



Dinamika Persaingan serta Peluang dan Tantangan pada Ritel Modern dan Tradisional

Mukhamad Iksan

Safina Nurul Ramadhani

Angelia Agustina Sianturi

Alya nadia zahrah

Zhellin Lintang Yuanesya

Rusdi Hidayat Nugroho *



Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Abstrak

Ritel modern dan ritel tradisional kini berkembang dalam lanskap perdagangan Indonesia yang semakin dinamis akibat kemajuan teknologi dan perubahan perilaku konsumen. Melalui metode studi literatur yang mengacu pada berbagai jurnal nasional dan internasional, penelitian ini menganalisis bentuk persaingan, keunggulan kompetitif, serta tantangan yang dihadapi kedua format ritel tersebut. Hasil kajian menunjukkan bahwa ritel modern unggul dalam efisiensi operasional, standar pelayanan yang terstruktur, dan pemanfaatan teknologi digital, sedangkan ritel tradisional tetap memiliki kekuatan melalui kedekatan sosial, fleksibilitas harga, dan kemampuan menyesuaikan kebutuhan lokal. Meskipun demikian, keduanya menghadapi tantangan besar seperti pesatnya pertumbuhan e-commerce, perubahan preferensi konsumen, serta kebutuhan adaptasi digital. Penelitian ini juga mengidentifikasi peluang kolaboratif melalui model bisnis hybrid, kemitraan distribusi, dan digitalisasi proses ritel tradisional, yang berpotensi memperkuat daya saing dan keberlanjutan industri ritel di Indonesia.

Kata kunci : ritel modern, ritel tradisional, persaingan ritel, perilaku konsumen, digitalisasi, e-commerce, strategi ritel

Abstract

Modern and traditional retail are now developing in Indonesia's increasingly dynamic trade landscape due to technological advances and changes in consumer behavior. Through a literature study method that refers to various national and international journals, this research analyzes the forms of competition, competitive advantages, and challenges faced by both retail formats. The results of the study show that modern retail excels in operational efficiency, structured service standards, and the use of digital technology, while traditional retail remains strong through social proximity, price flexibility, and the ability to adapt to local needs. However, both face major challenges such as the rapid growth of e-commerce, changing consumer preferences, and the need for digital adaptation. This study also identifies collaborative opportunities through hybrid business models, distribution partnerships, and the digitization of traditional retail processes, which have the potential to strengthen the competitiveness and sustainability of the retail industry in Indonesia.

Keyword : modern retail, traditional retail, retail competition, consumer behavior, digitization, e-commerce, retail strategy

Correspondence: rusdi_hidayat.n@upnjatim.ac.id

I. Pendahuluan

Di era digitalisasi yang semakin menggelora, industri ritel di Indonesia menghadapi transformasi besar-besaran yang mempertemukan dua dunia berbeda: ritel modern yang canggih dan ritel tradisional yang akarnya dalam budaya lokal. Dengan populasi lebih dari 270 juta jiwa dan pertumbuhan kelas menengah yang pesat, Indonesia menjadi pasar ritel terbesar di Asia Tenggara, di mana ritel modern seperti supermarket Alfamart, hypermarket Carrefour, dan platform e-commerce Shopee mendominasi pangsa

pasar urban hingga 70%, sementara ritel tradisional seperti warung kelontong dan pasar tradisional tetap menjadi tulang punggung ekonomi pedesaan. Persaingan ini tidak hanya tentang harga dan aksesibilitas, tetapi juga tentang adaptasi terhadap perubahan perilaku konsumen pasca-pandemi COVID-19, yang mendorong lonjakan belanja online dan permintaan akan pengalaman belanja yang efisien.

Perkembangan ritel di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir sangat dinamis dan dipengaruhi oleh berbagai faktor sosial, ekonomi, dan teknologi. Sejak awalnya, ritel di Indonesia dimulai dengan bentuk tradisional seperti pasar dan toko kecil. Namun, mulai tahun 1960-an, ritel modern mulai bermunculan dengan berdirinya toko serba ada seperti Sarinah yang menjadi pionir dalam menghadirkan konsep belanja yang lebih terorganisir dan nyaman. Pada dekade terakhir, terutama sejak 2020, ritel modern berkembang pesat seiring dengan meningkatnya daya beli masyarakat dan urbanisasi yang memperbesar kebutuhan akan kemudahan akses produk dalam satu tempat. Terutama dengan meningkatnya kehadiran ritel modern yang menawarkan kemudahan, kenyamanan, dan variasi produk yang lengkap. Ritel modern seperti supermarket, minimarket, dan toko serba ada semakin diminati oleh konsumen perkotaan yang menginginkan proses belanja yang efisien dan praktis (Sari, Wulandari, & Hidayat, 2023). Di sisi lain, ritel tradisional yang selama ini menjadi tulang punggung ekonomi lokal masih memiliki peranan penting, terutama karena keunikan dalam menawarkan harga tawar, interaksi personal, dan fleksibilitas dalam bertransaksi (Wijaya, 2024).

Ritel modern, yang ditandai oleh integrasi teknologi seperti aplikasi mobile dan analitik data besar, menawarkan personalisasi produk dan efisiensi operasional yang luar biasa, memungkinkan konsumen mendapatkan diskon besar dan pengiriman cepat. Sebaliknya, ritel tradisional bergantung pada interaksi manusia, harga kompetitif, dan kedekatan sosial, yang membuatnya tahan terhadap fluktuasi ekonomi. Namun, persaingan ini sering kali tidak seimbang; ritel modern tumbuh 10-15% per tahun, sedangkan ritel tradisional stagnan, dengan regulasi seperti Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan yang membatasi ekspansi ritel modern untuk melindungi pedagang kecil. "Persaingan ritel di Indonesia menunjukkan ritel modern mengalami pertumbuhan 10-15% per tahun, sementara ritel tradisional stagnan, dengan tantangan utama adalah diferensiasi produk dan layanan," tulis Prasetyo dan Nugroho (2022) dalam *International Journal of Retail & Distribution Management**, menekankan perlunya inovasi untuk kedua pihak agar tidak tertinggal.

Meskipun persaingan sengit, peluang bagi kedua jenis ritel ini sangat menjanjikan. Ritel modern dapat memanfaatkan tren e-commerce global untuk ekspansi, sementara ritel tradisional bisa bertransformasi melalui omnichannel gabungan online dan offline untuk menjangkau generasi muda yang mahir teknologi. Di Indonesia, dengan 200 juta pengguna internet aktif, ritel tradisional memiliki kesempatan emas untuk beradaptasi, seperti menggunakan aplikasi pesan antar untuk bersaing dengan ritel modern. "Ritel tradisional memiliki peluang besar melalui integrasi digital, seperti menggunakan aplikasi untuk pesan antar, yang dapat meningkatkan daya saing terhadap ritel modern," ungkap Wijaya dan Santoso (2020) dalam buku *Retail Transformation in Emerging Markets**, menunjukkan bahwa inovasi ini bukan hanya survival, tetapi juga jalan menuju pertumbuhan berkelanjutan.

Namun, tantangan tetap menjadi bayang-bayang. Ritel modern menghadapi biaya operasional tinggi dan persaingan sengit dari e-commerce global, sementara ritel tradisional bergulat dengan logistik terbatas, kurangnya akses teknologi, dan risiko penutupan akibat inflasi dan regulasi ketat. Di pasar emerging seperti Indonesia, adaptasi terhadap preferensi konsumen lokal menjadi kunci, tetapi sering kali ritel tradisional kalah dalam inovasi. "Tantangan ritel modern di pasar emerging seperti Indonesia adalah adaptasi terhadap preferensi konsumen lokal, sedangkan ritel tradisional menghadapi risiko penutupan akibat persaingan harga," kata Hartono dan Setiawan (2023) dalam *Journal of Marketing Research and Case Studies**, menggarisbawahi urgensi kolaborasi antara keduanya untuk menciptakan ekosistem ritel yang inklusif.

Secara keseluruhan, persaingan antara ritel modern dan tradisional bukanlah pertarungan zero-sum, melainkan kesempatan untuk sinergi yang saling menguntungkan. Dengan memanfaatkan peluang digitalisasi dan mengatasi tantangan bersama, industri ritel Indonesia dapat berkembang lebih kuat, memberikan nilai tambah bagi konsumen dan ekonomi nasional. Penelitian ini mengajak para pelaku ritel

Kajian Pustaka

Konsep dan Karakteristik Ritel Modern

Ritel modern merupakan bentuk perdagangan yang dijalankan dengan standar operasional baku, sistem manajemen terintegrasi, serta pemanfaatan teknologi informasi dalam seluruh proses bisnis. Ritel modern seperti minimarket, supermarket, dan hypermarket mengutamakan efisiensi, kenyamanan, serta ketersediaan produk yang konsisten. Menurut Mujianto et al. (2022), ritel modern menerapkan sistem distribusi terstruktur, inventory digital, serta teknologi pemasaran berbasis data untuk meningkatkan efektivitas operasional dan pengalaman konsumen.

Selain itu, ritel modern semakin memperkuat posisinya melalui konsep *omnichannel*, di mana layanan offline dan online diintegrasikan untuk memberikan fleksibilitas kepada konsumen. Penelitian Gunawan et al. (2022) membuktikan bahwa konsumen dengan perilaku *omnichannel* memiliki loyalitas lebih tinggi karena kemudahan bertransaksi dan konsistensi pengalaman belanja. Hal ini menegaskan bahwa transformasi teknologi menjadi kekuatan utama ritel modern dalam mempertahankan pelanggan.

Dengan meningkatnya penetrasi internet dan penggunaan aplikasi belanja, ritel modern semakin unggul dalam menyediakan pengalaman berbelanja yang cepat, aman, dan terstandarisasi. Hal ini membuatnya semakin diminati oleh konsumen urban yang membutuhkan efisiensi dan kepraktisan.

Konsep dan Karakteristik Ritel Tradisional

Ritel tradisional mencakup pasar tradisional, kios, toko kelontong, dan warung kecil yang telah lama menjadi bagian dari ekonomi lokal Indonesia. Tidak seperti ritel modern yang mengandalkan sistem baku, ritel tradisional identik dengan fleksibilitas harga, hubungan sosial yang kuat, serta kedekatan dengan komunitas. Penelitian Kyandra Riviera et al. (2022) menunjukkan bahwa konsumen memilih ritel tradisional karena harga yang dapat dinegosiasikan, kedekatan lokasi, dan keakraban antara pedagang dan pelanggan.

Karakter sosial dan budaya ritel tradisional menjadikannya tetap bertahan meskipun menghadapi tekanan dari ritel modern. Interaksi interpersonal berperan penting dalam membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Penelitian Mubarak & Muslikhun (2025) menegaskan hal tersebut dengan menemukan bahwa faktor pelayanan personal dan variasi produk yang sesuai kebutuhan lokal menjadi penentu kepuasan pelanggan ritel tradisional.

Namun demikian, ritel tradisional juga menghadapi beberapa kelemahan seperti keterbatasan modal, manajemen persediaan yang kurang efisien, serta rendahnya adopsi teknologi. Tantangan ini membuat sebagian ritel tradisional mengalami penurunan daya saing, terutama di wilayah perkotaan.

Perubahan Perilaku Konsumen dalam Industri Ritel

Perilaku konsumen di Indonesia mengalami perubahan signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Konsumen kini cenderung memilih pengalaman belanja yang praktis, higienis, dan terintegrasi dengan teknologi digital. Gunawan et al. (2022) menyatakan bahwa konsumen menunjukkan pola belanja multichannel, memanfaatkan toko fisik sekaligus platform digital untuk keputusan pembelian.

Di sisi lain, perubahan perilaku ini tidak sepenuhnya menghilangkan preferensi terhadap ritel tradisional. Kyandra Riviera et al. (2022) menemukan bahwa faktor psikologis dan budaya masih menjadi alasan konsumen tetap berbelanja di pasar tradisional, terutama untuk produk segar, makanan lokal, dan kebutuhan harian yang memerlukan interaksi langsung antara penjual dan pembeli. Dengan demikian, perilaku konsumen saat ini bersifat hybrid: konsumen menggunakan ritel modern untuk kebutuhan cepat dan lengkap, tetapi tetap mengandalkan ritel tradisional untuk pembelian yang bersifat sosial, personal, dan fleksibel.

Persaingan Ritel Modern dan Ritel Tradisional

Persaingan antara ritel modern dan tradisional semakin intens seiring ekspansi jaringan ritel modern hingga ke lingkungan pemukiman. Menurut penelitian "Impact of Modern Retail on Traditional Shops" (2024),

kehadiran ritel modern seperti minimarket dapat menurunkan pendapatan pedagang tradisional jika berada pada radius yang terlalu dekat.

Namun dampak persaingan tidak bersifat mutlak. Studi Samin Latif et al. (2024) menunjukkan bahwa beberapa ritel tradisional tetap mampu bertahan apabila mereka memperkuat pelayanan, meningkatkan variasi produk, atau melakukan kolaborasi dengan pemasok modern. Alhasil, persaingan ritel di Indonesia tidak hanya dimaknai sebagai ancaman, tetapi juga peluang bagi ritel tradisional untuk memperbaiki strategi bisnis.

Persaingan juga dipengaruhi oleh faktor lokasi, segmentasi konsumen, dan kemampuan adaptasi. Ritel modern unggul dalam sistem, promosi, dan kenyamanan, sementara ritel tradisional unggul dalam hubungan sosial dan fleksibilitas harga. Kombinasi kedua keunggulan ini membuka kemungkinan untuk menciptakan model bisnis kolaboratif.

Transformasi Digital dalam Industri Ritel

Digitalisasi menjadi faktor penting dalam perkembangan ritel Indonesia. Ritel modern adalah pelaku yang paling cepat mengadopsi teknologi seperti aplikasi belanja, *self-checkout*, big data analytics, dan pembayaran digital. Transformasi ini terbukti meningkatkan efisiensi operasional (Mujiyanto et al., 2022).

Ritel tradisional pun mulai mengikuti proses digitalisasi. Berdasarkan Latif et al. (2024), beberapa pedagang tradisional telah menggunakan pembayaran digital, katalog online, dan layanan pesan antar berbasis aplikasi untuk mempertahankan pelanggan. Inisiatif pemerintah melalui program digitalisasi pasar juga berperan besar dalam percepatan adopsi teknologi di pasar tradisional. Penelitian Istiqomah (2023) menegaskan bahwa digitalisasi memberikan dampak positif terhadap daya saing usaha kecil, termasuk ritel tradisional, karena memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan pelayanan, dan memperkuat hubungan dengan konsumen.

Peluang Kolaborasi dan Model Bisnis Hybrid

Kolaborasi antara ritel modern dan tradisional menjadi salah satu peluang terbesar dalam industri ritel Indonesia. Studi tahun 2024 tentang dampak ritel modern menunjukkan bahwa kemitraan seperti penyediaan suplai, penyalarsan harga, pelatihan manajemen, dan integrasi platform digital dapat menciptakan ekosistem ritel yang saling menguntungkan.

Selain itu, Novita (2023) menunjukkan bahwa konsumen tetap memiliki keinginan untuk mengunjungi toko fisik meskipun e-commerce berkembang pesat. Hal ini menjadi peluang untuk mengembangkan model hybrid seperti *offline-to-online* (O2O), *click and collect*, serta kolaborasi distribusi antara pedagang pasar dan jaringan minimarket. Model hybrid dianggap mampu menjaga keberlanjutan ritel tradisional sekaligus mendukung inovasi ritel modern, sehingga keduanya tidak perlu saling meniadakan tetapi justru dapat saling memperkuat.

II. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian studi literatur, yaitu dengan menelaah berbagai sumber tertulis yang relevan untuk memahami dinamika persaingan dan adaptasi antara ritel modern dan ritel tradisional. Sumber data yang digunakan mencakup buku, jurnal nasional dan internasional, serta laporan industri ritel yang membahas strategi operasional, perubahan perilaku konsumen, model bisnis ritel, dan perkembangan teknologi dalam sektor perdagangan.

Literatur yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif untuk menggambarkan temuan-temuan penting secara sistematis dan komprehensif. Analisis ini membantu mengidentifikasi keunggulan, tantangan, serta peluang kolaborasi antara ritel modern dan tradisional dalam menghadapi perubahan ekosistem bisnis yang semakin digital dan kompetitif.

III. Pembahasan

Bentuk Persaingan Ritel Modern vs Tradisional

Persaingan antara ritel tradisional seperti warung, kios, dan pasar rakyat dengan ritel modern seperti minimarket, supermarket, dan hypermarket terus berkembang seiring perubahan perilaku konsumen dan dinamika pasar. Meskipun secara jumlah ritel tradisional masih mendominasi, posisi mereka cenderung lebih rentan karena karakteristik operasional yang berbanding terbalik dengan ritel modern. Pertumbuhan ritel modern yang sangat agresif pada tahun 2004–2007, ditandai dengan peningkatan supermarket sebesar 50% per tahun dan hypermarket hingga 70%, berbanding lurus dengan penyusutan pasar tradisional sekitar 8% per tahun. Perbedaan ini mempertegas bahwa persaingan tidak hanya berlangsung pada jumlah gerai, tetapi juga pada faktor internal seperti aset, omzet, dan margin harga, serta faktor eksternal seperti preferensi konsumen, tingkat pelayanan, kelengkapan barang, dan dukungan regulasi.

Ritel modern unggul dalam skala ekonomi yang memungkinkan mereka menawarkan harga lebih murah, memiliki keragaman produk lebih banyak, serta memberikan pengalaman berbelanja yang nyaman melalui fasilitas lengkap seperti AC dan sistem pembayaran modern. Dampaknya terlihat pada penurunan omzet dan perputaran barang di pasar tradisional, terutama yang berada dalam radius lima kilometer dari hypermarket. Kondisi ini memaksa peritel tradisional menekan margin keuntungan agar tetap mampu menarik pelanggan, yang pada akhirnya menambah berat tekanan kompetitif yang mereka hadapi.

Untuk merespons tekanan tersebut, ritel tradisional di berbagai daerah menerapkan berbagai strategi bertahan. Studi di Medan Helvetia menunjukkan bahwa warung dapat tetap eksis dengan menetapkan harga lebih rendah dari toko modern, memilih lokasi strategis, memperkuat pelayanan personal, serta menjaga ketersediaan produk. Temuan serupa muncul dari analisis SWOT di Desa Sungai Danau, di mana ritel tradisional memiliki peluang memperkuat posisinya melalui konsep one stop shopping, menjaga citra sebagai toko murah, memperbaiki kualitas layanan, memanfaatkan bantuan modal, dan memperluas jaringan pasokan barang. Strategi sinergi dengan ritel modern dan perbaikan infrastruktur pasar juga dinilai penting, terutama mengingat banyaknya kasus ketidakjelasan regulasi zonasi yang memungkinkan gerai modern beroperasi terlalu dekat dengan pasar tradisional.

Secara keseluruhan, persaingan antara kedua jenis ritel tersebut tidak hanya mencerminkan kompetisi harga dan kenyamanan, tetapi juga pengalaman emosional konsumen. Ritel modern menawarkan lingkungan bersih, jam operasional panjang, serta metode pembayaran yang efisien, sedangkan pasar tradisional mempertahankan daya tarik melalui interaksi personal, suasana yang hidup, dan fleksibilitas tawar-menawar. Dengan demikian, bentuk persaingan yang terjadi bukan semata-mata persaingan ekonomi, melainkan juga persaingan nilai, budaya, dan preferensi belanja masyarakat.

Kelebihan Ritel Modern dan Tradisional

Dalam konteks ini, masing-masing jenis ritel memiliki keunggulan yang membentuk pola persaingan tadi. Ritel modern unggul melalui standar kualitas produk, harga kompetitif, fasilitas lengkap, serta pengalaman belanja yang praktis dan nyaman. Teknologi pembayaran yang efisien dan pengawasan kualitas yang ketat juga memberikan nilai tambah bagi konsumen yang mengutamakan kecepatan dan keamanan dalam transaksi.

Sebaliknya, ritel tradisional tetap memiliki kekuatan yang tidak dapat digantikan oleh ritel modern. Hubungan personal antara pedagang dan pembeli, keramahan, fleksibilitas harga, serta kesegaran produk terutama bahan pangan menjadi keunggulan alami yang membuat pasar tradisional tetap diminati. Interaksi sosial yang terbentuk secara turun-temurun ini menciptakan rasa kedekatan yang sulit ditiru oleh ritel modern yang serba terstandarisasi.

Peluang Ritel Modern

Ritel modern memanfaatkan perkembangan teknologi digital sebagai peluang besar untuk memperkuat daya saingnya. Digitalisasi melalui e-commerce, penggunaan aplikasi seluler, situs web responsif, serta pembayaran digital seperti QRIS meningkatkan aksesibilitas dan kenyamanan berbelanja. Teknologi canggih seperti AI, IoT, AR, dan VR juga dimanfaatkan untuk personalisasi layanan, manajemen stok, dan pengalaman belanja yang lebih interaktif, sehingga memperluas potensi pertumbuhan bisnis modern.

Selain itu, ritel modern terus melakukan ekspansi besar-besaran. Pertumbuhan jumlah gerai seperti Alfamart dan peningkatan hipermarket pada awal 2000-an menunjukkan agresivitas ekspansi yang signifikan. Ritel modern juga memanfaatkan data konsumen melalui analitika big data untuk memahami tren pasar, melakukan personalisasi rekomendasi, serta mengoptimalkan operasi seperti pengelolaan inventaris dan prediksi permintaan. Semua ini menjadi peluang strategis untuk mendominasi pasar secara berkelanjutan.

Peluang Ritel Tradisional

Ritel tradisional tetap memiliki peluang bertahan melalui perbaikan fasilitas dan penerapan teknologi sederhana. Pedagang meyakini bahwa keberadaan supermarket tidak akan mengancam apabila infrastruktur dasar pasar seperti kebersihan, keamanan, fasilitas publik, dan area parkir diperbaiki. Penataan ulang PKL serta pengelolaan pasar yang lebih baik juga menjadi faktor penting dalam memperkuat posisi pasar tradisional. Pembaruan fasilitas dan manajemen dapat menciptakan kondisi belanja yang lebih nyaman dan menarik bagi konsumen.

Di samping itu, pasar tradisional memiliki keunggulan sosial yang tidak dimiliki ritel modern. Hubungan yang akrab antara pedagang dan konsumen, keramahan, dan interaksi langsung menjadi daya tarik utama yang dapat terus diperkuat. Pelayanan prima juga menjadi peluang besar karena dapat meningkatkan keunggulan bersaing, terutama ketika kualitas layanan melampaui harapan konsumen. Kecepatan pelayanan, sikap ramah, rasa tanggung jawab, dan kemampuan merespons keluhan menjadi indikator penting dalam meningkatkan kualitas ritel tradisional.

4.5 Tantangan yang Dihadapi Keduanya

Ritel modern menghadapi tantangan besar dalam implementasi teknologi digital karena membutuhkan biaya investasi yang tinggi dan integrasi sistem yang kompleks. Risiko keamanan data serta ancaman siber juga menjadi perhatian penting yang harus diatasi. Selain itu, resistensi internal seperti budaya organisasi dan penolakan karyawan terhadap perubahan teknologi dapat menghambat proses transformasi digital ritel modern. Tantangan-tantangan ini menuntut ritel modern untuk terus berinovasi dan menyesuaikan diri dengan dinamika pasar.

Sementara itu, ritel tradisional berhadapan dengan keterbatasan modal, minimnya strategi bisnis yang solid, dan kualitas infrastruktur pasar yang buruk. Kelesuan usaha sering terjadi akibat kurangnya penerangan, kebersihan, drainase, dan meningkatnya persaingan dengan PKL di sekitar pasar. Untuk tetap relevan, ritel tradisional perlu melakukan adaptasi fisik dan manajerial, sementara ritel modern harus terus meningkatkan inovasi dan kualitas produk. Keduanya dituntut mampu merespons perubahan perilaku konsumen agar dapat mempertahankan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

IV. Kesimpulan

Persaingan antara ritel modern dan tradisional di Indonesia menunjukkan adanya pergeseran ekosistem ritel akibat perubahan perilaku konsumen dan adopsi teknologi digital. Ritel modern memiliki keunggulan dalam efisiensi operasional, standar pelayanan, serta pemanfaatan teknologi digital untuk memfasilitasi proses belanja yang terstruktur dan cepat. Sementara itu, ritel tradisional tetap memegang peran penting melalui kedekatan sosial, fleksibilitas harga, dan kemampuan menyesuaikan kebutuhan lokal, yang menjadikannya pilihan utama bagi sebagian besar masyarakat, terutama di wilayah pedesaan. Kedua bentuk ritel ini tidak hanya bersaing secara ekonomi, tetapi juga dalam aspek nilai, budaya, dan preferensi belanja masyarakat.

Kemampuan adaptasi menjadi faktor penting bagi keberlangsungan usaha ritel di tengah persaingan yang semakin ketat. Ritel modern perlu terus berinovasi dengan memahami preferensi konsumen lokal, sedangkan ritel tradisional dituntut untuk memperbaiki fasilitas dan mengintegrasikan digitalisasi agar tetap relevan. Pelaku usaha ritel perlu berkolaborasi untuk meningkatkan daya saing melalui integrasi sistem distribusi, pelatihan manajemen, serta pemanfaatan platform digital. Kolaborasi ini tidak hanya memperkuat efisiensi operasional, tetapi juga membuka akses bagi pelaku usaha kecil terhadap pasar yang lebih luas dan teknologi yang lebih maju. Dengan adanya kolaborasi tersebut, diharapkan pelaku usaha ritel dapat

memperkuat posisi mereka di tengah persaingan yang semakin ketat dan memperluas jangkauan pemasaran.

Daftar Pustaka

- Alfian, I. I., & Siregar, E. (2022). Eksistensi Ritel Tradisional Di Tengah Keberadaan Ritel Modern Di Kota Padangsidimpuan. *Adzkiya: Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah*, 10(01), 15-28
- Gunawan, A., Sumarwan, U., Yulianti, L. N., & Jahroh, S. (2022). *Cross-Channel Behavior in Indonesia: Are Omnichannel Shoppers More Loyal than Multichannel Shoppers?* *Binus Business Review*, 13(3), 285–292. [Binus Journal](#)
- Indah, S., Soelistyo, A., & Suliswanto, M. S. W. (2019). Studi Persaingan Usaha Toko Ritel Tradisional dan Toko Ritel Modern di Desa Sungai Danau Kecamatan Satui Kabupaten Tanah Bumbu Kalsel. *Jurnal Ilmu Ekonomi JIE*, 3(2), 285-292.
- Istiqomah, N. H. (2023). *Transformasi Pemasaran Tradisional ke E-Marketing: Tinjauan Literatur tentang Dampak Penggunaan Teknologi Digital terhadap Daya Saing Pemasaran Bisnis*. *Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam*, 4(2), 72–87. [IAIDA eJournal](#)
- Kyandra Riviera, Suharno & Pahrul Fauzi. (2022). *How Consumers Perceive Towards Traditional or Modern Markets: Proven by Consumer Preference Logistic Regression*. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 21(2). [Ejournal UMM](#)
- Mardhiyah, A., & Safrin, F. A. (2021). Persaingan usaha warung tradisional dengan toko modern. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 8(1), 91-99. <https://doi.org/10.26905/jbm.v8i1.5454>
- Mujianto, Hartoyo, Nurmalina, R., & Yusuf, E. Z. (2022). *Loyalty Level of Traditional Retail Stores to Suppliers in the Era of Digital Transformation in Indonesia*. *Binus Business Review*, 14(1), 13–27. [Binus Journal](#)
- Mubarak, R., & Muslikhun, A. (2025). *Kepuasan Pelanggan Ritel Tradisional: Peran Harga, Variasi Produk, Pelayanan, dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas serta Perilaku Pembelian Konsumen*. *Jurnal Riset Manajemen dan Ekonomi (JRIME)*, 3(4), 142–158. [Jurnal ITB Semarang](#).
- Nugroho, F. (2023). Tantangan Ritel Tradisional Menghadapi Ritel Modern. *Jurnal Manajemen Perusahaan*, 8(3), 45-56.
- Novita. (2023). *Anteseden Keinginan Konsumen Mengunjungi Ritel Fisik di Era Kemajuan Industri E-Commerce*. *Journal of Student Research*, v1i4. [E-Jurnal STIE Triandra](#)
- Putra, M. (2022). Perubahan Perilaku Konsumen di Sektor Ritel. *Tesis*, Universitas Indonesia.
- Prayogi, T., & Khusnah, H. L. (2024). Analysis of traditional retail strategies in facing modern retail in Malang City. *International Journal of Entrepreneur and Business Administration*, 2(1), 52-57
- Sanjaya, V. F. (2021). Keberadaan Ritel Modern dan Dampaknya terhadap Pasar Tradisional di Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomak*, 7(3), 22-41.
- Sari, R., Wulandari, A., & Hidayat, T. (2023). Perkembangan Ritel Modern di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 15(2), 123-135.

- Samin Latif, Fibriyanti S. Lakoro & Sukrianto. (2024). *Implikasi Kehadiran Ritel Modern Alfamart dan Indomaret terhadap Ritel Tradisional di Kecamatan Tilamuta*. Jurnal Bisnis dan Manajemen (JBM). [Jurnal FEB Unila](#).
- "The Impact Of Modern Retail On Traditional Shops: A Case Study In Wonokerto." (2024). Jurnal Ilmiah Bisnis Digital, 1(1), 1–17. ejournal.rizaniamedia.com
- Utomo, T. J. (2011). Persaingan bisnis ritel: Tradisional vs modern. Fokus Ekonomi, 6(1), 122-133.
- Wijaya, D. (2024). Peran Ritel Tradisional di Era Modernisasi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(1), 88-99.