



Jurnal Manajemen Retail Indonesia

Journal homepage: <https://ejournal.raharja.ac.id/index.php/jmari/index>
ISSN 2723-2018 E-ISSN 2723-1984

Strategi Pemulihan Ekonomi Pada Sektor Ritel (Studi Kasus Supermarket/Hypermarket) Di Kota Bogor

Febby Lestari^a, Faroby Faletahan^b, Sri Mulatsih^c

^aInstitut Pertanian Bogor, Bogor, Indonesia, febbylestari1984@gmail.com

^bInstitut Pertanian Bogor, Bogor, Indonesia, f_falatehan@hotmail.com

^cInstitut Pertanian Bogor, Bogor, Indonesia, mulatsupardi@gmail.com

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Received Oct 13, 2023

Revised Oct, 14, 2023

Accepted Oct 20, 2023

Keywords:

Covid 19, Contingency Table, SWOT Analysis.

ABSTRACT

Retail growth in the city of Bogor has increased in the last 10 years. The Covid-19 pandemic has had an impact on many sectors including the retail sector. The retail sector (wholesale and retail trade) is one of the business sectors that provides added value to GRDP according to business fields in Bogor City with a share value of 19.43 percent in 2020 and slightly decreased in 2021 to 19.22 percent. The purpose of this study was to look at the condition of supermarkets/hypermarkets before, during and after the Covid-19 pandemic, whether there were factors that were affected by the Covid-19 pandemic and to formulate alternative strategies for economic recovery in the retail sector. Data collection was carried out by means of surveys and interviews with 7 supermarkets/hypermarkets as well as interviews with 4 appointed experts. The analysis used is descriptive analysis using the chi square test on the contingency table, IFAS, EFAS and SWOT matrix analysis. From the results of the study, it was found that there was no association between the composition of the male and female workforce and the conditions of the Covid-19 pandemic. Meanwhile, sales volume, turnover and profits are associated with the conditions of the Covid-19 pandemic. The economic recovery strategy in the retail sector is to collaborate with retail business actors to participate in the low-cost market movement to increase sales, increase turnover by involving retail business actors in events held by the municipal government and retail entrepreneur associations. Regular updating of retail data (self-service stores).

ABSTRAK

Pertumbuhan ritel di kota Bogor mengalami peningkatan dalam kurun waktu 10 tahun terakhir. Pandemi covid-19 memberikan dampak pada banyak sektor termasuk sektor ritel. Sektor ritel (perdagangan besar dan eceran) menjadi salah satu sektor usaha yang memberikan nilai tambah terhadap PDRB menurut lapangan usaha di Kota Bogor dengan nilai sebesar 19,43 persen pada tahun 2020 dan sedikit menurun pada tahun 2021 menjadi 19,22 persen. Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat kondisi supermarket/hypermarket sebelum, saat dan setelah pandemi covid-19, apakah ada factor-faktor yang dipengaruhi oleh pandemi covid-19 serta merumuskan alternatif strategi pemulihan ekonomi sektor ritel. Pengambilan data dilakukan dengan cara survei dan wawancara kepada 7 supermarket/hypermarket serta wawancara kepada 4 pakar yang telah ditunjuk. Analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif menggunakan uji chi square pada tabel kontingensi, analisis matriks IFAS, EFAS dan SWOT. Dari hasil penelitian diperoleh bahwa tidak ada asosiasi antara komposisi tenaga kerja pria dan wanita dengan kondisi pandemi covid-19. Sementara volume penjualan, omset dan keuntungan memiliki asosiasi dengan kondisi pandemi covid-19. Strategi pemulihan ekonomi pada sector ritel adalah dengan melakukan kerjasama dengan para pelaku usaha ritel untuk ikut serta dalam gerakan pasar murah untuk meningkatkan penjualan, meningkatkan omset dengan melibatkan para pelaku usaha ritel dalam event/acara yang diselenggarakan pemkot dan asosiasi pengusaha ritel serta pemutakhiran data ritel(toko swalayan) secara berkala.

PENDAHULUAN

Pandemi covid-19 membuat aktivitas dan pergerakan manusia menjadi terbatas akibat adanya kebijakan PSBB. Salah satunya berdampak pada sektor ritel/toko swalayan seperti supermarket, *hypermarket*, minimarket. Kebijakan PSBB Kota Bogor berdampak signifikan terhadap dunia usaha. Pada tahun 2021 terdapat 1 lini bisnis yang mencatatkan pertumbuhan negatif yaitu sektor jasa korporasi mencatatkan pertumbuhan negatif sebesar 3,05 persen.

Lini bisnis lainnya mencatatkan pertumbuhan positif, antara lain industri real estate dengan pertumbuhan paling positif sebesar 14,17 persen, pengadaan listrik dan gas 12,09 persen, industri jasa kesehatan dan sosial 11,36 persen, industri pengelolaan air, pengelolaan sampah, limbah dan daur ulang 10,32 persen. Jasa lainnya 8,87 persen, industri pertanian, kehutanan dan perikanan 5,53 persen. Ritel tumbuh sangat cepat selama satu dekade terakhir dan menjadi salah satu sektor utama di Kota Bogor yang dapat berkontribusi pada PDRB tergantung pada industrinya. Kebijakan pembatasan sosial selama pandemi covid-19 menyebabkan para pelaku ekonomi mengubah strategi penjualan dan pemasarannya misalnya berjualan online dan melalui media sosial, pengiriman barang gratis, dan metode pembayaran cashless (Angestika dan Yudistira 2021). Pandemi covid-19 berdampak signifikan terhadap UMKM, menurunkan penjualan hingga 85–90% sebelum pandemi covid-19 serta pendapatan dan dampak tenaga kerja (Ika et al. 2021). Pandemi covid-19 juga berdampak besar pada

industri ritel yang tumbuh negatif di tahun 2020, namun tumbuh positif di tahun 2021 karena adanya kegiatan pemulihan ekonomi. Untuk itu perlu dilakukan penelitian tentang “Bagaimana Strategi Pemulihan Ekonomi pada Sektor Ritel (Studi Kasus Supermarket/Hypermarket di Kota Bogor)”

Perumusan Masalah

Kota Bogor merupakan kota jasa yang tidak hanya melayani masyarakat Kota Bogor, tetapi juga daerah sekitarnya seperti daerah Kabupaten Bogor. Perdagangan eceran (grosir dan eceran) merupakan kawasan wilayah yang menyumbang kontribusi lebih dari 60% terhadap PDRB Kota Bogor. Pada tahun 2020, sektor ritel (grosir, satuan, reparasi mobil dan sepeda motor) berdasarkan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kota Bogor mencatat pertumbuhan negatif sebesar 7,92%, namun meningkat menjadi 2,72% pada tahun 2021. Produk, harga, lokasi dan iklan merupakan faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan meningkat ketika produk yang dijual terjangkau dan tidak mahal serta lokasi ritel yang strategis (Rani et al 2020). Pertanyaan pertama dalam penelitian ini adalah “bagaimana kondisi supermarket/hypermarket di Kota Bogor sebelum, selama, dan setelah pandemi covid-19?”

Covid-19 berakibat atas sektor tenaga kerja, Indonesia ternyata PHK mencapai 15,6 persen bahkan 13,8% pekerja tidak menerima pesangon. Zona yang terkena dampak antara lain bagian konstruksi (29,3%), perdagangan, rumah makan serta jasa (28,9%), transportasi, pergudangan dan komunikasi (26,4%) (Ngadi et al 2020). *E-commerce* banyak digunakan oleh perusahaan dan individu sebagai cara untuk membeli dan menjual secara online, tetapi juga berdampak pada pengusaha offline dengan penjualan yang berkurang. Perusahaan tidak menerapkan kebijakan terkait strategi pemasarannya, seperti mengubah cara beriklan menggunakan media online/sosial, maka perusahaan tersebut berisiko bangkrut (Sudaryono et al 2020). Sementara sumber daya manusia, aset perusahaan dan sistem pelayanan merupakan kekuatan untuk menghadapi persaingan ritel konvensional modern di masa pandemi. Untuk menarik daya beli tersebut, sistem promosi penjualan dan pelayanan harus ditingkatkan, salah satunya melalui media digital. Lingkungan ritel yang akurat mampu membuka kesempatan untuk peritel tradisional modern untuk menghadapi pandemi (Purwadisastra 2021).

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu yang telah disebutkan di atas, peneliti ingin menggali apakah ada faktor-faktor yang berasosiasi dengan kondisi pandemi covid-19 pada supermarket/hypermarket di Kota Bogor. Pertanyaan spesifik terakhir “Bagaimana strategi pemulihan ekonomi sektor ritel di kota Bogor?”.

Manfaat Penelitian

Hasil penelitian dapat memperkaya kajian terkait kondisi sektor ritel khususnya supermarket/hypermarket sebelum, saat dan setelah pandemic covid-19 di Kota Bogor. Hasil penelitian juga dapat memberikan manfaat dan menjadi bahan masukan bagi pemerintah kota Bogor maupun pemerintah pusat dalam perumusan kebijakan strategis dalam masa pemulihan ekonomi khususnya di sektor ritel.

KAJIAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Ritel

Ritel adalah bisnis di mana produk dan layanan bernilai tambah yang memenuhi kebutuhan individu atau kelompok dijual dalam jumlah eceran. Menurut Utami (2010), tujuan retailing adalah membagi dan mendistribusikan barang atau produk yang diproduksi dalam jumlah besar oleh perusahaan atau produsen sehingga pengguna akhir atau konsumen/ldapat mengkonsumsinya dalam jumlah yang lebih kecil sesuai dengan kebutuhannya. Menurut Sunyoto (2015), retailing adalah kegiatan dimana barang dan jasa dipasarkan langsung kepada konsumen atau pelanggan.

Pasar Modern/Toko Swalayan

Perpres No. 112 Tahun 2007 menyebutkan pembatasan wilayah dan peraturan perizinan untuk toko modern dan pasar tradisional. Perpres tersebut juga mengatur letak pasar tradisional dan toko modern, pedagang besar seperti supermarket, *hypermarket*, *department store*, perkulakan hanya boleh berlokasi di jalan utama atau jalan sekunder. Toko perlu mengatur jarak antara area layanan lokal atau di jalan lingkungan (perumahan). Supermarket dan *department store* tidak boleh berlokasi di jaringan jalan lingkungan (kawasan perumahan) dan tidak berada di kawasan pelayanan lingkungan (perumahan) perkotaan (pemukiman). Pasar konvensional dapat eksis di semua sistem jaringan jalan.

Pemulihan Ekonomi

Dalam model siklus pemulihan ekonomi adalah keadaan ekonomi yang ditandai dengan pertumbuhan produksi dan konsumsi, pertumbuhan lapangan kerja, jumlah uang beredar dan permintaan kredit. Menurut Ra'is, D. U dan Rohman, A (2020), daerah dapat menerapkan berbagai peluang untuk mempercepat pemulihan ekonomi daerah melalui berbagai inovasi. Upaya pemerintah daerah untuk menggairahkan perekonomian antara lain keringanan pembayaran pajak (*tax relief*) berupa potongan harga pada saat membayar pajak usaha hotel, makan, hiburan dan parkir serta insentif pajak (*tax incentive*) melalui pengurangan pajak, akuisisi hak guna tanah dan konstruksi. Karena itu, hipotesis yang digunakan yakni:

H0: tidak ada asosiasi antara komposisi jumlah tenaga kerja pria dan wanita dengan kondisi pandemi covid-19.

H1: ada asosiasi antara komposisi jumlah tenaga kerja pria dan wanita dengan kondisi pandemi covid-19.

H0: tidak ada asosiasi antara volume penjualan, omset dan keuntungan dengan kondisi pandemi covid-19.

H1: ada asosiasi antara komposisi jumlah tenaga kerja pria dan wanita dengan kondisi pandemi covid-19.

METODA PENELITIAN

Lokasi, Objek dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Bogor Provinsi Jawa Barat dengan obyek supermarket/*hypermarket*. Waktu penelitian dilaksanakan selama 5 bulan yaitu dari bulan Agustus 2022-Desember 2022. Lokasi Kota Bogor dipilih sebagai lokasi penelitian karena sebagai kota jasa, sektor ritel sebagai salah satu wilayah yang memberikan kontribusi terhadap PDRB Kota Bogor turut terdampak akibat pandemi covid-19.

Jenis, Sumber, dan Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari wawancara/survei dan menggunakan kuisisioner ke supermarket/*hypermarket* dan pihak Pemerintah Kota Bogor. Data sekunder diperoleh dari beberapa Perangkat Daerah yaitu Badan Keuangan dan Aset Daerah, Badan Pendapatan Daerah, Badan Perencanaan Pembangunan Daerah, Dinas Perdagangan dan Perindustrian, juga melalui studi pustaka dengan mengumpulkan data dan informasi yang relevan dengan topik penelitian sejenis baik dari data internal maupun eksternal seperti kajian pustaka, kebijakan dan peraturan perundang-undangan atau informasi terkait lainnya.

Responden Supermarket/Hypermarket

Fokus responden pada penelitian ini adalah supermarket/*hypermarket* yang menjual/memasarkan secara eceran barang konsumsi terutama produk makanan, minuman dan produk rumah tangga lainnya. Jumlah responden adalah 5 supermarket rantai dan 2 *hypermarket* rantai. Dari 49 supermarket terdapat 4 supermarket yang baru berdiri pada tahun 2020, 5 supermarket yang sudah tutup selama periode tahun 2021, 2 supermarket masuk dalam kategori supermarket organik, 32 supermarket spesialis dan 6 supermarket rantai. Sementara untuk *hypermarket* dari 9 buah, 1 data tidak valid karena alamat sama dengan nama yang berbeda, 3 diantaranya tutup pada tahun 2021, 1 *hypermarket* berganti manajemen, 1 *hypermarket* spesialis, 3 *hypermarket* rantai.

Responden Stakeholder

Pemilihan responden melalui Pemerintah Daerah Kota Bogor menggunakan teknik *purposive sampling*. Responden ditentukan secara sengaja dengan pertimbangan bahwa responden merupakan pakar yang berpengalaman dalam menentukan strategi untuk pemulihan ekonomi sektor ritel. Responden yang dipilih sejumlah 4 orang, yaitu:

1. Kepala Bidang Anggaran pada Badan Keuangan dan Aset Daerah Kota Bogor.
2. Kepala Bidang Pengembangan Perdagangan Dalam Negeri, Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga pada Dinas KUKM, Perdagangan dan Perindustrian Kota Bogor.
3. Kepala Bidang Perencanaan, Pengendalian dan Evaluasi Pembangunan Daerah pada Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kota Bogor Daerah Kota Bogor.
4. Akademisi.

Analisis Deskriptif

Metode analisis deskriptif merupakan salah satu teknik yang digunakan dalam penelitian, dimana dikumpulkan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya kemudian data tersebut disusun, diolah dan dianalisis untuk dapat memberikan gambaran terhadap permasalahan yang ada (Sugiyono, 2008). Dalam Penelitian ini akan dianalisis kondisi supermarket/hypermarket sebelum, saat dan setelah pandemi covid-19 dan melihat apakah ada hubungan faktor yang dipengaruhi oleh pandemi covid-19 dengan menggunakan tabel kontingensi chi square.

Analisis Matriks IFAS dan EFAS

Analisis ini digunakan untuk mengklasifikasi dan mengidentifikasi faktor-faktor intenal dan eksternal pada Pemerintah Kota Bogor dalam pemulihan ekonomi khususnya pada sektor ritel. Identifikasi faktor internal dan faktor eksternal menggunakan Matriks IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*) serta Matriks EFAS (*Eksternal Strategic Factors Analysis Summary*)

Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan cara dalam menilai ataupun mengevaluasi ancaman (*Threats*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*) serta kekuatan (*Strength*). Matriks SWOT dianalisis dengan menggunakan kuisioner yang telah diisi oleh responden yang merupakan ekspert/pakar yang memiliki pengalaman dalam memberikan persepsi untuk penentuan strategi yang dapat digunakan.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Kondisi Tenaga Kerja Sebelum, Saat dan Setelah Pandemi Covid-19

Hasil survey terhadap 7 responden menunjukkan bahwa 57,14 persen supermarket/hypermarket tidak mengalami perubahan komposisi tenaga kerja laki-laki maupun wanita baik sebelum, saat dan setelah covid-19. Sementara 42,86 % supermarket/hypermarket mengalami perubahan komposisi tenaga kerja laki-laki maupun wanita pada kurun waktu sebelum, saat dan setelah pandemi covid-19.

Kondisi Volume Penjualan Barang Sebelum, Saat dan Setelah Pandemi Covid-19

Data hasil survey menunjukkan, pada kondisi sebelum covid-19 volume penjualan tidak mengalami perubahan dengan nilai 71,43 %, dan volume penjualan yang bertambah sebesar 28,57%. Selama masa pandemi, seluruh supermarket/hypermarket mengalami pengurangan volume penjualan barang dan setelah pandemi covid-19, seluruh supermarket/hypermarket mengalami penambahan volume penjualan barangnya.

Kondisi Usaha (Omset, Keuntungan) sebelum, Saat dan Setelah Pandemi Covid-19

Hasil analisis menunjukkan dari 7 responden yang telah disurvei bahwa pada kondisi sebelum covid-19 omset dan keuntungan tidak mengalami perubahan dengan nilai 28,5 persen,

omset dan keuntungan yang turun sebesar 57,14 persen dan omset dan keuntungan yang naik sebesar 14,29 persen. Selama masa pandemi 100 persen supermarket/hypermarket mengalami penurunan omset dan keuntungan. Pada kondisi setelah pandemi covid-19, 100 persen supermarket/hypermarket mulai mengalami kenaikan omset dan keuntungan.

Faktor-Faktor Yang Dipengaruhi Oleh Pandemi Covid-19

Gambar 1. Tabel Kontingensi tenaga kerja pria dan Wanita

		Waktu Covid-19						Waktu Covid-19			
		Sebelum	Saat	Setelah				Sebelum	Saat	Setelah	
Tenaga Kerja Pria (obs)	0 - 10	1	2	2	5	Tenaga Kerja Pria (exp)	0 - 10	1.666666667	1.666666667	1.666666667	
	11 - 20	1	0	1	2		11 - 20	0.666666667	0.666666667	0.666666667	
	21 - 30	0	0	1	1		21 - 30	0.333333333	0.333333333	0.333333333	
	41 - 50	1	1	0	2		41 - 50	0.666666667	0.666666667	0.666666667	
	> 50	4	4	3	11		> 50	3.666666667	3.666666667	3.666666667	
		7	7	7	21		Hasil	0.801192739			
		Waktu Covid-19						Waktu Covid-19			
		Sebelum	Saat	Setelah				Sebelum	Saat	Setelah	
Tenaga Kerja Wanita (obs)	0 - 10	1	2	1	4	Tenaga Kerja Wanita (exp)	0 - 10	1.333333333	1.333333333	1.333333333	
	11 - 20	1	1	1	3		11 - 20	1	1	1	
	21 - 30	1	0	1	2		21 - 30	0.666666667	0.666666667	0.666666667	
	31 - 40	0	0	1	1		31 - 40	0.333333333	0.333333333	0.333333333	
	41 - 50	1	1	0	2		41 - 50	0.666666667	0.666666667	0.666666667	
	> 50	3	3	3	9		> 50	3	3	3	
	7	7	7	21	Hasil	0.921985893					

Berdasarkan hasil perhitungan pada (Gambar 1) dengan uji chi square untuk tenaga kerja pria dengan taraf 5 %, diperoleh hasil sebesar 0,80 dan untuk tenaga kerja wanita diperoleh hasil sebesar 0,92. Artinya bahwa tidak ada asosiasi antara tenaga kerja pria dan wanita dengan kondisi pandemi covid-19.

Gambar 2. Tabel Kontingensi volume penjualan, omzet dan keuntungan

		Waktu Covid-19						Waktu Covid-19			
		Sebelum	Saat	Setelah				Sebelum	Saat	Setelah	
volume (obs)	Turun	0	7	0	7	Volume (exp)	Turun	2,333333333	2,333333333	2,333333	
	Tetap	5	0	0	5		Tetap	1,666666667	1,666666667	1,666667	
	Naik	2	0	7	9		Naik	3	3	3	
		7	7	7	21	Hasil	1,39767E-06				
		Waktu Covid-19						Waktu Covid-19			
		Sebelum	Saat	Setelah				Sebelum	Saat	Setelah	
omzet (obs)	Turun	4	7	0	11	omzet (exp)	Turun	3,666666667	3,666666667	3,666667	
	Tidak baru	2	0	0	2		Tetap	0,666666667	0,666666667	0,666667	
	Naik	1	0	7	8		Naik	2,666666667	2,666666667	2,666667	
		7	7	7	21	Hasil	0,000254617				
		Waktu Covid-19						Waktu Covid-19			
		Sebelum	Saat	Setelah				Sebelum	Saat	Setelah	
keuntungan (obs)	Turun	4	7	0	11	keuntungan (exp)	Turun	3,666666667	3,666666667	3,666667	
	Tidak baru	2	0	0	2		Tetap	0,666666667	0,666666667	0,666667	
	Naik	1	0	7	8		Naik	2,666666667	2,666666667	2,666667	
		7	7	7	21	Hasil	0,000254617				

Berdasarkan hasil perhitungan pada (Gambar 2) dengan uji chi square untuk volume penjualan dengan taraf 5 %, diperoleh hasil sebesar 0,00000139, untuk omzet diperoleh hasil

sebesar 0,00025, untuk keuntungan diperoleh hasil sebesar 0,00025. Artinya bahwa ada asosiasi antara volume penjualan, omset dan keuntungan dengan kondisi pandemi covid-19.

Strategi pemulihan ekonomi sektor ritel

Tabel 1. Matrik IFAS

Kekuatan	Bobot	Rating	Skor
Peraturan Daerah Kota Bogor Nomor 4 Tahun 2020 Tentang Perindustrian dan Perdagangan dan Perwali Nomor 10 tahun 2017 tentang Penataan dan Pembinaan Toko Swalayan	0,15	7,50	1,11
Komitmen pemerintah dalam perencanaan pembangunan daerah di sektor pemulihan ekonomi pada masa pandemi dan pasca pandemi	0,17	8,75	1,52
Kemampuan pemda berkolaborasi dengan asosiasi dan pelaku usaha ritel dalam menjaga stabilitas harga dan pasokan bahan kebutuhan pokok dan penting	0,15	7,75	1,19
Kebijakan Pemda melalui gerakan operasi pasar murah untuk membangkitkan daya beli masyarakat dan menggerakkan konsumsi rumah tangga	0,16	8,25	1,35
	0,64		5,17
Kelemahan	Bobot	Rating	Skor
Belum adanya ketegasan regulasi terhadap pengusaha online yang menjadi kompetitor saat ini	0,09	4,75	0,45
Refocussing anggaran operasional bagi perangkat daerah	0,13	6,50	0,84
Pengawasan terhadap pelaksanaan Peraturan Daerah Kota Bogor Nomor 4 Tahun 2020 Tentang Perindustrian dan Perdagangan dan Perwali Nomor 10 tahun 2017 tentang Penataan dan Pembinaan Toko Swalayan	0,14	7,00	0,97
	0,36		2,25
Total keseluruhan	1,00		7,42

Tabel 2. Matrik EFAS

Peluang	Bobot	Rating	Skor
Peningkatan promosi dan penjualan secara online/digital	0,13	8,25	1,11
Kolaborasi dengan swasta, masyarakat, akademisi, dan media dalam membangkitkan daya beli masyarakat dan konsumsi rumah tangga	0,12	7,25	0,85
Inovasi teknologi informasi	0,13	0,03	0,00
Peningkatan penggunaan produk dalam negeri	0,14	8,50	1,17
	0,52		3,14
Ancaman	Bobot	Rating	Skor
Perubahan tren belanja yang beralih ke dunia online.	0,14	8,50	1,17
Munculnya toko swalayan (minimarket, supermarket, hypermarket, departemen store, perkulakan) yang menjual produk yang sejenis	0,11	7,00	0,80
Omzet supermarket/hypermarket yang menurun	0,11	6,50	0,69
Penurunan jumlah konsumen karena adanya kompetisi harga	0,13	7,75	0,98
	0,48		3,64
Total keseluruhan	1,00		6,78

Dari hasil analisis diperoleh perhitungan untuk penentuan titik koordinat yang diperoleh dari hasil:

1. Koordinat analisis IFAS = nilai total kekuatan - nilai total kelemahan: $5,17 - 2,25 = 2,91$.
2. Koordinat analisis EFAS = nilai total peluang - nilai total ancaman: $3,14 - 3,64 = -0,05$.

Hasil analisis menunjukkan posisi dikuadran ke II, yaitu: Strategi Kekuatan dan Ancaman (ST)/diversifikasi. Hasil analisis dengan matriks SWOT menghasilkan sembilan strategi sebagai berikut:

1. Strategi kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*)
 - a. Memperluas gerakan pasar murah untuk meningkatkan penjualan (S3, S4; O1, O2).
 - b. Memanfaatkan teknologi informasi yang dimiliki oleh Pemkot untuk melakukan promosi dan memberikan informasi mengenai harga barang komoditi (S2, S3; O1, O3).
2. Strategi kelemahan (*weakness*) dan peluang (*opportunities*)

- a. Meningkatkan kolaborasi dan koordinasi dengan pemerintah pusat dan provinsi dalam upaya memberikan kenyamanan bagi pengusaha yang berjualan *offline* maupun online (W1, O2).
- b. Memanfaatkan teknologi informasi untuk melakukan penataan, pembinaan dan pengawasan kepada toko swalayan (W3, O3).
3. Strategi kekuatan (*strengths*) dan ancaman (*threat*)
 - a. Melakukan kerjasama dengan para pelaku usaha ritel untuk ikut serta dalam gerakan pasar murah untuk meningkatkan penjualan (S3, T3).
 - b. Meningkatkan omset dengan melibatkan para pelaku usaha ritel dalam event/acara yang diselenggarakan pemkot dan asosiasi (S2, S3; T3, T4).
 - c. Pemutakhiran data ritel secara berkala (S1, T2)
4. Strategi kelemahan (*weakness*) dan ancaman(*threat*)
 - a. Evaluasi pelaksanaan dan pengawasan terhadap Perda Nomor 4 tahun 2020 (W3, T2).
 - b. Pengenaan pajak penjualan bagi pengusaha online untuk meningkatkan persaingan yang sehat (W1,T4)

SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Supermarket/*hypermarket* lebih cenderung melakukan strategi untuk meminimalisasi pengurangan tenaga kerja baik dari tenaga kerja pria dan wanita pada masa sebelum, saat dan setelah pandemi covid-19 misalnya dengan pengaturan jadwal kerja. Untuk volume penjualan, omset dan keuntungan mengalami perubahan pada masa sebelum, saat dan setelah pandemi covid-19. Dari hasil analisis dengan chi square diperoleh hasil yaitu tidak ada asosiasi antara tenaga kerja pria dan Wanita dengan pandemi covid-19. Sementara untuk volume penjualan, omset dan keuntungan berasosiasi dengan kondisi pandemi covid-19. Untuk Strategi pemulihan ekonomi pada sektor ritel, hasil yang diperoleh adalah strategi kekuatan (*strengths*) dan ancaman (*threat*), antara lain melakukan kerjasama dengan para pelaku usaha ritel untuk ikut serta dalam gerakan pasar murah untuk meningkatkan penjualan, meningkatkan omset dengan melibatkan para pelaku usaha ritel dalam event/acara yang diselenggarakan pemkot dan asosiasi pengusaha ritel serta pemutakhiran data ritel (toko swalayan) secara berkala.

Penelitian ini hanya melibatkan supermarket/*hypermarket* rantai yang ada di kota Bogor. Penelitian berikutnya dapat melibatkan semua jenis supermarket yang ada di kota Bogor dengan kategori yang digunakan dapat lebih dipersempit agar hasil yang diperoleh lebih akurat. Dinas KUKM, Perdagangan dan Perindustrian Kota Bogor dapat melakukan pemutakhiran data ritel (supermarket, *hypermarket*, *department store*, perkulakan) sesuai dengan jenis dan kondisi di lapangan. Sektor ritel diharapkan dapat lebih meningkatkan kegiatan promosi baik melalui surat kabar, media online, pamflet untuk dapat menaikkan jumlah konsumen yang berbelanja sehingga omset dapat meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- [BPS].aBadan Pusat Statistik. 2022. Kota bogor dalam angka. Bogor. bogorkota.bps.go.id.
- Masruroh I, Andrian R, Arifah F. 2021. Peran pemerintah dalam mengatasi dampak pandemi covid-19 bagi UMKM di Indonesia. *Journal of Innovation and Knowledge*. 1(1): 41-48.
- Ngadi, Meilianna R, Purba YA. 2020. Dampak pandemi covid-19 terhadap PHK dan pendapatan pekerja di Indonesia. *Jurnal kependudukan Indonesia*. 43-48.
- Purwadisastra D. 2021. Strategi ritel konvensional modern dalam menghadapi persaingan pada masa pandemi covid 19. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. 8(1): 187-192.
- Puspa R, Permana A, Karunia E. 2020. Faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan berdasarkan bauran pemasaran pada supermarket K-Store Krakatau Junction. *Jurnal Ekonomika*. 13(2): 208-216.
- Ra'is, DU, Rohman, A. 2020. Inovasi daerah sebagai sumber peningkatan pendapatan asli daerah (PAD) dan percepatan pemulihan ekonomi. *Webinar Konferensi Nasional Ilmu Administrasi*. Bandung.
- Republik Indonesia. 2013. Peraturan menteri perdagangan nomor 70/M-DAG/PER/12/2013 tentang pedoman penataan dan pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan toko modern.
- Republik Indonesia. 2017. Peraturan presiden nomor 112 tahun 2007 tentang penataan dan pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan toko modern.
- Republik Indonesia. 2017. Peraturan presiden nomor 112 tahun 2007 tentang penataan dan pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan toko modern.
- Sudaryono, Rahwanto E, Komala R. 2020. E-Commerce dorong perekonomian Indonesia, selama pandemi covid-19 sebagai entrepreneur modern dan pengaruhnya terhadap bisnis offline. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. 2(2): 111-124.
- Sugiyono. 2008. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Sunyoto D. 2015. *Manajemen Bisnis Ritel*. Pustaka Setia. Yogyakarta.
- Utami CW. 2010. *Manajemen ritel, strategi dan implementasi ritel modern*. Salemba Empat. Jakarta.
- Wilandari A, Pramadi YA. 2021. Evaluasi strategi marketing bisnis ritel skala kecil tradisional Kota Purwokerto dimasa pandemi covid-19. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 1(1): 1-8.