

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian yang telah dilakukan mengenai strategi adaptasi ritel tradisional dalam menghadapi persaingan industri ritel, yaitu persaingan dengan ritel modern. Penelitian tersebut fokus pada satu lokasi penelitian yang terdapat pada Kelurahan Kaligandu, Kecamatan Serang, Kota Serang, Provinsi Banten. Pada umumnya hampir di setiap wilayah terdapat pelaku usaha ritel baik itu ritel tradisional maupun ritel modern, termasuk wilayah yang penulis jadikan sebagai lokasi penelitian di Kaligandu. Ritel tradisional dapat dilihat contohnya pada Warung madura, sedangkan ritel modern dapat dilihat contohnya pada gerai Alfamart yang terdapat di Kaligandu. Kedua jenis ritel tersebut berada pada bidang bisnis yang serupa, bergelut pada bidang dagang serba ada, sehingga mewajarkan ritel tradisional dan ritel modern mengalami persaingan yang ketat dari segi strategi adaptasi yang mencakup strategi distribusi dan pelayanan penjualan, strategi pemasaran, dan strategi inovasi. Hal ini dijadikan oleh penulis pada pembahasan yang mengarah kepada upaya menjawab rumusan masalah yang penulis angkat pada penelitian ini.

1. Strategi Adaptasi Pengelolaan Ritel

a) Strategi Distribusi dan Pelayanan dalam Penjualan Usaha Ritel

Menilik hasil wawancara bersama pengelola Warung Madura, Alfamart, dan masing-masing pelanggan memiliki perbedaan dalam menggambarkan keunggulan antara ritel tradisional dan ritel modern pada aspek distribusi serta pelayanan penjualan. Ritel tradisional seperti Warung Madura menciptakan kesan tempat yang merakyat, hal

ini dapat dilihat keberhasilannya dalam mendapatkan loyalitas pelanggan karena targetnya untuk memikat masyarakat lokal sebagai pelanggan tetap Warung Madura, terlebih lokasinya yang berada di tengah-tengah masyarakat menjadikannya sorotan publik. Sedangkan perbandingan dengan ritel modern pada aspek distribusi dan pelayanan penjualan, ritel modern menggunakan strategi promosi berupa diskon atau potongan harga, hal ini bertujuan untuk menghindari kerugian dari produk yang mendekati waktu kadaluarsa dan secara tidak langsung menjadi daya tarik tambahan untuk memikat pelanggan.

b) Strategi Pemasaran Pada Usaha Ritel

Berdasarkan hasil analisis terhadap wawancara yang dilakukan dengan pengelola ritel tradisional, ritel modern, dan kedua pelanggan masing-masing ritel dapat dilihat adanya strategi pemasaran yang berbeda yang diterapkan masing-masing ritel, sehingga menciptakan kesan yang berbeda juga pada setiap pelanggan. Dengan demikian, ritel tradisional lebih unggul dari segi pelayanan yang adaptif terhadap masyarakat lokal sebagai loyalitas pelanggan tetap yang difokuskan oleh pengelola Warung Madura. Sedangkan ritel modern Alfamart lebih unggul dari segi infrastruktur dan jangkauan mitra kerja sama yang lebih luas dari ritel tradisional, oleh karena itu Alfamart memiliki jangkauan lebih luas dalam mencapai daya tarik pelanggan.

c) Strategi Inovasi Terhadap Pelanggan

Menilik pemaparan strategi inovasi pada Warung Madura ritel tradisional maupun ritel modern pada Alfamart keduanya memiliki tujuan yang serupa yaitu meningkatkan dan mempertahankan reputasi

serta loyalitas pelanggan. Selain itu, keduanya menerapkan strategi yang mengarah kepada E-commerce yang mencakup kepada *self-checkout*, *virtual reality*, dan *augmented reality*. Namun, Warung Madura unggul dari segi waktu pelayanan yang 24 jam, sehingga membuat Warung Madura menjadi pilihan yang diprioritaskan untuk pelayanan Top Up seperti E-Wallet dan sebagainya. Namun, ritel modern Alfamart tidak menutup mata pada aspek strategi inovasi yang diterapkan, karena mereka memberikan perlakuan Istimewa kepada pelanggan yang sering berbelanja di gerai Alfamart berupa pemberian *membership-card* ketika pelanggan menunjukkan *membership-card* kepada kasir, terkadang akan mendapatkan diskon atau potongan harga pada beberapa produk yang telah ditentukan.

2. Faktor Pendukung Strategi Adaptasi

Berdasarkan pengolahan data hasil wawancara tersebut dapat dianalisis bahwa faktor penghambat pada ritel tradisional Warung Madura terdapat pada aspek infrastruktur apabila dibandingkan dengan ritel modern seperti Alfamart, akan tetapi hal ini menjadikan Warung Madura mendapatkan penilaian yang positif dari kesan pelanggan yang melakukan transaksi jual-beli di Warung Madura, yaitu kesan pelanggan bahwa Warung Madura sebagai tempat berbelanja yang merakyat. Dengan kata lain, faktor penghambat yang terdapat pada Warung Madura secara tidak langsung menjadi faktor pendukung, terlebih dari segi pelayanan Warung Madura memiliki pelayanan 24 jam sehari tanpa dibatasi oleh waktu, sehingga hal ini menjadi strategi adaptif yang mendukung efisiensi berjalannya usaha ritel.

B. Saran

Penulis menyadari bukanlah makhluk yang sempurna sehingga dari penelitian ini baik itu secara kepenulisan maupun pembahasan masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penelitian dipastikan tidak berhenti pada penelitian skripsi saja, melainkan kedepannya akan ada penelitian serupa yang berupaya menyempurnakan penelitian ini. Penulis hanya memberikan saran ketika penelitian ini dilakukan diperlukan teknik *lobbying* dalam meminta persetujuan responden untuk diwawancarai pada perolehan data yang diperlukan. Oleh karena itu dibutuhkan sikap yang ramah tamah dalam membaur untuk perolehan data yang diperlukan pada pengelola usaha ritel tradisional seperti Warung Madura maupun ritel modern seperti Alfamart yang penulis jadikan objek pada penelitian ini. Selain itu, penulis berharap pada penelitian ini dipergunakan sebagaimana harusnya ketika di masa yang akan datang.