

**ANALISIS BAURAN RITEL DALAM UPAYA
MENINGKATKAN DAYA SAING**

(Studi Kasus pada UMKM Toko SRC Wanda Barokah)

Disusun oleh :

**FIRMAN NURUL SYAH
C1200078**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh Sarjana Manajemen
Konsentrasi Manajemen Bisnis

Dosen Pembimbing :
Drs. Udin Hidayat, M.Ti



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KOPERASI INDONESIA**

2024

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Analisis Bauran Ritel Dalam Meningkatkan Daya Saing
(Studi Kasus Pada UMKM Toko SRC Wanda Barokah)

Nama Mahasiswa : Firman Nurul Syah

NIM : C1200078

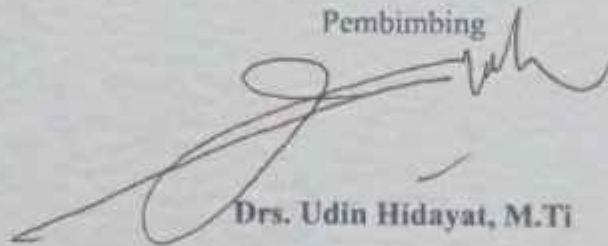
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Sarjana Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Bisnis

Menyetujui dan Mengesahkan

Pembimbing



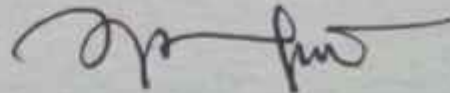
Drs. Udin Hidayat, M.Ti

Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis



Dr. Heri Nugraha, SE., M.Si

Ketua Program Studi S1
Manajemen



Dr. Ami Purnamawati, Dra., M.Si

RIWAYAT HIDUP



Penulis Bernama Firman Nurul Syah, dilahirkan di Sumedang, Provinsi Jawa Barat pada tanggal 26 Januari 2000. Penulis merupakan anak pertama dari 2 (dua) bersaudara. Dari pasangan Bapak Suwanda dan Ibu Komariah.

Adapun Riwayat Pendidikan yang telah ditempuh yaitu :

1. Tahun 2005 menyelesaikan Pendidikan di TK Tunas Kisar, Kabupaten Sumedang, Provinsi Jawa Barat.
2. Tahun 2011 menyelesaikan Pendidikan di SDN Pasirhuni, Kabupaten Sumedang, Provinsi Jawa Barat.
3. Tahun 2015 menyelesaikan Pendidikan di SMP PGRI Parakanmuncang, Kabupaten Sumedang, Provinsi Jawa Barat.
4. Tahun 2018 menyelesaikan Pendidikan di SMK Yadika Tanjungsari, Kabupaten Sumedang, Provinsi Jawa Barat.
5. Tahun 2019 menyelesaikan Pendidikan di Wira Angkasa, Kabupaten Majalengka, Provinsi Jawa Barat.

Selama menjadi mahasiswa, penulis telah mengikuti kegiatan kemahasiswaan yang ada di IKOPIN University antara lain :

1. Koordinator Rumah Tangga Lab (RTL) Asisten Laboratorium Komputer
2022 – 2023

ABSTRACT

Firman Nurul Syah. 2024, Analysis of Retail Mix in Efforts to Increase Competitiveness. (Case Study on MSME SRC Wanda Barokah Store, Sumedang). Under the guidance by Udin Hidayat.

The object of this research is the UMKM SRC Wanda Barokah Store, operating in the retail sector to supply daily needs. Over time, competitors have emerged in the vicinity, introducing new innovations, leading to a loss of customers. This is suspected to be due to several factors, including a lack of competitiveness, higher prices compared to competitors, incomplete product offerings, inadequate promotion to customers, a less strategic location, poor service quality, and an unattractive store atmosphere. These factors indicate that the implementation of the retail mix is likely not being managed effectively.

The objectives of this study are to analyze the implementation of the retail mix at Toko SRC Wanda Barokah compared to Toko SRC Murniasih and Toko SRC Rio, to understand consumer perceptions regarding the implementation of the retail mix among Toko SRC Wanda Barokah, Toko SRC Murniasih, and Toko SRC Rio, and to identify the efforts undertaken by Toko SRC Wanda Barokah to enhance its competitiveness.

The research employs case study and comparative methods to evaluate competitiveness within a specific sector. The case study method is used to conduct an in-depth analysis of several business entities within a selected industry, while the comparative method assesses and compares the results of each case study analysis. The Analytical Hierarchy Process (AHP) is utilized as the analytical tool.

The research results indicate that Toko SRC Murniasih achieved the best performance with a score of 40.7%, followed by Toko SRC Rio with 35.7%, and Toko SRC Wanda Barokah with the lowest score of 23.6%. The conclusion suggests that Toko SRC Wanda Barokah needs to improve its location, product offerings, pricing, promotions, store condition, and customer service to enhance its competitiveness.

Keywords : Retail Mix, Competitiveness, Analytical Hierarchy Process (AHP)

ABSTRAK

Firman Nurul Syah. 2024, Analisis Bauran Ritel Dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing. (Studi Kasus pada UMKM Toko SRC Wanda Barokah, Sumedang). Di bawah bimbingan Udin Hidayat.

Objek dari penelitian ini adalah UMKM Toko SRC Wanda Barokah dalam usahanya yaitu dibidang Ritel untuk pengadaan segala kebutuhan sehari-hari. Seiring berjalannya waktu banyak berdiri pesaing disekitar dengan membawa inovasi baru, membuat kehilangan konsumen. Hal ini terjadi diduga karena kurangnya daya saing, harga cenderung lebih tinggi pesaing, produk kurang lengkap, kurangnya promosi kepada konsumen, tempat yang kurang strategis, kurang memberikan pelayanan yang baik dan suasana tempat yang kurang diminati konsumen. Faktor-faktor tersebut menunjukan bahwa pelaksanaan Bauran Ritel diduga belum dikelola dengan baik. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan bauran ritel pada Toko SRC Wanda Barokah dibandingkan dengan Toko SRC Murniasih dan Toko SRC Rio, bagaimana tanggapan konsumen mengenai posisi terhadap pelaksanaan bauran ritel antara Toko SRC Wanda Barokah dibandingkan dengan Toko SRC Murniasih dan Toko SRC Rio dan Upaya-upaya apa saja yang dilakukan Toko SRC Wanda Barokah untuk meningkatkan daya saing.

Adapun metode penelitian yang digunakan adalah metode studi kasus dan metode komparatif untuk mengevaluasi daya saing dalam sektor tertentu. Metode studi kasus diterapkan untuk melaksanakan analisis mendalam terhadap beberapa entitas perusahaan dalam industri yang terpilih dan metode komparatif digunakan untuk menilai dan membandingkan hasil analisis dari masing-masing studi kasus, alat analisis yang digunakan yaitu dengan menggunakan *Analytical Hierarchy Process* (AHP)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Toko SRC Murniasih memiliki kinerja terbaik dengan nilai 40,7%, diikuti oleh Toko SRC Rio dengan 35,7%, dan Toko SRC Wanda Barokah dengan nilai terendah 23,6%. Kesimpulan menunjukkan bahwa Toko SRC Wanda Barokah perlu memperbaiki lokasi, produk, harga, promosi, keadaan toko, dan pelayanan untuk meningkatkan daya saingnya.

Kata Kunci : Bauran Ritel, Daya Saing, Analytical Hierarchy Process (AHP)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT karena telah memberikan kesehatan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“ANALISIS BAURAN RITEL DALAM UPAYA MENINGKATKAN DAYA SAING, (STUDI KASUS PADA UMKM TOKO SRC WANDA BAROKAH KABUPATEN SUMEDANG)”** sebagai syarat untuk menempuh ujian sarjana pada program studi Manajemen, Universitas Koperasi Indonesia.

Penulis menyadari banyak sekali kekurangan dan kelemahan dalam skripsi ini, baik dari tata bahasa, penyusunan kalimat, pengolahan data maupun perhitungan. Oleh karena itu penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati dan rasa hormat yang mendalam, perkenankan penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu baik moril maupun materil. Ucapan tersebut penulis sampaikan kepada :

1. Yang Terhormat, Bapak Udin Hidayat dosen pembimbing yang selalu memberikan arahan, saran dan meluangkan waktunya untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Yang Terhormat, Bapak Prof. Ir. Agus Pakpahan, M.S., Ph.D Selaku Rektor IKOPIN University.
3. Yang Terhormat, Ibu Dr.Ami Purnamawati., Dra.,M.Si Selaku Direktur Prodi S1 Manajemen Insitut Koperasi Indonesia.

4. Yang Terhormat, Drs. Deddy Supriyadi, M.Sc. selaku dosen penelaah konsentrasi yang telah memberikan bimbingan, saran dan pengarahan yang berarti untuk kesempurnaan skripsi ini.
5. Yang Terhormat, Bapak Dr. Ir. H. Indra Fahmi, M.Si selaku dosen penelaah koperasi yang telah memberikan koreksi, masukan yang berarti untuk kesempurnaan skripsi ini.
6. Yang Terhormat, bapak Sulistyو selaku pengurus Koperasi Jasa Sopir Transportasi Solo (KOSTI SOLO) yang telah membantu penulis dalam membantu memberikan data sehingga penulis bisa menyempurnakan skripsi ini.
7. Seluruh dosen prodi Manajemen, Ikopin yang telah memberikan ilmu dan bimbingan selama perkuliahan.
8. Seluruh staf pengajar dan karyawan/wati Sekretariat S1 Manajemen Ikopin yang telah membantu memfasilitasi segala keperluan kuliah dan birokrasi yang harus diselesaikan penulis.
9. Seluruh karyawan, manajer, pengurus, dan anggota KOSTI SOLO.
10. Bapak tercinta yang telah memberikan motivasi, saran, dan dukungan penuh untuk penyelesaian skripsi ini.
11. Ibu tercinta yang telah memberikan dukungan penuh dan banyak saran untuk penyelesaian skripsi ini.
12. Gantari Alzena Zalin, yang telah banyak membantu penulis dalam memberikan support penuh atas penulisan skripsi ini.

13. Sahabat saya, Tectona Vergiano yang sudah memberi semangat serta bantuan selama penelitian.

14. Teman-teman seperjuangan Wildan Wijayanto, Muhamad Ridwan, Rizky Darajat, Dicky Alang dan Ardina Fatwa yang telah menjadi teman terbaik selama masa perkuliahan.

Semoga skripsi ini menjadi salah satu tahapan untuk penulis menjadi individu yang lebih baik dikemudian hari dan semoga skripsi ini dapat memberikan ilmu yang bermanfaat bagi para pembacanya.

Jatinangor, Juli 2024

Firman Nurul Syah

DAFTAR ISI

RIWAYAT HIDUP	i
ABSTRACT	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi Masalah	8
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian	8
1.3.1. Maksud Penelitian	9
1.3.2. Tujuan Penelitian	9
1.4. Kegunaan Penelitian	9
1.4.1. Kegunaan Teoritis	9
1.4.2. Kegunaan Praktis	10
BAB II PENDEKATAN DAN METODE PENELITIAN	11
2.1. Pendekatan Masalah	11
2.1.1. Pendekatan Manajemen Bisnis	11
2.1.1.1. Manajemen	11
2.1.1.2. Manajemen Bisnis	12
2.1.2. Pendekatan Pemasaran	13
2.1.2.1. Pendekatan Ritel	13
2.1.2.2. Unsur-Unsur Ritel	14
2.1.3. Pendekatan Persaingan	22
2.1.3.1. Pengertian Persaingan	22
2.1.3.2. Identifikasi Pesaing	22
2.1.3.3. Menentukan Sasaran Pesaing	24
2.1.3.4. Identifikasi Strategi Persaingan	24
2.1.3.5. Strategi Menghadapi Pesaing	24
2.1.3.6. Keunggulan Bersaing	26
2.1.3.7. Tingkatan Persaingan	27
2.1.4. Pendekatan Daya Saing	28
2.1.4.1. Pengertian Daya Saing	28
2.1.4.2. Strategi Daya Saing	29
2.1.4.3. Dimensi Daya Saing	31
2.1.4.4. Indikator Daya Saing	32

2.2. Metode Penelitian	33
2.2.1. Metode Penelitian yang Digunakan	33
2.2.2. Data yang Diperlukan (Operasionalisasi Variabel)	34
2.2.3. Sumber Data dan Cara Menentukannya	35
2.2.4. Teknik Pengumpulan Data	37
2.2.5. Analisis Data	38
2.2.6. Tempat Lokasi Penelitian	46
2.2.7. Jadwal Penelitian	46
BAB III KEADAAN UMUM TEMPAT PENELITIAN	47
3.1. Keadaan Umum	47
3.1.1. Sejarah Berdirinya Toko SRC Wanda Barokah	47
3.1.2. Visi dan Misi Toko SRC Wanda Barokah	49
3.1.2.1. Visi Toko SRC Wanda Barokah	49
3.1.2.2. Misi Toko SRC Wanda Barokah	49
3.1.3. Deskripsi Kerja Toko SRC Wanda Barokah	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	52
4.1. Identifikasi Responden dan Informan	52
4.1.1. Identitas Responden	52
4.1.2. Identitas Informan	53
4.2. Pelaksanaan Bauran Ritel Antara Toko SRC Wanda Barokah Dibandingkan Dengan Toko SRC Murniasih Dan Toko SRC Rio ...	53
4.2.1. Lokasi	54
4.2.2. Produk	54
4.2.3. Harga	57
4.2.4. Promosi	58
4.2.5. Keadaan Toko	58
4.2.6. Pelayanan Toko	59
4.3. Tanggapan Konsumen Mengenai Posisi Pelaksanaan Bauran Ritel Antara Toko SRC Wanda Barokah Dibandingkan Dengan Toko SRC Murniasih Dan Toko SRC Rio	60
4.3.1. Skema Hirarki Penentuan Posisi Pelaksanaan Bauran Ritel di Toko SRC Wanda Barokah dibandingkan dengan Toko SRC Murniasih dan Toko SRC Rio.	61
4.3.2. Perhitungan Pembobotan Untuk Semua Kriteria	62
4.3.3. Perhitungan Pemobotan Kriteria Untuk Semua Alternatif	67
4.3.3.1. Kriteria Letak Berdirinya Toko (K1)	67
4.3.3.2. Kriteria Kelengkapan Produk (K2)	71
4.3.3.3. Kriteria Kualitas Produk (K3)	74
4.3.3.4. Kriteria Harga Sesuai Dengan Kualitas (K4)	78
4.3.3.5. Kriteria Harga Sebanding Dengan Pesaing (K5)	82

4.3.3.6. Kriteria Media dan Saluran yang Sesuai (K6)	85
4.3.3.7. Kriteria Tata Letak dan Alokasi Ruangan (K7)	89
4.3.3.8. Kriteria Pelayanan yang Ramah (K8)	93
4.3.3.9. Kriteria Durasi Produk (K9)	96
4.3.3.10. Penambahan Produk Baru (K10)	100
4.3.4. Perhitungan Total Untuk Mencari Peringkat Atau Proiritas Global.....	104
4.4. Upaya Yang Dilakukan Toko SRC Wanda Barokah Untuk Meningkatkan Daya Saing	107
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	110
5.1. Simpulan	110
5.2. Saran-saran	112
DAFTAR PUSTAKA	120
LAMPIRAN	122

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Pendapatan Toko SRC Wanda Barokah Tahun 2019 - 2023	3
Tabel 1.2	Pendapatan Kompetitor Tahun 2023	4
Tabel 2.1	Operasionalisasi Variabel	35
Tabel 2.2	Matrik Perbandingan Berpasangan	41
Tabel 2.3	Skala Penilaian Dalam Sistem Pendukung Keputusan.....	42
Tabel 2.4	Ukuran Konsistensi	45
Tabel 4.1	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
Tabel 4.2	Identitas Informan Berdasarkan	53
Tabel 4.3	Perbandingan Produk Toko SRC Wanda Barokah, Toko SRC Murniasih dan Toko SRC Rio.....	55
Tabel 4.4	Perbandingan Harga Jual Barang Toko SRC Wanda Barokah dengan Pesaing.....	57
Tabel 4.5	Kriteria	60
Tabel 4.6	Alternatif	61
Tabel 4.7	Matriks Perbandingan Berpasangan Kriteria Responden 1	62
Tabel 4.8	Jumlah Nilai Kolom Kriteria.....	63
Tabel 4.9	Normalisasi dan Nilai Eigen Vektor Kriteria	64
Tabel 4.10	Eigen Vektor Kriteria	64
Tabel 4.11	Matriks Perbandingan Berpasangan Weight Sum Vektor dan Eigen Vektor	65
Tabel 4.12	Matriks Perbandingan Berpasangan Alternatif Responden 1	67
Tabel 4.13	Jumlah Nilai Kolom Alternatif Kriteria (K1).....	68
Tabel 4.14	Normalisasi dan Nilai Eigen Vektor Alternatif Kriteria (K1)	69
Tabel 4.15	Eigen Vektor Alternatif Kriteria (K1).....	69
Tabel 4.16	Matriks Perbandingan Berpasangan Weight Sum Vektor dan Eigen Vektor Alternatif Kriteria (K1)	69
Tabel 4.17	Matriks Perbandingan Berpasangan Alternatif Responden 1	71
Tabel 4.18	Jumlah Nilai Kolom Alternatif Kriteria (K2).....	72
Tabel 4.19	Normalisasi dan Nilai Eigen Vektor Alternatif Kriteria (K2)	72
Tabel 4.20	Eigen Vektor Alternatif Kriteria (K2).....	72
Tabel 4.21	Matriks Perbandingan Berpasangan Weight Sum Vektor dan Eigen Vektor Alternatif Kriteria (K2)	73
Tabel 4.22	Matriks Perbandingan Berpasangan Alternatif Responden 1	75

Tabel 4.23	Jumlah Nilai Kolom Alternatif Kriteria (K3).....	75
Tabel 4.24	Normalisasi dan Nilai Eigen Vektor Alternatif Kriteria (K3)	76
Tabel 4.25	Eigen Vektor Alternatif Kriteria (K3).....	76
Tabel 4.26	Matriks Perbandingan Berpasangan Weight Sum Vektor dan Eigen Vektor Alternatif Kriteria (K3)	77
Tabel 4.27	Matriks Perbandingan Berpasangan Alternatif Responden 1	78
Tabel 4.28	Jumlah Nilai Kolom Alternatif Kriteria (K4)	79
Tabel 4.29	Normalisasi dan Nilai Eigen Vektor Alternatif Kriteria (K4)	80
Tabel 4.30	Eigen Vektor Alternatif Kriteria (K4).....	80
Tabel 4.31	Matriks Perbandingan Berpasangan Weight Sum Vektor dan Eigen Vektor Alternatif Kriteria (K4)	80
Tabel 4.32	Matriks Perbandingan Berpasangan Alternatif Responden 1	82
Tabel 4.33	Jumlah Nilai Kolom Alternatif Kriteria (K5).....	83
Tabel 4.34	Normalisasi dan Nilai Eigen Vektor Alternatif Kriteria (K5)	83
Tabel 4.35	Eigen Vektor Alternatif Kriteria (K5).....	83
Tabel 4.36	Matriks Perbandingan Berpasangan Weight Sum Vektor dan Eigen Vektor Alternatif Kriteria (K5)	84
Tabel 4.37	Matriks Perbandingan Berpasangan Alternatif Responden 1	86
Tabel 4.38	Jumlah Nilai Kolom Alternatif Kriteria (K6).....	86
Tabel 4.39	Normalisasi dan Nilai Eigen Vektor Alternatif Kriteria (K6)	87
Tabel 4.40	Eigen Vektor Alternatif Kriteria (K6).....	87
Tabel 4.41	Matriks Perbandingan Berpasangan Weight Sum Vektor dan Eigen Vektor Alternatif Kriteria (K6)	88
Tabel 4.42	Matriks Perbandingan Berpasangan Alternatif Responden 1	89
Tabel 4.43	Jumlah Nilai Kolom Alternatif Kriteria (K7)	90
Tabel 4.44	Normalisasi dan Nilai Eigen Vektor Alternatif Kriteria (K7)	91
Tabel 4.45	Eigen Vektor Alternatif Kriteria (K7).....	91
Tabel 4.46	Matriks Perbandingan Berpasangan Weight Sum Vektor dan Eigen Vektor Alternatif Kriteria (K7)	91
Tabel 4.47	Matriks Perbandingan Berpasangan Alternatif Responden 1	93
Tabel 4.48	Jumlah Nilai Kolom Alternatif Kriteria (K8).....	94
Tabel 4.49	Normalisasi dan Nilai Eigen Vektor Alternatif Kriteria (K8)	94

Tabel 4.50	Eigen Vektor Alternatif Kriteria (K8).....	94
Tabel 4.51	Matriks Perbandingan Berpasangan Weight Sum Vektor dan Eigen Vektor Alternatif Kriteria (K8)	95
Tabel 4.52	Matriks Perbandingan Berpasangan Alternatif Responden 1	97
Tabel 4.53	Jumlah Nilai Kolom Alternatif Kriteria (K9).....	97
Tabel 4.54	Normalisasi dan Nilai Eigen Vektor Alternatif Kriteria (K9)	98
Tabel 4.55	Eigen Vektor Alternatif Kriteria (K9).....	98
Tabel 4.56	Matriks Perbandingan Berpasangan Weight Sum Vektor dan Eigen Vektor Alternatif Kriteria (K9)	99
Tabel 4.57	Matriks Perbandingan Berpasangan Alternatif Responden 1	100
Tabel 4.58	Jumlah Nilai Kolom Alternatif Kriteria (K10).....	101
Tabel 4.59	Normalisasi dan Nilai Eigen Vektor Alternatif Kriteria (K10)	102
Tabel 4.60	Eigen Vektor Alternatif Kriteria (K10).....	102
Tabel 4.61	Matriks Perbandingan Berpasangan Weight Sum Vektor dan Eigen Vektor Alternatif Kriteria (K10)	102
Tabel 4.62	Urutan Prioritas Nilai Akhir Berdasarkan Semua Kriteria	105
Tabel 4.63	Peringkat Alternatif dari Masing-masing Kriteria	105

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Hirarki Elemen Metode AHP	40
Gambar 2.2 Skala Konversi AHP	46
Gambar 4.1 Skema Hirarki Penentuan Posisi Pelaksanaan Bauran Ritel di Toko SRC Wanda Barokah dibandingkan dengan Toko SRC Murniasih dan Toko SRC Rio	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kerangka Wawancara	122
Lampiran 2	Kerangka Kuesioner.....	123
Lampiran 3	Hasil Kuesioner pada Seluruh Kriteria	129
Lampiran 4	Hasil Kuesioner pada Alternatif Keriteria (K1)	139
Lampiran 5	Hasil Kuesioner pada Alternatif Keriteria (K2)	141
Lampiran 6	Hasil Kuesioner pada Alternatif Keriteria (K3)	143
Lampiran 7	Hasil Kuesioner pada Alternatif Keriteria (K4)	145
Lampiran 8	Hasil Kuesioner pada Alternatif Keriteria (K5)	147
Lampiran 9	Hasil Kuesioner pada Alternatif Keriteria (K6)	149
Lampiran 10	Hasil Kuesioner pada Alternatif Keriteria (K7)	150
Lampiran 11	Hasil Kuesioner pada Alternatif Keriteria (K8).....	153
Lampiran 12	Hasil Kuesioner pada Alternatif Keriteria (K9)	155
Lampiran 13	Hasil Kuesioner pada Alternatif Keriteria (K10)	157