

**PENGEMBANGAN POLA KEMITRAANN RITEL SKALA KECIL UNTUK  
MENINGKATKAN KINERJA PEMASARAN DAN  
DAYA TAHAN USAHA**

(Studi Pada Ritel Perdagangan di Jawa Timur)

Oleh

Utami, Christina Whidya Utami

Dosen Pascasarjana Universitas Ciputra Surabaya

whidyautami@ciputra.ac.id

Abstract

Retail business competition in Indonesia is complex to support the traditional retail durability efforts in indonesia. So, it's necessary to develop the partnership pattern that is oriented in entrepreneurship and business ethics for the small business player to build the marketing performance and the durability in the retail busines.

This research is a qualitative deskriptive research, that using the focus group discusion and interview with retailer respondent in the east java. The result of this research are 1) the exploration result for the retail partnership pattern in East Java small market scale this time is running on the exclusive mutual pattern 2) Market performance and sustainability of retail of small scale market in East Java is showing the suistainability aspect, with the income average per month/day is always increase. From The aspect of quantity and goods completeness, the total of good is increase from the quantity and variance. 3) Creating a pattern of partnership-based on the entrepreneurship oriented and business ethics will be done by several ways: taking advantage of the existance of cooperative/association on creating relation with the supplier, gaining solidarity one another and aware the importance of unity between retailer to build the pattern that balanc.especially on determining the bargaining set position against the modern retail. Intensive giving the information to the retailer about the awareness of retail management based on entrepreneurship and business ethics.

**Key Words** : Entrepreneurship Orientation, Business Ethics, Marketing Performance and Sustainability Retail Business

**Pendahuluan**

Ritel modern mengalami peningkatan pangsa pasar dan kinerja usaha dari tahun ke tahun, namun di sisi lain pangsa pasar dan kinerja usaha ritel tradisional terus mengalami penurunan. Berdasarkan data menunjukkan bahwa “sumbangan atau kontribusi pasar tradisional terhadap pangsa pasar bisnis ritel pada tahun 2013 adalah sekitar 69,9% menurun dari tahun sebelumnya yakni 73.3%. Namun kondisi sebaliknya terjadi pada pasar modern yakni *Supermarket* dan *Hypermarket* yang menunjukkan peningkatan kontribusi yang cukup besar dari tahun ke tahun. Kontribusi atau sumbangan pasar modern pada tahun 2013 yakni mencapai 26.3% dan mengalami peningkatan pada tahun 2014 menjadi 30,1%” (Anonimous, 2007)

“Terdapat beberapa penyebab menurunnya kinerja pasar tradisional salah satu analisis yang sering mengemuka adalah keberadaan pasar modern, namun demikian hasil penelitian menyimpulkan bahwa turunnya kinerja pasar tradisional justru disebabkan oleh lemahnya daya saing pada peritel tradisional”(Harmanto, 2007)