	220	0	50	15	35	0	315	70%

Sumber: Data Diolah 2013.

Untuk dapat melihat posisi penempatan data yang telah dianalisis dari sudut pandang keandalan, ketanggapan, keyakinan, empati, dan wujud fisik pelayanan, maka dapat dibagi menjadi empat bagian, yaitu:

- Kuadran A menunjukkan unsur-unsur yang sangat penting bagi ritel tradisional untuk dapat bersaing dengan ritel modern tetapi pihak ritel tradisional belum melaksanakan sesuai dengan keinginan konsumen, sehingga menimbulkan kekecewaan dan perasaan tidak puas.
- Kuadran B menunjukkan unsur-unsur yang sangat penting bagi ritel tradisional untuk dapat bersaing dengan ritel modern dan telah dilaksanakan dengan baik oleh pihak ritel tradisional sehingga ritel tradisional mampu bersaing dengan ritel modern. Kewajiban bagi pelaku ritel tradisional pada kuadran ini adalah mempertahankannya.
- Kuadran C menunjukkan unsur-unsur yang sangat penting bagi ritel tradisional untuk dapat bersaing dengan ritel modern sehingga sebaiknya ritel tradisional menjalankannya secara sedang saja.
- Kuadran D menunjukkan, bahwa unsur-unsur dianggap kurang penting, tetapi telah dijalankan dengan sangat baik oleh pelaku ritel tradisional sehingga pelaksanaannya melebihi harapan.

Importance and Performance Analysis untuk indikator-indikator yang mempengaruhi pencapaian tingkat kemampuan bersaing ritel tradisional dibuat diagram *Importance and Performance Analysis*. Pengisian pada diagram *Importance and Performance analysis* didasarkan pada nilai rata-rata penilaian pelaksanaan dan harapan yang dijelaskan pada Tabel 6.

Tabel 6
Perhitungan Rata-Rata dari Penilaian Pelaksanaan dan Penilaian Harapan
untuk Mengukur Kemampuan Bersaing Ritel Tradisional dengan Ritel
Modern

No.	Indikator-indikator kemampuan bersaing ritel tradisional dengan ritel modern	Penilaian Pelaksanaan	Penilaian Harapan	Rata-Rata Penilaian Pelaksanaan	Rata-Rata Penilaian Harapan
1.	Prosedur pelayanan yang cepat dan tepat.	186	500	1,86	5
2.	Harga barang sesuai dengan standar	278	500	2,78	5
3.	Kelengkapan jenis barang	193	500	1,93	5
4.	Cepat tanggap melayani pembeli	260	403	2,6	4,03
5.	Memberikan informasi yang dibutuhkan masyarakat secara jelas dan mudah dimengerti.	252	347	2,52	3,47
6.	Tindakan cepat dan tepat pada saat melayani pembeli	294	309	2,94	3,09
7.	Jaminan mutu dan kualitas barang yang dijual	333	337	3,33	3,37
8.	Jaminan keamanan parkir kendaraan saat berbelanja	248	483	2,48	4,83
9.	Jaminan harga sesuai dengan standar	293	395	2,93	3,95
10.	Perhatian terhadap kritik dan saran pembeli	235	372	2,35	3,72
11.	Pelayanan kepada semua konsumen tanpa memandang status sosial, agama, dan suku bangsa.	421	385	4,21	3,85
12.	Perhatian terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen	258	315	2,58	3,15
13.	Kebersihan, kerapian, dan kenyamanan toko	329	372	3,29	3,72
14.	Penataan eksterior dan interior	360	385	3,6	3,85
15.	Kerapian dan kebersihan penampilan karyawan ritel tradisional	220	315	2,2	3,15
	Rata-rata			2,8	3,9

Sumber: Data Diolah 2013.

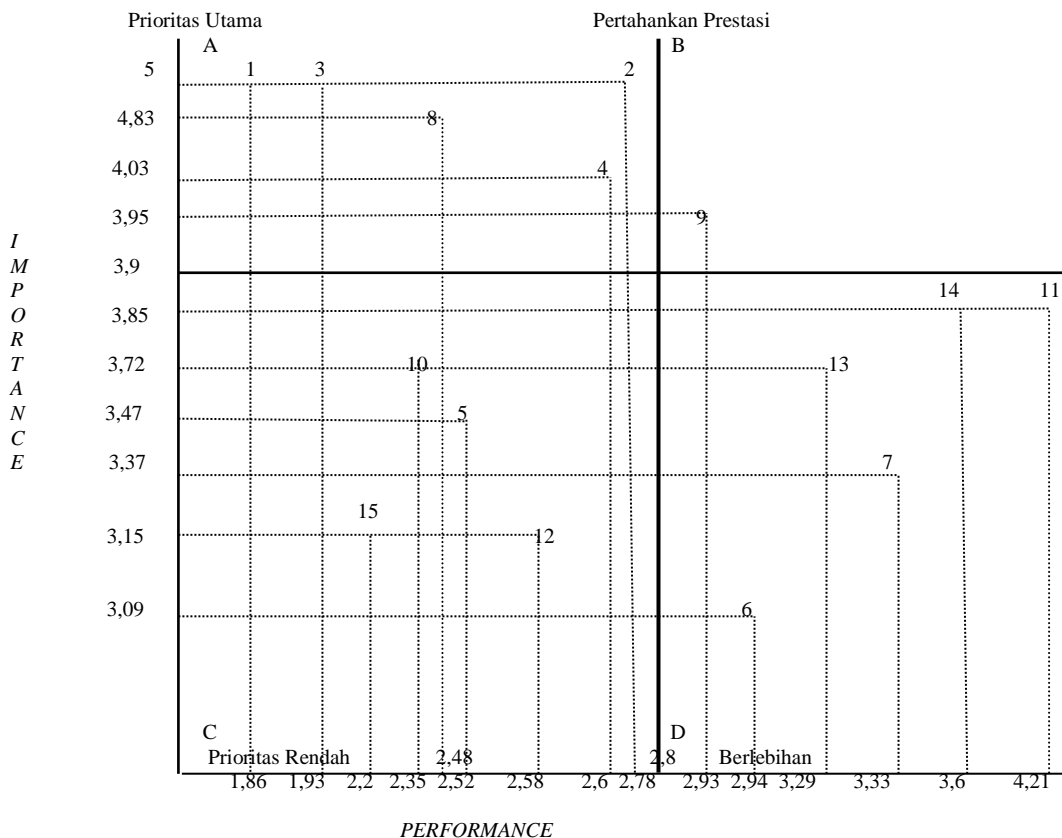
Keterangan Tabel 6:

$$a. \text{Rata-Rata Penilaian Pelaksanaan} = \frac{\text{Penilaian Pelaksanaan}}{100}$$

$$b. \text{Rata-Rata Penilaian Harapan} = \frac{\text{Penilaian Pelaksanaan}}{100}$$

b . Diagram *Importance-Performance* Analysis

Hasil pengukuran unsur-unsur agar ritel tradisional mampu bersaing dengan ritel modern berdasarkan tingkat kepentingan dan kinerjanya memungkinkan pelaku ritel tradisional untuk dapat menitikberatkan usaha-usaha perbaikan pada hal-hal atau atribut yang benar-benar dianggap penting saja, agar mampu bersaing dengan ritel modern. Untuk memperoleh titik-titik tersebut maka dibuat diagram kartesius yang ditunjukkan pada Gambar 2. Untuk menggambar diagram kartesius perlu dihitung terlebih dahulu nilai rata-rata dari rata-rata. Hasil hitungannya dapat dilihat pada Tabel 6.



Gambar 2: Diagram *Importance-Performance Analysis* dari Faktor-Faktor yang Mempengaruhi kemampuan bersaing ritel tradisional dengan ritel modern.

Adapun interpretasi dari diagram kartesius tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Kuadran A

Faktor-faktor yang termasuk dalam kuadran A adalah:

- a. Prosedur pelayanan yang cepat dan tepat (= 1).
- b. Harga barang sesuai dengan standar (= 2).
- c. Kelengkapan jenis barang (= 3)
- d. Cepat tanggap melayani pembeli (= 4).
- e. Jaminan keamanan parkir kendaraan saat berbelanja (= 8).

2) Kuadran B

Faktor yang termasuk dalam kuadran B ini adalah: Jaminan harga sesuai dengan standar (= 9).

3) Kuadran C

Faktor-faktor yang termasuk dalam kuadran C ini adalah:

- a. Memberikan informasi yang dibutuhkan masyarakat secara jelas dan mudah dimengerti. (=5).

- b. Perhatian terhadap kritik dan saran pembeli (=10)
- c. Perhatian terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen (=12)
- d. Kerapian dan kebersihan penampilan karyawan ritel tradisional (=15)

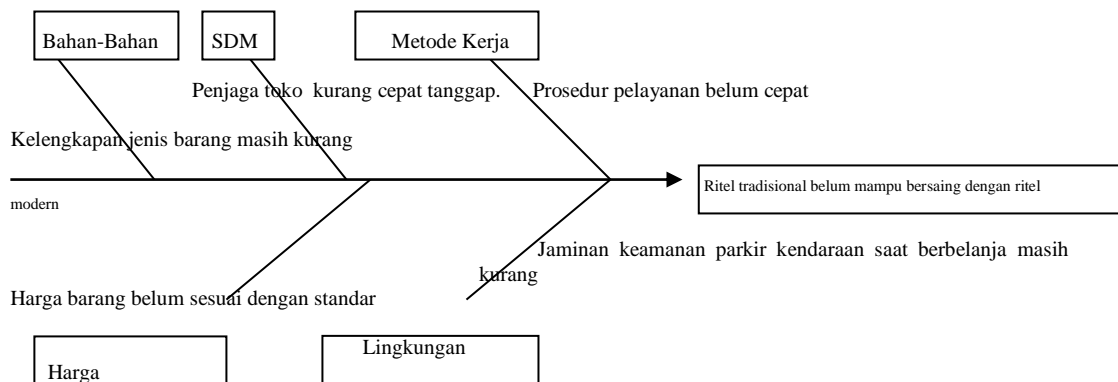
4) Kuadran D

Kuadran D menunjukkan:

- a. Tindakan cepat dan tepat pada saat melayani pembeli (= 6).
 - b. Jaminan mutu dan kualitas barang yang dijual (=7)
 - c. Pelayanan kepada semua konsumen tanpa memandang status sosial, agama, dan suku bangsa. (= 11).
 - d. Kebersihan, kerapian, dan kenyamanan toko (= 13).
 - e. Penataan eksterior dan interior (=14).
- c. Diagram Sebab-Akibat (*Fish Bone Diagram*)

Gambar 3 menjelaskan bahwa belum mampunya ritel tradisional bersaing dengan ritel modern disebabkan oleh:

- a) Prosedur pelayanan yang belum cepat dan tepat
- b. Harga barang belum sesuai dengan standar
- c. Kelengkapan jenis barang masih kurang
- d. Belum cepat tanggap melayani pembeli
- e. Jaminan keamanan parkir kendaraan saat berbelanja masih kurang



Gambar 4.2: Diagram *Fish bone*

d. Matriks SWOT

Gambar 4 serta data yang diperoleh dari pelaku ritel tradisional digunakan untuk membuat matriks SWOT yang dijelaskan pada Gambar 4.

Internal	(a) Strengths - Lebih kenal dan dekat dengan masyarakat sekitar	Weaknesses - Kurang modal - Kualitas SDM kurang - Semangat kerja SDM kurang
Eksternal		
(2) <i>Oppurtunities</i> Adanya otonomi daerah. Adanya reformasi birokrasi - Adanya celah untuk berkembang	Strategi SO Perbaiki kualitas pelayanan secara syariah. <i>Research and development</i> secara syariah	Strategi WO Penggalian modal secara syariah Promosi secara syariah Pengembangan mutu SDM secara syariah. Meningkatkan semangat kerja SDM secara syariah
(3) <i>Threats</i> Persaingan semakin ketat	Strategi ST Optimalisasi pelayanan secara syariah.	Strategi WT <i>Community Development</i> secara syariah. Kerjasama dengan ritel tradisional lainnya dan ritel modern secara syariah

Gambar 4: Diagram SWOT untuk Pelaku Ritel Tradisional

1) Strategi SO

a) Perbaiki kualitas pelayanan

Untuk memperbaiki kualitas pelayanan maka diharapkan pelayanan dipercepat agar konsumen bisa menggunakan waktu secara efisien serta jadwal buka toko teratur agar konsumen bisa tahu secara pasti kapan toko buka dan tutup.

b) Research and development (R&D)

Research and development dilakukan untuk mencari segala sesuatu yang merupakan kebutuhan dan keinginan konsumen.

2) Strategi WO

a) Penggalan Modal

Ritel tradisional dapat menarik surplus keuangan dari margin penjualan.

b) Promosi

Promosi perlu dilakukan agar konsumen lebih mengenal apa saja profil ritel tradisional.

c) Pengembangan mutu sumber daya manusia.

Pemilik dan karyawan toko harus bisa berkomunikasi dengan menggunakan bahasa yang sederhana dan mudah dimengerti. Penggunaan bahasa yang sederhana dan mudah dimengerti perlu dilakukan agar konsumen mengerti dan memahami apa-apa yang disampaikan oleh petugas. Serta harus bersikap dan bertutur kata sesuai dengan syariah agama. Misalnya dengan berkata jujur dan tidak membicarakan kekurangan atau kejelekan orang lain atau pesaing.

d) Meningkatkan Semangat Kerja SDM

Peningkatan semangat kerja SDM agar para pegawai penuh semangat dalam menjalankan tugas-tugasnya terutama dalam melayani kosumen. Peningkatan semangat kerja SDM dengan memberikan penghargaan bila para pegawai telah melaksanakan kewajibannya dengan baik. Penghargaan bisa berupa insentif, atau pujian yang tulus dari atasan secara langsung. Hukuman terhadap para pegawai yang tidak melaksanakan kewajibannya dengan baik diharapkan dihindari. Hal ini untuk menjaga agar para pegawai tidak hanya bekerja dengan baik apabila diawasi.

3) Strategi ST

Optimalisasi pelayanan. Optimalisasi pelayanan adalah menyelesaikan semua pekerjaan dengan cepat, tepat, dan efisien. Pelaksanaan melayani konsumen yang meminimalkan adanya kesalahan juga merupakan bagian dari optimalisasi pelayanan. Optimalisasi pelayanan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen sehingga konsumen mau dengan sukarela menjadi pelanggan yang setia dan royal. Optimalisasi pelayanan juga dapat menghemat waktu konsumen.

4) Strategi WT

a) *Community Development* (CD)

CD adalah mengembangkan komunikasi dengan masyarakat. Pelaku ritel tradisional merupakan bagian dari masyarakat sehingga Pelaku ritel tradisional perlu menerapkan *community development* sebagai *social responsibility*. CD perlu dilakukan agar masyarakat lebih mengenal para pelaku ritel tradisional. CD dilakukan dengan cara aktif di kegiatan sosial dan keagamaan masyarakat dan pelaku ritel juga menyelenggarakan kegiatan sosial dan keagamaan dengan mengundang masyarakat sekitar.

b) Kerjasama dengan ritel tradisional lainnya dan ritel modern

Kerjasama ini perlu dilakukan agar antar ritel terdapat persaingan yang sehat. Kerjasama ini dilakukan dengan cara melaksanakan kegiatan sosial dan keagamaan secara bersama-sama dan membuat kesepakatan agar semua pelaku ritel melakukan usaha sehat.

PEMBAHASAN

a. Identifikasi Kemampuan Bersaing Ritel Tradisional dengan Ritel Modern

Penelitian ini dalam mengidentifikasi kemampuan bersaing ritel tradisional dengan ritel modern menggunakan atribut-atribut: keandalan, ketanggapan, keyakinan, empati, dan wujud fisik.

Hasil indikasi adalah sebagai berikut:

1) Keandalan Pelayanan

a) Prosedur pelayanan yang cepat dan tepat

Bobot penilaian pelaksanaan sebesar 186 dan bobot penilaian harapan sebesar 500. Tingkat kesesuaiannya adalah sebesar 37%. Identifikasi kemampuan bersaing ritel tradisional terhadap ritel modern adalah ritel tradisional belum mampu bersaing dengan ritel modern karena prosedur pelayanan di ritel tradisional belum secepat dan setepat pada ritel modern.

b) Harga Barang Sesuai dengan Standar

Bobot penilaian pelaksanaan sebesar 278 dan bobot penilaian harapan sebesar 500. Tingkat kesesuaiannya adalah sebesar 56%. Identifikasi kemampuan bersaing ritel tradisional terhadap ritel modern adalah ritel tradisional belum mampu bersaing dengan ritel modern karena harga barang di ritel tradisional belum standar.

c) Kelengkapan jenis barang

Bobot penilaian pelaksanaan sebesar 193 dan bobot penilaian harapan sebesar 500. Tingkat kesesuaiannya adalah sebesar 39%. Identifikasi kemampuan bersaing ritel tradisional terhadap ritel modern adalah ritel tradisional belum mampu bersaing dengan ritel modern karena barang di ritel tradisional belum lengkap.

2) Ketanggapan Pelayanan

a) Cepat tanggap melayani pembeli

Bobot penilaian pelaksanaan sebesar 260 dan bobot penilaian harapan sebesar 400. Tingkat kesesuaiannya adalah sebesar 65%. Identifikasi kemampuan bersaing ritel tradisional terhadap ritel modern adalah ritel tradisional belum mampu bersaing dengan ritel modern karena ritel tradisional belum tepat tanggap melayani pembeli.

b) Memberikan Informasi yang Dibutuhkan Konsumen Secara Jelas dan Mudah Dimengerti.

Bobot penilaian pelaksanaan sebesar 252 dan bobot penilaian harapan sebesar 347. Tingkat kesesuaiannya adalah sebesar 73%. Identifikasi kemampuan

bersaing ritel tradisional terhadap ritel modern adalah ritel tradisional belum mampu bersaing dengan ritel modern karena ritel tradisional belum mampu memberikan informasi yang dibutuhkan konsumen secara jelas dan mudah dimengerti.

c) Tindakan cepat dan tepat pada saat melayani pembeli

Bobot penilaian pelaksanaan sebesar 294 bobot penilaian harapan sebesar 309 tingkat kesesuaiannya adalah sebesar 95%. Identifikasi kemampuan bersaing ritel tradisional terhadap ritel modern adalah ritel tradisional belum mampu bersaing dengan ritel modern karena ritel tradisional belum mampu bertindak cepat dan tepat pada saat melayani pembeli.

3) Keyakinan terhadap Pelayanan

a) Jaminan mutu dan kualitas barang yang dijual

Bobot penilaian pelaksanaan sebesar 333 dan bobot penilaian harapan sebesar 337. Tingkat kesesuaiannya adalah sebesar 99%. Identifikasi kemampuan bersaing ritel tradisional terhadap ritel modern adalah ritel tradisional belum mampu bersaing dengan ritel modern karena jaminan mutu dan kualitas barang yang dijual ritel tradisional belum sesuai dengan mutu dan kualitas barang yang dibutuhkan oleh konsumen.

b) Jaminan keamanan parkir kendaraan saat berbelanja

Bobot penilaian pelaksanaan sebesar 293 dan bobot penilaian harapan sebesar 395. Tingkat kesesuaiannya adalah sebesar 51%. Identifikasi kemampuan bersaing ritel tradisional terhadap ritel modern adalah ritel tradisional belum mampu bersaing dengan ritel modern karena belum adanya jaminan keamanan parkir kendaraan saat berbelanja di ritel tradisional.

c) Jaminan harga sesuai dengan standar

Bobot penilaian pelaksanaan sebesar 248 dan bobot penilaian harapan sebesar 483. Tingkat kesesuaiannya adalah sebesar 74%. Identifikasi kemampuan bersaing ritel tradisional terhadap ritel modern adalah ritel tradisional belum mampu bersaing dengan ritel modern karena belum adanya jaminan harga sesuai dengan standar apabila berbelanja di ritel tradisional.

4) Empati terhadap Pelayanan

a) Perhatian terhadap kritik dan saran pembeli

Bobot penilaian pelaksanaan sebesar 235 dan bobot penilaian harapan sebesar 412. Tingkat kesesuaiannya adalah sebesar 57%. Identifikasi kemampuan bersaing ritel tradisional terhadap ritel modern adalah ritel tradisional belum mampu bersaing dengan ritel modern karena pelaku ritel tradisional belum begitu memperhatikan kritik dan saran pembeli.

b) Pelayanan kepada semua konsumen tanpa memandang status sosial, agama, dan suku bangsa.

Bobot penilaian pelaksanaan sebesar 421 dan bobot penilaian harapan sebesar 368. Tingkat kesesuaiannya adalah sebesar 114%. Identifikasi kemampuan bersaing ritel tradisional terhadap ritel modern adalah ritel tradisional sudah mampu bersaing dengan ritel modern karena pelaku ritel tradisional memberikan pelayanan kepada semua konsumen tanpa memandang status sosial, agama, dan suku bangsa.

c) Perhatian terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen

Bobot penilaian pelaksanaan sebesar 258 dan bobot penilaian harapan sebesar 422. Tingkat kesesuaiannya adalah sebesar 61%. Identifikasi kemampuan bersaing ritel tradisional terhadap ritel modern adalah ritel tradisional belum mampu bersaing dengan ritel modern karena pelaku ritel tradisional belum begitu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen.

b. Strategi untuk Meningkatkan Kemampuan Bersaing Ritel Modern

1) Alternatif Strategi SO

a) Perbaiki Kualitas Pelayanan Secara Syariah

Pelayanan ke konsumen yang belum memuaskan konsumen terutama adalah pelayanan yang kurang cepat dan ramah; jadwal buka toko tidak teratur. Untuk memperbaiki kualitas pelayanan maka diharapkan pelayanan dipercepat agar konsumen bisa menggunakan waktu secara efisien serta jadwal buka toko teratur agar konsumen bisa tahu secara pasti kapan toko buka dan tutup.

Konsep “orientasi ke kepuasan konsumen” atau “pelanggan adalah raja” yang kini banyak dipergunakan di dunia bisnis harus menjadi acuan utama pelaku ritel tradisional. Kebutuhan konsumen adalah kebutuhan dibidang pelayanan secara langsung dan pelayanan penunjang lainnya. Dalam hal pelayanan, konsumen menginginkan pelayanan yang cepat, akurat, dan ramah.

Keramahan pelayan toko dan kenyamanan ruang toko merupakan hal penting yang harus diperhatikan oleh pihak pelaku ritel tradisional.

Untuk perbaikan kualitas pelayanan diperlukan penentuan standar pelayanan. Dalam hal ini, pelayan toko sebagai kunci keberhasilan agar mampu bersaing dengan ritel modern. Upaya perbaikan kualitas pelayanan bisa berdasarkan memberikan pelayanan ke konsumen yang berdasarkan syariah. Pelayanan ke konsumen berdasarkan syariah adalah memberikan pelayanan berdasarkan hukum Islam. Memberikan pelayanan secara syariah adalah memberikan pelayanan secara profesional. Peningkatan profesionalisme karyawan dalam pelayanan tidak akan tercapai apabila banyak permasalahan internal organisasi masih menjadi penghambat bagi kinerja pelayanan. Berbagai persoalan yang banyak dihadapi oleh pelayan toko dalam memberikan pelayanan dapat diatasi dengan pembuatan standar pelayanan ke konsumen.

Standar pelayanan adalah suatu tolak ukur yang dipergunakan untuk acuan penilaian kualitas pelayanan sebagai komitmen atau janji dari pihak ritel tradisional kepada konsumen untuk memberikan pelayanan yang berkualitas. Idealnya dalam suatu standar pelayanan dapat terlihat dengan jelas dasar hukum, persyaratan pelayanan, prosedur pelayanan, serta proses pegaduan, sehingga

pelayan toko memahami apa yang seharusnya mereka lakukan dalam melayani konsumen.

Masyarakat sebagai konsumen juga dapat mengetahui dengan pasti hak dan kewajiban apa yang harus mereka dapatkan dan lakukan dalam melakukan transaksi di retail tradisional. Kejelasan pemahaman pelayan toko dalam penyediaan pelayanan akan memperjelas peranan masing-masing pihak dalam melayani konsumen. Melalui standar pelayanan ini dapat diketahui pula bagaimana hubungan kerja yang harus dibangun antara pelayan toko yang satu dengan yang lainnya. Keraguan pegawai akan keputusan-keputusan apa yang harus diambil dengan sendirinya akan hilang sepanjang masih dalam aturan yang termuat dalam standar pelayanan.

Faktor utama yang menjadi perhatian pimpinan dalam kaitan ini adalah kepercayaan penuh yang harus diberikan oleh pimpinan kepada pegawainya. Pimpinan harus memiliki keyakinan bahwa pegawai yang bertugas dapat melakukan pekerjaannya dengan baik, apabila mereka melakukan kesalahan pegawai juga harus diberi kesempatan menyelesaikan permasalahannya sendiri. Hal ini penting, dikarenakan apabila pegawai mengetahui dia kurang mendapatkan kepercayaan akan menurunkan motivasinya dalam bekerja bahkan cenderung akan sangat menggantungkan dirinya pada perintah atasan agar terhindar dari kesalahan serupa.

b) *Research and Development* Secara Syariah

Pelaku ritel tradisional harus melakukan *Research and development* (R&D) dalam melakukan kegiatannya. R&D secara syariah diarahkan pada pencarian segala sesuatu yang merupakan kebutuhan masyarakat. *Research and development* dapat dilakukan dengan mengadakan pengamatan ke depan dan ke belakang. Pengamatan ke depan yaitu melakukan pengamatan terhadap barang apa saja yang dibutuhkan oleh konsumen atau masyarakat sekitar, bagaimana pendapat masyarakat tentang pelayanan di retail tradisional, serta keinginan-keinginan masyarakat akan suatu barang yang belum disediakan oleh pihak retail tradisional. Pengumpulan pendapat masyarakat ini dapat dilakukan dengan menggunakan wawancara secara langsung maupun dengan menggunakan kuisioner. Pengamatan ke belakang yaitu mengadakan pengamatan terhadap para pegawai di retail tradisional dalam menjalankan tugas-tugasnya.

2) Alternatif Strategi WO

a) Penggalan Modal Secara Syariah

Ritel tradisional dapat menarik surplus keuangan secara syariah dari margin penjualan. Pelaku ritel tradisional harus berhati-hati dalam menentukan margin penjualan, tidak boleh terlalu banyak atau terlalu sedikit. Harga barang harus disesuaikan dengan harga pasar. Hal ini dikarenakan konsumen sangat jeli terhadap selisih harga antara ritel yang satu dengan ritel yang lainnya.

Ritel tradisional juga bisa mencari tambahan modal dengan cara meminjam di bank maupun koperasi simpan pinjam. Ritel tradisional apabila mengambil pinjaman di bank dan koperasi simpan pinjam harus selalu membuat laporan keuangan secara teratur untuk mengetahui perkembangan posisi

keuangannya dan harus menggunakan uang pinjaman untuk kegiatan usaha bukan konsumsi.

b) Promosi Secara Syariah

Promosi perlu dilakukan agar konsumen lebih mengenal apa saja profil ritel tradisional. Kegiatan promosi secara syariah dapat dilaksanakan oleh pelaku ritel tradisional adalah dalam bentuk brosur atau *leaflet* yang berisi berbagai macam pelayanan dan barang yang dijual oleh ritel tradisional. Ritel tradisional dalam melakukan promosi harus menjelaskan apa yang ada dan tidak membesar-besarkan. Serta pelaku ritel tradisional harus aktif di kegiatan kemasyarakatan dan keagamaan di masyarakat. Dalam kegiatan tersebut pelaku ritel tradisional dapat juga menjelaskan tentang usahanya. Pelaku ritel tradisional harus memahami bahwa promosi yang paling efektif dan efisien adalah promosi yang dilakukan dari mulut ke mulut.

c) Pengembangan mutu sumber daya manusia secara syariah.

Sumber daya manusia atau tenaga kerja adalah unsur terpenting dalam kelanjutan suatu usaha. Mutu tenaga kerja yang rendah dapat dipastikan mutu pengelolaan dan pelayanan akan rendah sehingga diperlukan pengembangan mutu sumber daya manusia, baik pemilik maupun karyawan toko.

Pemilik dan karyawan toko harus bisa berkomunikasi dengan menggunakan bahasa yang sederhana dan mudah dimengerti. Penggunaan bahasa yang sederhana dan mudah dimengerti perlu dilakukan agar konsumen mengerti dan memahami apa-apa yang disampaikan oleh petugas. Serta harus bersikap dan bertutur kata sesuai dengan syariah agama. Misalnya dengan berkata jujur dan tidak membicarakan kekurangan atau kejelekan orang lain atau pesaing.

Kegiatan pengembangan mutu tenaga kerja dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu pengalaman pekerjaan serta pendidikan tambahan. Pengalaman pekerjaan dapat dilakukan dengan cara pimpinan memberikan bimbingan kepada para bawahannya, rotasi kerja, rapat-rapat evaluasi serta upaya pemecahan masalah yang ada di retail tradisional secara bersama-sama. Pendidikan tambahan dapat dilakukan dengan melakukan *on the job training*, ceramah-ceramah, mengikuti kursus, dan seminar-seminar serta mengikuti pendidikan formal di kampus pendidikan.

d) Meningkatkan Semangat Kerja SDM Secara Syariah

Peningkatan semangat kerja SDM agar para pegawai penuh semangat dalam menjalankan tugas-tugasnya terutama dalam melayani konsumen.

Peningkatan semangat kerja SDM secara syariah yaitu dengan memberikan penghargaan bila para pegawai telah melaksanakan kewajibannya dengan baik. Penghargaan bisa berupa insentif, atau pujian yang tulus dari atasan secara langsung. Hukuman terhadap para pegawai yang tidak melaksanakan kewajibannya dengan baik diharapkan dihindari. Hal ini untuk menjaga agar para pegawai tidak hanya bekerja dengan baik apabila diawasi.

3) Strategi ST

Optimalisasi pelayanan secara syariah. Optimalisasi pelayanan secara syariah adalah menyelesaikan semua pekerjaan dengan cepat, tepat, dan efisien. Pelaksanaan melayani konsumen yang meminimalkan adanya kesalahan juga merupakan bagian dari optimalisasi pelayanan. Optimalisasi pelayanan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen sehingga konsumen mau dengan sukarela menjadi pelanggan yang setia dan royal. Optimalisasi pelayanan juga dapat menghemat waktu konsumen.

4) Alternative Strategi WT

a) *Community Development* (CD) Secara Syariah

CD secara syariah perlu dilakukan agar masyarakat lebih mengenal para pelaku ritel tradisional. CD secara syariah dilakukan dengan cara aktif di kegiatan sosial dan keagamaan masyarakat dan pelaku ritel juga menyelenggarakan kegiatan sosial dan keagamaan dengan mengundang masyarakat sekitar.

CD secara syariah juga dapat dilakukan dengan membantu masyarakat dalam kehidupan sehari-hari, misalnya memberikan sumbangan pada saat terdapat kegiatan yang bersifat kemasyarakatan seperti kerja bakti, acara 17 agustusan, menggunakan tenaga kerja yang berasal dari masyarakat sekitar, mengadakan sunatan massal dan lain-lain.

CD secara syariah perlu dilakukan agar masyarakat lebih mengenal ritel tradisional dan juga merasa bagian dari ritel tradisional sehingga mereka royal terhadap ritel tradisional. Jadi mereka akan selalu menjadi pelanggan setia ritel tradisional.

Semua alternatif-alternatif strategi yang telah dijelaskan harus dilaksanakan agar ritel tradisional mampu bersaing dengan ritel modern. Namun strategi SO (*Strengths – Opportunities*) merupakan alternatif strategi yang harus segera dilaksanakan oleh pelaku ritel tradisional, hal ini dikarenakan alternatif strategi SO dapat meningkatkan kemampuan bersaing ritel tradisional. Penggunaan alternatif strategi SO berarti pemanfaatan kekuatan dan peluang yang dimiliki oleh ritel tradisional secara optimal. Kekuatan dan peluang yang dimiliki ritel tradisional harus dimanfaatkan sebaik mungkin karena ini merupakan aset yang dimiliki oleh ritel tradisional dan aset ini belum tentu dimiliki juga oleh ritel modern. Alternatif strategi SO antara lain: Perbaikan kualitas pelayanan dan *Research and development*.

Alternatif strategi yang pertama yaitu perbaikan kualitas pelayanan. Perbaikan kualitas pelayanan adalah dengan cara memperbaiki kualitas tenaga kerja, renovasi gedung dan lain-lain.

Alternatif strategi kedua yaitu *Research and development*. *Research and development* dilakukan untuk mengetahui barang kebutuhan dan keinginan konsumen dan bagaimana penilaian konsumen terhadap pelayanan ritel tradisional serta untuk mengetahui cara kerja para pelayan toko ritel tradisional. *Research and development* juga meneliti bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan di ritel modern, hal ini untuk sebagai bahan pertimbangan dan acuan agar ritel tradisional terus berkembang kualitasnya dalam memberikan pelayanan kepada konsumen.

b) Kerjasama dengan ritel tradisional lainnya dan ritel modern

Kerjasama ini perlu dilakukan agar antar ritel terdapat persaingan yang sehat. Kerjasama ini dilakukan dengan cara melaksanakan kegiatan sosial dan keagamaan secara bersama-sama dan membuat kesepakatan agar semua pelaku ritel melakukan usaha sehat.

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

a. Hasil identifikasi kemampuan bersaing ritel tradisional adalah ritel tradisional belum mampu bersaing dengan ritel modern. Ketidakmampuan bersaing ini dapat dilihat pada Tabel 6, dimana nilai rata-rata pelaksanaan lebih rendah daripada nilai rata-rata harapan. Nilai rata-rata pelaksanaan adalah 2,8. Nilai rata-rata harapan adalah 3,9. Variabel-variabel yang dipertimbangkan untuk melihat kemampuan bersaing ritel tradisional terhadap ritel modern adalah Keandalan, ketanggapan, Keyakinan, Empati, dan Wujud fisik ritel tradisional. Penyebab belum mampunya bersaing ritel tradisional terhadap ritel modern adalah:

- 1) Pelayan toko kurang cepat tanggap melayani konsumen.
- 2) Barang yang dijual ritel tradisional belum lengkap.
- 3) Jadwal buka toko tidak teratur.
- 4) Harga barang belum sesuai dengan standar.

b. Strategi yang digunakan untuk meningkatkan kepuasan masyarakat adalah:

- 1) Strategi SO: a) Perbaikan kualitas pelayanan secara syariah.
b) *Research and development* secara syariah.
- 2) Strategi WO: a) Penggalian modal secara syariah.
b) Promosi secara syariah
c) Pengembangan mutu SDM secara syariah.
d) Meningkatkan semangat kerja SDM secara syariah.
- 3) Strategi ST: Optimalisasi pelayanan secara syariah.
- 4) Strategi WT: *Community development* secara syariah.

Semua strategi yang ada harus dilaksanakan agar ritel tradisional mampu bersaing dengan ritel modern. Namun strategi SO (*Strenghts – Opportunities*) merupakan alternatif strategi yang harus segera dilaksanakan oleh ritel tradisional, hal ini dikarenakan alternatif strategi SO dapat meningkatkan kemampuan bersaing ritel tradisional dengan cepat dan menanggulangi masalah-masalah penting yang dihadapi oleh ritel tradisional. Penggunaan alternatif strategi SO berarti pemanfaatan kekuatan dan peluang yang dimiliki oleh ritel tradisional secara optimal. Kekuatan dan peluang yang dimiliki ritel tradisional harus dimanfaatkan sebaik mungkin karena ini merupakan aset yang dimiliki oleh ritel tradisional dan aset ini belum tentu dimiliki juga oleh ritel modern. Alternatif strategi SO antara lain: Perbaikan kualitas pelayanan dan *Research and development*.

2. Saran

a. Penelitian yang mengkonsentrasikan pada tingkat kemampuan bersaing ritel tradisional terhadap ritel modern merupakan aspek kajian penelitian

yang menarik. Penelitian ini masih merupakan temuan awal dan perlu ditindak lanjuti dengan sampel yang lebih besar.

- b. Strategi yang ditawarkan masih belum diuji cobakan, sehingga perlu dilakukan penelitian lebih lanjut yang memerlukan waktu, tenaga, serta biaya yang tidak sedikit. Tetapi hasil penelitian ini merupakan sumbangan untuk ritel tradisional agar mampu bersaing dengan ritel modern dan menentukan strategi pemasaran yang berbasis syariah yang cocok bagi ritel tradisional.
- c. Ritel tradisional selain memerlukan perbaikan mutu juga memerlukan pengetahuan tambahan, terutama yang berkaitan dengan pemasaran yang berbasis syariah agar dapat bersaing dengan ritel modern. Peningkatan pengetahuan strategi pemasaran berbasis syariah dapat dilakukan dengan bekerjasama dengan perguruan tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Arfimansyah, Agung & Fatimah, Feti. 2011. *Analisis Perilaku Ibu Rumah Tangga Terhadap Keputusan Belanja Pada Ritel Modern Di Kecamatan Jatiroto Lumajang*. Jember.
- Gitlow, Howard, Alan Oppenheim & Rosa Oppenheim. 1995. *Quality Management: Tools and Methods for Improvement*. Irwin McGraw-Hill.
- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran Edisi Revisi*. Terjemahan. PT Prenhalindo. Jakarta.
- Ma'ruf, Hendri. 2005. *Pemasaran ritel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Pratama, Andika. 2005. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sikap Konsumen Dalam Berbelanja Pada Alfamart Di Kecamatan Kepanjen Kota Blitar*, Jember.
- Rangkuti, Freddy. 1997. *Analisis SWOT, Teknik Membedah Kasus Bisnis: Reorientasi Konsep Perencanaan Strategi untuk Menghadapi Abad 21*. P.T., Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- _____. 2002. *Measuring Customer Satisfaction*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sujana, Asep ST. 2004. *Paradigma Baru Dalam Manajemen Ritel Modern*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Supranto, J, 2001. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Erlangga. Jakarta
- Swa, 24/XXIII/ 8 – 21 November 2007

PERATURAN PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA NOMOR 112 TAHUN
2007 TENTANG PENATAAN DAN PEMBINAAN PASAR
TRADISIONAL , PUSAT PERBELANJAAN DAN TOKO MODERN

<http://smecda.com/kajian/files/jurnal/hal-85/pdf>

[http : // indocashregister.com/2009/05/31/metamorphosis-toko-retail-modern](http://indocashregister.com/2009/05/31/metamorphosis-toko-retail-modern)