

Implementasi Strategi Manajemen Ritel Pada PT. Bumi Nyiur Swalayan

Kori Nurfadilah

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tadulako

Ponirin Ponirin

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tadulako

Harnida Wahyuni Adda

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tadulako

Alamat: Jl. Soekarno Hatta No.KM. 9, Tondo, Kec. Mantikulore, Kota Palu, Sulawesi Tengah 94148

Korespondensi email: korinurfadilah26@gmail.com

Abstract. *Today the development of the retail business in Indonesia shows a very positive trend. This is shown by the ever-increasing number of minimarkets in Indonesia. This research was conducted at PT. Bumi Nyiur Swalayan and aims to determine the implementation of retail management strategies at PT. Bumi Nyiur Supermarket head office. This research is a qualitative research and primary data sources using data collection techniques, namely observation and interviews. The results of the study show that the implementation uses four management aspects, namely marketing aspects, production aspects, human resource management aspects and financial aspects.*

Keywords: *Retail Business, Retail Management, Retail Management Strategies*

Abstrak. Dewasa ini perkembangan bisnis ritel di Indonesia menunjukkan *trend* sangat positif. Hal ini ditunjukkan dengan selalu meningkatnya jumlah minimarket yang ada di Indonesia. Penelitian ini dilakukan pada PT. Bumi Nyiur Swalayan dan bertujuan untuk mengetahui implementasi strategi manajemen ritel pada PT. Bumi Nyiur Swalayan kantor pusat. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dan sumber data primer dengan menggunakan teknik pengumpulan data yaitu observasi dan wawancara. Hasil dari penelitian bahwa pengimplementasiannya menggunakan empat aspek manajemen yaitu aspek pemasaran, aspek produksi, aspek manajemen sumber daya manusia dan aspek keuangan.

Kata kunci: Bisnis Ritel, Manajemen Ritel, Strategi Manajemen Ritel

PENDAHULUAN

Bisnis ritel didefinisikan sebagai usaha yang dijalankan oleh sekelompok orang atau seseorang secara individu, menjual berbagai kebutuhan harian masyarakat dan

Received April 20, 2022; Revised Mei 08, 2023; Accepted Juni 02, 2023

* Kori Nurfadilah, : korinurfadilah26@gmail.com

dijalankan secara modern atau tradisional (Chaniago, 2021). Para pihak yang menghasilkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat atau industri lain disebut produsen. Produsen menghasilkan barang-barang yang dapat diterima oleh pasar. Barang yang diproduksi sesuai dengan kebutuhan masyarakat (berorientasi kebutuhan masyarakat) akan mudah diserap pasar. Beberapa peneliti telah membuktikan bahwa konsumen membeli produk karena atribut produk dan manfaat produk.

Penelitian Bukhari dkk. (2020) menyimpulkan konsumen membeli karena atribut produk seperti: kualitas, jenis, kemasan, harga. Hal yang mirip juga ditemukan oleh Martenson (2018) menemukan bahwa konsumen membeli karena manfaat produk dan konsumen membeli keuntungan dari produk. Penelitian para peneliti itu memberi bukti, pentingnya membuat produk sesuai kebutuhan pasar. Para produsen ada yang menghasilkan barang dari bahan mentah sampai bermanfaat bagi masyarakat, namun ada juga yang hanya meningkatkan nilai tambah barang tersebut. Contoh: Pabrik tekstil menggunakan benang yang sudah dihasilkan oleh pabrik lain untuk dijadikan kain.

Istilah manajemen ritel terkait dengan aktivitas untuk mengelola berbagai barang dan jasa guna memenuhi kebutuhan konsumen akhir di bisnis ritel tersebut (Kotler & Keller, 2018). Produsen memproduksi dan menghasilkan barang, ia membutuhkan grosir. Grosir melakukan pembelian dalam jumlah besar dengan harga yang agak lebih murah dan menjualnya pada pengusaha ritel. Selanjutnya pengusaha ritel menjualnya secara eceran pada konsumen akhir. Bisnis ritel mengait beberapa pihak diluar konsumen seperti, produsen, *wholesaller*, distributor, toko ritel (modern dan tradisional), dan *nanostore*. Hal ini menunjukkan lingkungan bisnis ritel yang begitu luas dan multi fungsi. Menurut Kotler dan Amstrong (2018) ritel dapat dibedakan menjadi empat berdasarkan ukuran lahan bisnis dan barang yang diperdagangkan. Adapun empat jenis ritel yang dimaksud sebagai berikut:

1. *Hypermarket*, dicirikan memiliki luas lahan lebih dari 5000 m² dan biasanya barang yang diperjual belikan lebih banyak. Meliputi seluruh elemen yang terkait dengan bisnis ritel.
2. *Supermarket*, dicirikan memiliki luas lahan lebih dari 1000 m² sampai dengan 5000 m². Barang yang diperjual belikan juga meliputi seluruh elemen bisnis ritel.
3. *Minimarket*, dicirikan dengan luas lahan antara 100 m² sampai dengan 1000 m². Biasanya barang yang diperjual belikan tidak terlalu banyak karena tidak meliputi

seluruh elemen bisnis ritel.

4. *Nanostore*, diperkirakan memiliki luas lahan di bawah 50 m² serta barang dagangan yang di sediakan lebih sedikit dari *minimarket*.

Maraknya bisnis ritel di Indonesia membuat bisnis ritel dapat dijumpai di berbagai daerah Indonesia (Chaniago dkk., 2019). Sebagai dampak dari perkembangan tersebut membuat kehadirannya di Kota Palu tidak dapat dipungkiri lagi. Mulai dari *nanostore*, *minimarket*, *supermarket* sampai dengan *hypermarket*. PT. Bumi Nyiur Swalayan yang merupakan salah satu supermarket di Kota Palu dan berpusat di Jalan S. Parman Kelurahan Besusu Tengah Kecamatan Palu Timur Kota Palu Provinsi Sulawesi Tengah.

Gambar 1
Foto Bangunan PT. Bumi Nyiur Swalayan Pusat.



Sumber: PT. Bumi Nyiur Swalayan Facebook

PT. Bumi Nyiur Swalayan memiliki 13 cabang yang tersebar di wilayah Kota Palu, Kabupaten Sigi dan Kabupaten Parigi Moutong. Di Wilayah Kota Palu ada 10 cabang yang beralamat di Jl. Dewi Sartika, Jl. R.E. Martadinata, Jl. Jendral Sudirman, Jl. Veteran, Jl. Towua, Jl. I Gusti Ngurah Rai, Jl. Balai Kota, Mamboro, Kayumalue, dan Wani. Di Wilayah Kabupaten Sigi berlokasi di Kecamatan Dolo. Wilayah Kabupaten Parigi Moutung berlokasi di Toboli dan Tolai. Serta memiliki gudang pusat yang berlokasi di Layana. Di sisi lain tidak sedikit pula cabang PT. Bumi Nyiur Swalayan yang berhenti beroperasi karna banyaknya saingan bisnis ritel yang turut hadir di Kota Palu. Sebagai bisnis ritel, PT. Bumi Nyiur Swalayan tentu menerapkan strategi manajemen ritel dalam mencapai visi misi perusahaan. Khususnya PT. Bumi Nyiur Swalayan yang beralamat di Jl. S. Parman, sebagai pusat dari beberapa cabang yang tersebar harus menerapkan strategi manajemen ritel yang mampu menghadapi persaingan bisnis ritel (Ekawati dan Sha, 2019). Berdasarkan fenomena di lapangan, penelitian ini

bertujuan untuk mengetahui implementasi strategi manajemen ritel pada PT. Bumi Nyiur Swalayan.

KAJIAN TEORITIS

1) BISNIS RITEL

Bisnis ritel adalah semua usaha bisnis yang secara langsung mengarahkan kemampuan pemasarannya untuk memuaskan konsumen akhir berdasarkan organisasi penjualan barang dan jasa sebagai inti dari distribusi. Atau ritel adalah suatu kegiatan yang terdiri dari aktivitas – aktivitas bisnis yang terlibat dalam menjual barang dan jasa kepada konsumen untuk kepentingan sendiri, keluarga ataupun rumah tangga (Sunyoto dan Mulyono, 2022). Dari sisi teknologi dan pelayanan pada konsumen, ritel dibagi menjadi dua yaitu ritel modern dan ritel tradisional (Chaniago, 2021).

Ritel modern memiliki karakteristik dan ciri seperti, terletak pada lokasi yang strategis, suasana toko nyaman, *display* barang menarik, *layout* tertata rapi, harga bersaing dan tertera pada barang, petugas toko profesional dan mengetahui potensi pasar, barang dagang lengkap, sistem pencatatan barang menggunakan IT, ada standar pemasok, konsumen *self service*, ada standar pelayanan, fasilitas lengkap (parkir, toilet, CCTV, internet), evaluasi aktivitas toko secara periodik, penggunaan dana yang terencana, dan adanya rencana pengembangan bisnis ke depan. Sedangkan ritel tradisional memiliki karakteristik dan ciri seperti barang dagang kurang lengkap, harga bisa ditawar, pembeli dilayani dan berkomunikasi langsung dengan pemilik, kadang tempat kurang nyaman, belum menggunakan teknologi pembayaran (belum ada cash register, *wifi*, dan saran pendukung lainnya yang terdapat pada ritel modern), dikelola oleh pemilik bersama keluarga, penggunaan dana kurang terencana dan sering kali bercampur dengan keuangan pribadi, evaluasi bisnis jarang dilakukan, berjalan sesuai keinginan pemilik dan pengembangan bisnis belum terencana dengan baik

Dan dari sisi pemasaran, ritel dibagi menjadi tiga yaitu ritel *offline*, ritel *online* dan ritel *off – on* (Chaniago, 2021). Ritel *offline*, melayani konsumen secara langsung, *face to face*. Berkomunikasi langsung dengan konsumennya. Ritel online menjual barangnya secara online dengan memanfaatkan teknologi IT (*e-commerce*, *e-bisnis*, toko online). Setelah ada pemesanan dari konsumen dan pembayaran dari konsumen, maka barang dikirim menggunakan perusahaan jasa pengiriman. Di sini antara penjual dan pembeli tidak bertemu secara fisik, komunikasi hanya dilakukan via internet, telepon,

seperti: website, sosial media, email dan handphone. Dan ritel *off - on* adalah ritel disamping melakukan penjualan secara langsung dan ketemu secara fisik, juga melakukan penjualan barangnya secara *online*. Ritel ini boleh dikatakan melakukan pemasaran campuran.

Penelitian yang dilakukan oleh Azidin (2019) menjelaskan tentang perbedaan bisnis ritel modern dan ritel tradisional dari segi persaingan bisnis yang sangat jauh berbeda. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan memberikan kesimpulan bahwa keberadaan Alfamart dan Indomaret sebagai ritel modern mempengaruhi omset para pemilik toko kecil sebagai ritel tradisional yang ada di sekitaran Desa Sido Mukti. Hal tersebut dikarenakan dari segi modal, fasilitas, promosi dan pelayanan toko kecil tidak mampu mengimbangi Alfamart dan Indomaret. Selain itu faktor yang mempengaruhi persaingan bisnis ritel tersebut adalah ancaman pendatang baru, kekuatan tawar menawar pemasok, kekuatan tawar menawar pembeli serta rivalitas diantara pesaing.

2) MANAJEMEN RITEL

Manajemen ritel adalah pengaturan keseluruhan faktor-faktor yang berpengaruh dalam proses perdagangan ritel yaitu perdagangan langsung barang dan jasa kepada konsumen (Sunyoto, 2015). Ada banyak faktor yang mempengaruhi keberlanjutan suatu ritel, diantaranya:

- a) Pertumbuhan penduduk. Penduduk yang semakin meningkat, membutuhkan kebutuhan yang meningkat juga. Peningkatan ini bisa menjadi peluang bagi pengusaha ritel kreatif untuk menyediakan berbagai kebutuhan mereka.
- b) Perubahan gaya hidup penduduk. Gaya hidup ingin serba enak, nyaman dalam belanja, transparan dan lainnya juga menjadi peluang bagi pengusaha ritel yang kreatif dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.
- c) Pendapatan perkapita penduduk. Peningkatan pendapatan perkapita penduduk membuat penduduk lebih mudah membelanjakan uangnya. Peluang ini bisa dimanfaatkan oleh pengusaha ritel untuk menyediakan barang-barang kebutuhan masyarakat yang lebih berkualitas dan lebih mahal harganya.
- d) Kebijakan dan peraturan pemerintah. Peraturan dan kebijakan pemerintah terkadang menjadi kendala suatu ritel untuk melakukan ekspansi ke berbagai tempat. Ada kalanya pemerintah daerah tertentu mewajibkan ritel besar menyediakan lahan bagi kelompok nanostore dengan harga sewa yang sudah

ditentukan. Namun pengusaha ritel yang kreatif, melihat ini bukan sebagai halangan, tetapi peluang berkolaborasi dengan kelompok nanostore.

- e) Kebijakan dan perilaku produsen. Produsen yang komitmen tentang harga, kualitas dan menjamin pasokan dengan kontinyu pada mitranya (grosir dan pengusaha ritel) akan lebih disukai dari pada sebaliknya. Pada kondisi ini, pengusaha ritel hendaknya mampu mempelajari dan menganalisis tentang perilaku produsen. Terhadap produsen dalam tanda petik nakal, sebaiknya pengusaha ritel perlu mencari alternatif produsen lain yang lebih stabil dan nyaman untuk berbisnis.

Penelitian yang dilakukan oleh Gunawan dan Hardiyanto (2019) yang membahas tentang minat berkunjung konsumen pada ritel modern di Kota Cirebon dengan variabel gaya hidup dan faktor demografis konsumen. Berdasarkan hasil riset bahwa ditemukannya pengaruh positif dan signifikan gaya hidup terhadap minat kunjungan pada ritel modern di Kota Cirebon.

3) STRATEGI MANAJEMEN RITEL

Strategi ritel menekankan untuk memanfaatkan sumber daya yang ada untuk mencapai tujuan. Strategi ritel meliputi penentuan target pasar, sifat barang dan jasa yang ditawarkan, dan bagaimana ritel memperoleh keuntungan jangka panjang dari para pesaingnya. Bagian kebutuhan strategi dalam strategi ritel antara lain strategi pasar, strategi keuangan, strategi lokasi, struktur organisasi dan sumber daya manusia (Chaniago, 2021).

Strategi pasar mengacu pada pemahaman terhadap target pasar bila dikaitkan dengan pilihan terhadap format ritel, serta bagaimana ritel dapat membangun keunggulan bersaing yang berkelanjutan dan tahapan dalam mengembangkan strategi pemasaran (Sundari dan Syaikhudin, 2021). Strategi keuangan membahas tentang bagaimana ritel menggunakan alat dan metode untuk mengevaluasi kinerjanya serta model strategis keuntungan dapat digunakan. Strategi lokasi menyangkut tentang tipe lokasi yang memungkinkan oleh ritel, keunggulan relatif dari setiap area perdagangan yang dipilih, tipe lokasi perdagangan yang memungkinkan tumbuh, jenis lokasi yang ada, alasan tetap berlokasi disuatu tempat tertentu meskipun ada ritel lain berlokasi ditempat berbeda, keuntungan relatif yang didapat dari sebuah tipe lokasi dan faktor-faktor yang perlu

dipertimbangkan oleh peritel dalam memilih lokasi. Struktur organisasi sebagai perwujudan manajerial usaha melalui pembagian tugas dan tanggung jawab secara struktural kepada sumber daya manusia yang ada dalam sebuah ritel. Struktur organisasi ritel harus berkemampuan mengendalikan aktivitas ritel, mulai dari pembelian, penjualan barang pada konsumen, pencatatan, return barang, pembayaran sampai pada pengembangan atau ekspansi ritel (Chaniago, 2021).

Penelitian yang dilakukan oleh Kasmia dkk. (2021) membahas tentang strategi manajemen bisnis ritel yang mempengaruhi kinerja bisnis ritel di Watampone Kabupaten Bone. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa strategi manajemen ritel berpengaruh signifikan kepada kinerja bisnis ritel di Watampone Kabupaten Bone.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Menurut Sugiyono (2018) penelitian kualitatif digunakan untuk meneliti pada kondisi ilmiah (eksperimen) dimana peneliti sebagai instrument, teknik pengumpulan data dan di analisis yang bersifat lebih menekankan pada makna. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari objek penelitian. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi dan wawancara. Penelitian ini dilakukan kurang lebih selama empat bulan mulai dari tanggal 20 September 2022 sampai dengan tanggal 9 Januari 2023.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1) Profil Bisnis Ritel PT. Bumi Nyiur Swalayan

Bumi Nyiur Swalayan (BNS) adalah sebuah perusahaan yang bergerak dalam bisnis ritel atau yang biasa dikenal dengan penjualan barang eceran berskala besar. Berdiri pada tanggal 15 September 1991. *Co-founder* BNS bernama Alex Irawan sekaligus Direktur dan Nana Tanubrata selaku Wakil Direktur. BNS juga hanya tersebar di Sulawesi Tengah dan mempunyai swalayan induk yang berlokasi di Jalan S. Parman. BNS juga memiliki sekitar 13 cabang. Dan mempunyai Gudang Pusat utama yang berlokasi di Tondo.

Penelitian ini difokuskan pada bisnis ritel PT. bumi Nyiur Swalayan Pusat sebagai gambaran implementasi manajemen ritel pada PT. Bumi Nyiur Swalayan. PT. Bumi Nyiur Swalayan memiliki visi misi yaitu “*to be successful, you must to have your heart*

in your business, and your business in your heart” artinya “untuk menjadi sukses, anda harus memiliki hati dalam bisnis anda, dan bisnis anda dalam hati anda”. Visi misi PT. Bumi Nyiur Swalayan menekankan pada kesadaran dari sumber daya manusia yang dimiliki untuk mencapai kesuksesan yang diinginkan.

2) Manajemen Ritel PT. Bumi Nyiur Swalayan

Manajemen ritel adalah pengaturan keseluruhan faktor-faktor yang berpengaruh dalam proses perdagangan ritel yaitu perdagangan langsung barang dan jasa kepada konsumen (Foster dkk., 2021). Secara sederhana manajemen ritel berfungsi menjual barang kepada konsumen akhir untuk dikonsumsi. Untuk mencapai hal tersebut, Chaniago dkk., (2019) menyebutkan ada lima fungsi operasional bisnis ritel yaitu fungsi pembelian barang dagang, fungsi manajemen gudang, fungsi keuangan, fungsi operasi toko dan fungsi promosi barang dagang.

PT. Bumi Nyiur Swalayan memiliki sistem manajemen ritel yang meliputi lima divisi, yaitu divisi ritel, divisi MD, divisi gudang, divisi *financial accounting* dan divisi HRD – GA. Berdasarkan observasi yang dilakukan, peneliti hanya dibolehkan pada tiga divisi saja yaitu divisi ritel, divisi gudang dan divisi *financial accounting*. Adapun kegiatan yang dilakukan pada masing – masing divisi sebagai berikut:

a) Divisi ritel

Divisi ritel memiliki sistem kerja yang terbagi pada beberapa posisi seperti kasir, area dan bakery. Pada posisi area memiliki tugas untuk mengecek *expired* barang, mencatat dan mendata barang *expired* bulan februari, maret dan april, dan memasang stiker *discount* pada barang yang mendekati *expired*. Tugas ini dilakukan pada beberapa produk seperti *food, non food, dry food* dan *fresh food*.

Pada posisi *bakery* bertugas untuk memproduksi roti–roti olahan yang dibuat langsung oleh karyawan. Adapun spesifikasi tugas pada bagian *bakery* yaitu:

- Mengecek *expired* roti ditoko lalu mencatatnya kedalam album yang sudah disediakan dan Mengecek stok roti yang ada ditoko lalu membuat catatan roti apa saja yang akan dibuat.
- Mengemas roti kedalam box sesuai pesanan BNS Cabang dan dibuatkan surat jalan pada system computer
- Mengecek stok roti yang ada ditoko, dan membuat catatan roti apa saja yang akan

dibuat

- Menyiapkan bahan-bahan roti dan memasukkan bahan-bahan kemesin lalu dibagi sesuai roti yang akan dibuat
- Membuat roti sesuai catatan, dan didiamkan sejenak agar mengembang lalu dimasukkan ke pemanggang atau oven
- Menyiapkan plastik kemasan sesuai jenisnya dan diberikan kode produksi
- Mengemas roti yang sudah selesai dan membuat laporan harian orderan roti atau diinput ke sistem komputer (Affari)
- Memajang roti ditoko/area *bakery*

b) Divisi Gudang

Pada divisi gudang juga terdapat beberapa tugas, tugas yang didapatkan yaitu penerimaan barang dan return. Penerimaan barang bertugas untuk menerima barang dari *supplier* sesuai ketentuan-ketentuan yang berlaku di PT. Bumi Nyiur Swalayan. Bagian *return* bertugas mengecek barang *expired* yang dibawa oleh SPG atau karyawan dari toko dan memilah sesuai *supplier* untuk didata lalu dibuatkan nota untuk dikembalikan ke *supplier*, adapun barang yang tidak bisa di *return*, didata lalu dihancurkan. Adapun uraian tugas sebagai berikut:

1. Penerimaan Barang

- Melakukan pencatatan dan mengontrol masuknya barang dari *supplier*.
- Mencocokkan jumlah barang secara fisik dan data catatan
- Setelah itu mengarahkan *supplier* untuk membawa masuk barangnya kedalam gudang ataupun kebagian area untuk dipajang dan tidak lupa memasang tanda centang pada barang yang sudah dicek.
- Entri data barang ke komputer

2. Bagian *return*

- Melakukan pengecekan barang *expired* atau rusak lalu dihitung dan dicatat.
- Setelah dilakukan pengecekan pada barang yang *expired* atau rusak tadi, selanjutnya melakukan pemisahan barang berdasarkan *supplier*.
- Setelah melakukan pencatatan kemudian data diinput ke *bad stock* dan dimasukkan ke *fitur retur* untuk dikembalikan kepada *supplier*.
- Setelah melakukan penginputan kemudian data tadi di *print out* dan ditempelkan

pada produk yang akan di-*retur* ke *supplier*-nya.

- Selanjutnya memisahkan barang-barang yang siap untuk di *retur* dari barang yang belum selesai diinput.
- Untuk barang *expired* atau rusak yang tidak bisa di *retur*, didata untuk dihancurkan selamanya.
- Membawa barang retur ke depan untuk diberikan ke *supplier*.

c) Divisi financial accounting

Pada divisi ini terdiri dari beberapa bagian, F&A *Manager* satu orang, *Financial* satu orang, dan *accounting* lima orang. Tugas dari *financial* adalah mengurus arus masuknya nota dari *supplier*. Adapun uraian tugas yang dilakukan pada divisi ini adalah:

1. Bagian *Accounting*

- Membantu menghitung dan mencocokkan *transaksi* EDC (Pada Struk Pembayaran Non Tunai)

2. Bagian *Financial*

- Menerima nota pembelian *supplier* (tembusan) dari Gudang Toko Pusat dan Gudang pusat (IP)
- Memeriksa nota pembelian harga pada nota, jika ada totalan harga yang belum cocok maka nota tersebut diberikan kepada Divisi MD untuk dikoreksi Kembali
- Nota yang sudah cocok lalu disimpan kemap yang sudah disediakan sesuai Kode yang sudah tertera
- Menerima tagihan nota *supplier* (hanya dilakukan pada senin dan sabtu kecuali nota pasar)
- Nota yang diterima dari *supplier* lalu disesuaikan dengan tembusan yang sebelumnya sudah disimpan kedalam map
- Membuat tanda terima faktur.
- Merapihkan dan menstempel nota pelunasan (d disesuaikan pada jatuh tempo masing-masing *supplier*).
- Memberikan nota kebagian *accounting* untuk dilakukan pelunasan.

3) Implementasi Strategi Manajemen Ritel PT. Bumi Nyiur Swalayan

Strategi manajemen ritel yang diterapkan pada PT. Bumi Nyiur Swalayan menggunakan konsep strategi ritel modern. Dalam mengimplementasi strategi manajemen ritel, PT. Bumi Nyiur Swalayan menetapkan kedalam standar operasional prosedur perusahaan yang melihat posisi perusahaan sebagai ritel modern.

Ritel modern menuntut perusahaan memberikan kenyamanan melalui pelayanan profesional pada saat masyarakat melakukan kunjungan sampai memutuskan untuk melakukan transaksi (Najib dan Sosianika, 2017). Strategi manajemen ritel oleh PT. Bumi Nyiur Swalayan ditinjau dari empat aspek manajemen yaitu pemasaran, sumber daya manusia, produksi dan keuangan. Berdasarkan hasil wawancara pada pihak PT. Bumi Nyiur Swalayan yang diwakilkan oleh Bapak Domingues bahwa strategi manajemen ritel yang diterapkan berdasarkan empat aspek manajemen yaitu:

Tabel 1
Hasil Wawancara Implementasi Strategi Manajemen Ritel Pada PT. Bumi Nyiur Swalayan

No.	Aspek Strategi Manajemen Ritel	Implementasi Strategi
1.	Aspek Pemasaran	Menerapkan Promo Harga, Memberikan <i>Discount</i> , Menerapkan <i>Impulse Buying</i> , Menerapkan Sistem <i>Upselling – Cross Selling</i> Dan <i>Visual Merchandising</i> .
2.	Aspek Sumber Daya Manusia	Menerapkan Metode <i>Shifting</i> Melalui Teknik <i>Man Days</i> , Menetapkan <i>Supervisor</i> Pada Setiap Area Dan Mengedepankan <i>Attitude</i> Bagi Karyawan Untuk Menciptakan <i>Store Atmosphere</i> .
3.	Aspek Produksi	Menerapkan Sistem Pergudangan Terpusat, Melakukan Produksi Barang Dengan <i>Brand</i> Sendiri Dan Tata Letak Produk.
4.	Aspek Keuangan	Menerapkan Sistem Penyewaan Sebagai <i>Other Income</i> , <i>Stock Value</i> Dan <i>Cash Flow Income</i> .

Sumber: PT. Bumi Nyiur Swalayan data diolah (2023).

Penerapan strategi manajemen ritel oleh PT. Bumi Nyiur Swalayan didukung juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Hartanti dan Lestari (2022) yang bertujuan untuk menjelaskan tentang pengaruh *discount* terhadap keputusan pembelian serta *impulsive buying*. Selain itu juga penelitian yang dilakukan oleh Anggraini dan Sulistyowati, (2020)

yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh *visual merchandising* dan *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dari hasil penelitian implementasi strategi manajemen ritel pada PT. Bumi Nyiur Swalayan bahwa pengimplementasiannya menggunakan empat aspek manajemen yaitu aspek pemasaran, aspek produksi, aspek manajemen sumber daya manusia dan aspek keuangan. Strategi tersebut yang menyebabkan PT. Bumi Nyiur Swalayan masih tetap bertahan dan mampu bersaing dengan para bisnis ritel lainnya sebagai pesaing di bisnis ritel.

Saran dari hasil penelitian ini agar PT. Bumi Nyiur Swalayan melakukan ekspansi lebih luas lagi dari beberapa jumlah cabang yang telah ada. Hal demikian bertujuan agar PT. Bumi Nyiur Swalayan bisa selalu mempertahankan bisnis ritelnya ditengah tajamnya persaingan bisnis.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada seluruh elemen yang terkait dalam kegiatan magang studi independen. PT. Bumi Nyiur Swalayan dan unit MBKM yang memberikan fasilitas dan dukungan untuk peneliti.

DAFTAR REFERENSI

- Anggraini, Irma Diah, & Sulistyowati, Raya. (2020). Pengaruh Visual Merchandising Dan Store Atmosphere Terhadap Perilaku Impulse Buying (Studi Kasus Pada Konsumen Miniso Di Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*.
- Azidin, Nasrul. (2019). Persaingan Bisnis Antara Ritel Modern Dan Ritel Tradisional (Studi Kasus Alfamart Dan Indomaret Terhadap toko Kecil Di Sekitarnya Desa Sido Mukti, Gedung Aji Baru, Tulang Bawang). *Institut Agama Islam Negeri Metro*.
- Bukhari, Syed Faheem Hasan, Woodside, Frances, Hassan, Rumman, Hussain, Saima, & Khurram, Sara. (2020). Exploring The Motives Behind The Purchase Of Western Imported Food Products. A Phenomenological Study From A Muslim Dominated Region. *Journal Of Islamic Marketing*.
- Chaniago, Harmon. (2021). *Manajemen Ritel & Implementasinya*. Edukasi Riset Digital.
- Chaniago, Harmon, Mulyawan, I, & Jumiyani, R. (2019). Faktor Kunci Keberhasilan Ritel Modern Di Indonesia. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis Polibatam*.
- Ekawati, Sanny, & Sha, Thio Lie. (2019). Implementasi Strategi Manajemen Ritel Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*.

- Foster, Bob, Johansyah, M. D., & Marwondo. (2021). *Manajemen Ritel Di Era Pemasaran Online*. Unibi Press.
- Gunawan, Arie Indra, & Hardiyanto, Nugroho. (2019). Dekomposisi Variabel Minat Kunjungan Pada Ritel Modern Dengan Variabel Prediktor Gaya Hidup Dan Faktor Demografis (Studi Pada Ritel Modern Di Kota Cirebon). *Prosiding Lokakarya Riset Industri Dan Seminar Nasional*.
- Hartanti, Devina Nur, & Lestari, Dewi Puji. (2022). Pengaruh Shopping Lifestyle, Discount Dan Promosi Penjualan Terhadap Impulsive Buying Produk Di Cordy Butik Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen, Ekonomi, Keuangan Dan Akuntansi*.
- Kasmia, ., Sarjan, A., & Hamzah, Aksi. (2021). Pengaruh Etika Bisnis Dan Strategi Manajemen Bisnis Ritel Modern Terhadap Kinerja Ritel Tradisional Di Watampone. *Jurnal Al - Tsarwah*.
- Kotler, P., & Amstrong. (2018). *Prinsip—Prinsip Marketing*. Salemba Empat.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran*. PT. Indeks.
- Martenson, Rita. (2018). When Is Green A Purchase Motive? Different Answers From Different Selves. *International Journal Of Retail & Distribution Management*.
- Najib, M. F., & Sosianika, A. (2017). Retail Service Quality In Indonesia: Traditional Market VS Modern Market. *Academy Of Marketing Studies Journal*.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sundari, Ariefah, & Syaikhudin, Ahmad Yani. (2021). *Manajemen Ritel (Teori Dan Strategi Dalam Bisnis Ritel)*. Academia Publication.
- Sunyoto, Danang. (2015). *Strategi Pemasaran*. Center For Academic Publishing Service.
- Sunyoto, Danang, & Mulyono, A. (2022). *Manajemen Bisnis Ritel*. CV. EUREKA MEDIA AKSARA.