

## STRATEGI KESUKSESAN PERTUMBUHAN PASAR SWALAYAN STUDI KASUS: TOKO MINI MARKET DI KOTA PEKANBARU

**Khaidir Saib**

Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riau  
[khaidirsaib@gmail.com](mailto:khaidirsaib@gmail.com)

### ***Abstract***

*The determinants of success are the elements that shape to achieve success in competition for companies in the world of commerce. Success shows the performance of whether the company has succeeded or has not succeeded in achieving its mission and vision goals set before the company was established. Companies that successfully identify and use specific strategies will enable them to achieve competitive advantage. This study focuses on the determinants of the successful growth of Mini market in Pekanbaru City. For this purpose 10 mini market entrepreneurs Mini market have been selected as respondents. This study aims to identify the determinants of success of Mini Market entrepreneurs. Data collection methods were conducted through interviews with management and company officers. The findings indicate that the three key determinants of the success of Indomaret and Alfamart are the skill of reading the market segment, specializing in opening a business and also the courage to face business challenges.*

**Keywords:** Success strategy, Mini Market growth

### **Abstrak**

Strategi kesuksesan adalah unsur-unsur yang menentukan untuk mencapai kesuksesan dalam persaingan bagi perusahaan dalam dunia perdagangan. Kesuksesan menunjukkan kinerja apakah perusahaan telah berhasil atau belum berhasil mencapai target misi dan visi yang telah ditetapkan sebelum perusahaan itu didirikan. Perusahaan yang berhasil mengidentifikasi dan menggunakan strategi khusus akan memungkinkan mereka untuk mencapai keunggulan dalam kompetitif. Studi ini berfokus pada faktor-faktor penentu keberhasilan pertumbuhan toko Mini Market di Kota Pekanbaru. Untuk tujuan ini 10 pengusaha toko Mini Market telah dipilih sebagai responden. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor penentu keberhasilan pengusaha Mini Market. Metode pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dengan pihak manajemen dan petugas perusahaan. Temuan menunjukkan bahwa tiga kunci faktor penentu keberhasilan Mini Market adalah keterampilan membaca segment pasar, spesialisasi dalam membuka usaha dan juga sikap berani menghadapi tantangan bisnis.

**Kata Kunci:** Strategi kesuksesan, Pertumbuhan Indomaret dan Alfamart

## PENDAHULUAN

Faktor penentu keberhasilan adalah unsur-unsur yang menentukan untuk mencapai kesuksesan dalam persaingan bagi perusahaan dalam dunia perdagangan. Kesuksesan menunjukkan kinerja apakah perusahaan telah berhasil atau belum berhasil mencapai target misi dan visi yang telah ditetapkan sebelum usaha itu didirikan. Pengusaha yang berhasil mengidentifikasi dan menggunakan strategi khusus akan memungkinkan mereka untuk mencapai keunggulan dalam kompetitif. Manajemen indomaret dan Alfamart termasuk salah satu diantara pengusaha yang sukses dan mampu menguasai pasar dan bersaing di tengah-tengah maraknya pertumbuhan pasar modern di Indonesia, khususnya di Kota Pekanbaru. Mereka telah menunjukkan kemampuannya yang luar biasa dalam menguasai pasar menyebar di seluruh pelosok perkotaan sampai ke kawasan pinggiran kota. Hal ini adalah salah satu bukti kesuksesan mereka di Kota Pekanbaru. Walaupun demikian, mereka telah menunjukkan keberhasilannya, masih ada para pengusaha lain yang menggeluti usaha yang sama tidak mampu bersaing. Hal ini disebabkan oleh karena mereka tidak memiliki strategi khusus untuk mengembangkan usahanya. Sekiranya mereka mampu bersaing dan punya strategi walaupun strategi itu berbeda-beda bukan menjadi penghalang dan tantangan untuk melakukan strategi tersebut supaya mereka bisa sukses. Untuk melihat dan mengetahui strategi apa yang mereka lakukan, maka peneliti berminat untuk melakukan penelitian.

Penelitian ini belum pernah dipelajari oleh pihak manapun di Kota Pekanbaru. Oleh karena itu, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai panduan bagi pengusaha yang terlibat dalam usaha yang sama untuk mengetahui faktor-faktor penentu keberhasilan pengusaha dan bisnis yang

mereka jalankan. Selain itu, bisa juga dijadikan referensi bagi calon pengusaha baru mencari tahu informasi terkait kunci kesuksesan serta informasi lain yang terkandung didalamnya.

Kunci kesuksesan umumnya menjelaskan bahwa setiap bisnis harus memiliki faktor sukses besar. Namun belum tentu semua perusahaan memiliki faktor Kesuksesan yang sama. Menurut Austin (2002), kesuksesan adalah kunci untuk mengidentifikasi pencapaian usaha dalam upaya untuk mencapai tujuan mereka. Menurutnya, kesuksesan adalah cara lain untuk mengidentifikasi kebutuhan untuk mencapai tujuan. Setiap perusahaan memiliki kunci kesuksesan sendiri untuk mencapai tujuan terhadap setiap bisnis. Studi terbaru menjelaskan tentang kunci keberhasilan pengusaha di luar negeri. Ciri-ciri pengusaha sukses adalah mereka yang tidak takut dengan pesaing dengan menjadikannya kekuatan untuk bersaing. Mereka harus memulai sesuatu tanpa harapan atas kesempatan yang diberikan. Pengusaha yang sukses juga harus tanggap terhadap perubahan dan mengubah strategi baru yang mereka lakukan berdasarkan kebutuhan saat ini. Ini berarti mereka tidak hanya bergantung pada pengaturan strategi lama. Selanjutnya, mereka juga bijak menggunakan waktu (Timmons dan Spinelli, 2000; Kuratko dan Hodgetts, 2001; Walter Kuemmerle, 2002);

Pengusaha Sukses (Rosdi, 2002) menyebutkan Perencanaan dan pendapat yang baik adalah teman terbaik bagi para pengusaha. Ini dapat membantu para pengusaha ini untuk mendapatkan pemasaran dan kepercayaan dari pelanggan dan pemasok (Batten, 2002). Pengusaha perlu meningkatkan profesionalisme dan disiplin diri mereka saat melakukan bisnis. Ini dapat dilakukan dengan menerapkan kode etik yang tepat dan dapat dipercaya, jujur dan percaya diri (Timmons and Spinelli, 2000; Kuratko dan

Hodgetts, 2001; Noor Alia, 2002). Ada beberapa ketentuan yang akan menentukan apakah seorang wirausahawan berhasil atau tidak di bidang yang ia ikuti. Ciri utamanya adalah mereka yang memiliki sikap membuat sesuatu yang orang tidak 'tidak suka' dan tidak akan melakukan (Megginson., 2000, Rosdi, 2002).

Berikutnya adalah struktur organisasi dalam bisnis. Ini berarti ada spesialisasi dalam implementasi dalam pekerjaan yang dilakukan. Misalnya, ada individu yang mengelola akun dan keuangan, pemasaran dan manajemen sumber daya manusia dalam organisasi. Hal ini memungkinkan pelaksanaan operasi lebih efisien dan efektif, sehingga mampu bersaing dengan pesaing di sektor yang sama. Pengusaha sukses juga adalah orang-orang yang mau mandiri dan Berhasil mengelola keuangan mereka sendiri tanpa mengharapkan bantuan dari pihak mana pun.

Ini akan memungkinkan mereka secara mandiri dan emosional untuk menghadapi tantangan yang ada dalam bisnis mereka. (Hisrich et al., 2000; Timmons dan Spinelli, 2000; Pengusaha Sukses (Rosdi 2002). Mereka yang berhasil mengasumsikan bahwa tantangan dalam dunia bisnis adalah tuduhan dan godaan hidup adalah individu yang memiliki karakteristik pengusaha sukses. Ini secara tidak langsung akan membuat mereka lebih bijak dan pikiran dapat bekerja cepat dalam membuat keputusan dan menikmati kesuksesan nyata (Timmons and Spinelli, 2000; Kuratko dan Hodgetts, 2001; Pengusaha Sukses, 2002; Rosdi, 2002).

Ketahanan mental dan sikap tidak takut akan perubahan dan kegagalan akan membantu pengusaha mencapai kesuksesan sejati mereka. Ketika seorang pengusaha gagal mengelola bisnisnya untuk pertama kalinya, itu bukan titik terakhir dari bisnisnya. Dia tidak boleh berkecil hati dan kehilangan rasa hormatnya untuk dirinya sendiri.

Kebijaksanaan dalam mereorganisasi strategi dan sistem terbaru dalam perkembangan terbaru, daya saing pesaing, kebutuhan pelanggan, dan ledakan teknologi informasi adalah keunggulan kompetitif dari para wirausaha tersebut (Hisrich et al., 2000; Timmons dan Spinelli, 2000; Kuratko dan Hodgetts, 2001; Pengusaha Sukses, 2002; Rosdi, 2002). Pengusaha Bumiputera tidak perlu terlalu bersemangat untuk membuka usaha skala besar pada tahap awal (2 atau 3 tahun kehidupan bisnis) dengan utang jutaan rupiah (Pengusaha Sukses, 2002). Untuk menjadi pengusaha yang sukses, jalan pintas harus dihindari dalam menjalankan bisnis. Bisnis yang mematuhi aturan bisnis dan etika adalah bisnis mandiri dengan waktu penuh. Ada tujuh faktor atau langkah-langkah sebagai panduan untuk membentuk keberhasilan seorang pengusaha (Nadzri, 2000). Pertama adalah keputusan sadar. Rencana bisnis yang sadar yang memper-timbangkan setiap aspek bisnis akan meningkatkan profitabilitas perusahaan dan menjadi lebih layak. Melalui rencana bisnis ini, pengusaha akan dapat mengidentifikasi potensi perusahaan untuk menjadi lebih kompetitif di industri tempat mereka terlibat. Keduanya adalah kepentingan usaha bisnis. Pengusaha atau pebisnis lebih positif tentang pekerjaan atau tanggung jawab mereka jika mereka tertarik dengan bidang yang dilibatkan. Misalnya, kemampuan menghabiskan waktu dalam bisnis, berani mengambil risiko, bebas dan percaya diri dalam tantangan bisnis. Ketiga, mahir meningkatkan keterampilan atau keahlian. Siapkan tujuan pencapaian sendiri dari waktu ke waktu dan cobalah untuk menghindari kesalahan untuk kedua kalinya. Keahlian diperlukan untuk diri sendiri. Dari titik terkecil ke tingkat yang lebih besar sebagai pengusaha sukses harus bersedia melakukan apa saja setiap saat. Bisnis perlu dibentuk berdasarkan keahlian yang tersedia dan dengan demikian bisnis

dimulai dari kecilan. Keempat, belajar dari para ahli atau orang-orang yang lebih tahu tentang bisnis yang terlibat. Pengusaha dapat bekerja dengan orang lain atau mengikuti kursus, seminar, dan diskusi untuk meningkatkan pengalaman bisnis. Ini adalah cara untuk mempersingkat metode atau prosedur dalam bisnis dan menghindari melakukan hal-hal yang tidak bermanfaat atau berbahaya.

Dengan mengetahui pentingnya tujuan ini, itu bisa menjadi arah dan tujuan hidup. Tujuan ini juga akan menjadi dasar bagi penyaluran ide, waktu, dan energi yang efektif. Selain itu, pengusaha dapat menghindari dan mengurangi pemborosan waktu, energi dan keuangan yang merupakan ukuran keberhasilan dalam menjalankan bisnisnya. Dalam hubungan ini, tujuannya adalah untuk menciptakan kepercayaan diri, rasa bangga dengan kemajuan yang telah dibuat yang memiliki hubungan langsung dengan perencanaan awal yang dilakukan oleh pengusaha. Tujuan adalah penentu utama dari sikap positif pengusaha sukses (Timmons dan Spinelli, 2000; Kuratko dan Hodgetts, 2001; Pengusaha Sukses 2002; Rosdi 2002).

Ada beberapa ciri-ciri yang Rosdi (2002) telah katakan, sebagai faktor kunci yang mendorong keberhasilan seorang pengusaha di bidang keterlibatan mereka. Diantaranya adalah hubungan jaringan dalam bisnis adalah fitur penting yang memungkinkan seorang wirausahawan untuk dapat bersaing dan bertahan di bidang bisnis yang ia masuki. Ini berarti bahwa wirausahawan memiliki hubungan yang baik dengan pesaing, pemasok, dan pelanggan. Hal ini bertujuan memberi para pengusaha keuntungan dari mengidentifikasi peluang dan ancaman terhadap bisnis mereka. Faktor kepercayaan juga terlibat langsung sebagai penentu keberhasilan perusahaan. Memercayakan mitra merupakan faktor penting untuk memastikan bahwa bisnis

dapat bertahan. Unsur-unsur etika dalam bisnis adalah faktor utama yang mengarah pada keberadaan elemen kepercayaan di mitra bisnis (Timmons dan Spinelli, 2000; Kuratko dan Hodgetts, 2001; Rosdi, 2002).

Unsur-unsur kepemimpinan dan budaya bisnis yang telah diterapkan sejak awal mengarah pada keberhasilan seorang pengusaha. Perawatan awal sebagai seorang pengusaha dari keluarga dapat memberikan minat yang mendalam kepada seseorang di bidang bisnis. Ini dapat membangun ketahanan mental yang kuat untuk memastikan pertumbuhan bisnisnya. Ketahanan juga merupakan faktor yang mendorong kesuksesan pengusaha dalam bisnis. Ini melibatkan penerapan nilai-nilai luhur dan etika seorang wirausahawan dalam melaksanakan bisnis. Di antara mereka adalah kesabaran, kejujuran dan kepercayaan (Timmons dan Spinelli, 2000; Kuratko dan Hodgetts, 2001; Rosdi, 2002).

## **METODE PENELITIAN**

Desain penelitian telah dikembangkan untuk membantu peneliti melakukan penelitian ini lebih hati-hati. Untuk memulai penelitian, data yang terkait dengan judul studi telah dikumpulkan. Di antara cara-cara mengumpulkan data adalah dari bahan tertulis seperti buku, jurnal, penelitian terdahulu, majalah dan melalui situs web terkait. Sebelum survei, tujuan, ruang lingkup dan tujuan penelitian diidentifikasi. Tinjauan pustaka telah membantu peneliti mengidentifikasi variabel yang terkait dengan topik penelitian. Ini karena tujuan utama tinjauan pustaka adalah untuk memastikan bahwa tidak ada variabel penting yang ditinggalkan karena variabel sulit untuk diidentifikasi dalam wawancara.

### **Metode Pengumpulan data**

Metode Pengumpulan Data Data yang diperoleh dalam penelitian ini berasal dari

dua sumber yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan responden, sedangkan data sekunder diperoleh dari buku-buku, tesis dan jurnal terkait dengan penelitian.

### **Analisa data**

Pertanyaan-pertanyaan dalam interview ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor penentu keberhasilan bagi seorang pengusaha indomaret dan Alfamart di Kota Pekanbaru. Analisis ini didasarkan pada tujuan pertama dari penelitian ini untuk mengidentifikasi faktor penentu keberhasilan di kawasan penelitian. Berdasarkan sorotan literatur sebelumnya, para peneliti telah mengkategorikan sebanyak sepuluh faktor paling penting yang perlu ada di setiap pengusaha. Setelah dilakukan penyaringan data, di dapat sepuluh data yang berkaitan dengan objektif penelitian ini. Dari hasil penyaringan data tersebut di dapat sebanyak sepuluh faktor yang berkenaan dengan objektif penelitian ini. Diantaranya adalah : Ahli dalam manajemen, spesifikasi dalam Bisnis, tidak mudah menyerah dan mundur jika usaha tidak tercapai, ndependen dalam Pengembangan Bisnis, percaya diri dan tidak takut kegagalan, memiliki keinginan dalam berbisnis, punya strategi dalam berbisnis, tidak takut menghadapi kekuatan pesaing, bersedia mengambil risik dan bertindak cepat dalam mengubah strategi.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Temuan dalam penelitian menunjukkan bahwa pengusaha toko Mini Market dalam mengelola bisnisnya mempunyai keahlian dalam manajemen bisnis dan dapat diidentifikasi sebagai faktor paling penting dalam mencapai tingkat keberhasilan dalam melakukan bisnis di Kota Pekanbaru. Temuan ini mendukung pendapat Nadzri (2000), yang menyatakan bahwa salah satu faktor

keberhasilan seorang pengusaha adalah dengan meningkatkan keterampilannya di bidang manajemen dengan bersungguh-sungguh.

Faktor keberhasilan selanjutnya adalah spesifikasi dalam bisnis yang sedang dijalankan pengusaha toko Mini Market. Faktor ini penting bagi pengelola usaha toko Mini market agar bisnis berjalan lancar dan konsisten. Konsentrasi pada satu jenis bisnis (spesifikasi) merupakan faktor penentu keberhasilan bagi pengusaha (Pengusaha Sukses, 2002; Rosdi, 2002).

Dalam penelitian ini menemukan bahwa faktor penting yang mempengaruhi keberhasilan usaha toko Mini Market adalah tidak mudah menyerah dan mundur jika tujuan tidak bisa tercapai. Faktor ini menuntut pengusaha Mini market untuk bersungguh-sungguh, bersemangat, optimis dalam menyelesaikan apa pun kendala dan rintangan yang ditemui. Hal ini relevan dengan pendapat Rosdi (2002), ia menyatakan bahwa faktor penentu keberhasilan seseorang pengusaha termasuk ketahanan mental yang tinggi, tidak takut terhadap perubahan dan kegagalan dan menganggap semua itu tantangan hidup yang harus dinikmati. Oleh karena itu, pengusaha toko Mini market memiliki sikap tidak takut sebagai faktor penentu keberhasilan mereka.

Dalam wawancara dengan responden terungkap bahwa Faktor keberhasilan pengusaha Mini Market adalah mandiri dalam mengembangkan bisnis. Meskipun bisnis yang dijalankan oleh pengusaha toko Mini Market masih menempati peringkat perdagangan, mereka masih menjalankan bisnis tanpa meminta bantuan dari orang lain. Namun bimbingan dan arahan dari pihak-pihak top manajemen masih diperlukan.

Temuan di atas sesuai dengan pendapat Nadzri (2000), salah satu faktor utama keberhasilan pengusaha adalah belajar dari para ahli dan orang-orang yang lebih

berpengalaman terhadap seluk-beluk bisnis tanpa sungkan. Faktor kemandirian dalam mengembangkan bisnis adalah salah satu faktor penting bagi seorang pengusaha (Pengusaha Sukses, 2002; Rosdi, 2002).

Faktor keyakinan dalam menjalankan bisnis sama pentingnya dengan kepercayaan diri dan tidak takut gagal. Ini adalah salah satu dari lima faktor penentu keberhasilan yang paling penting yang ditemukan dalam perusahaan toko Mini market di Kota Pekanbaru-Provinsi Riau. Keyakinan terhadap kapasitas diri memungkinkan pengusaha Mini Market dalam mencapai keberhasilan bisa melakukan berbagai strategi. Faktor ini sesuai dengan teori yang diperkenalkan oleh Khairuddin (1996) yang menyatakan bahwa salah satu faktor keberhasilan utama para pengusaha yang berkecimpung dalam berbagai bisnis adalah kepercayaan akan kemampuan sendiri atau kemandirian.

Faktor berikutnya adalah memiliki keinginan dalam bisnis. menurut informasi yang diperoleh dari beberapa responden penelitian ini menunjukkan bahwa pengusaha toko Mini Market yang terjun ke dunia bisnis ini adalah karena keinginan mereka yang kuat. Pernyataan ini juga relevan dengan keterangan yang diungkapkan oleh Nadzri (2000), yang menyatakan bahwa keinginan yang kuat dan berbakat dalam berbisnis adalah salah satu faktor untuk meraih keberhasilan seorang pengusaha.

Temuan kajian ini menunjukkan bahwa pengelola toko Mini Market di kota Pekanbaru dalam menjalankan usahanya tidak takut menghadapi kekuatan pesaing. Faktor ini turut disokong oleh Walter Kuemmaerle (2002); Usahawan Sukses (2002) dan Rosdi (2002) yang menyatakan bahwa tidak takut menghadapi pesaing merupakan salah satu faktor kejayaan utama bagi setiap usahawan.

Keberanian menghadapi risiko juga merupakan salah satu faktor keberhasilan

bagi pengusaha Mini market. Faktor keberanian menghadapi risiko ini adalah faktor yang paling penting ketika seseorang memasuki dunia bisnis (Md Mohar, 2000; Rosdi, 2002; Nadzri, 2000). Namun, bagi pengusaha toko Mini Market kesediaan mereka untuk menghadapi risiko masih rendah mengingat bisnis mereka dikategorikan sebagai usaha kecil. Oleh karena itu, pengusaha toko Mini market agak ragu mengambil sikap terhadap resiko yang tidak jelas.

Berdasarkan hasil wawancara dengan responden terungkap pula bahwa faktor penentu keberhasilan pengusaha toko Mini market yaitu bertindak cepat dalam mengubah strategi. Faktor ini adalah faktor terakhir sebab pengusaha too Mini Market merupakan usaha yang masih baru dalam dunia bisnis. Oleh karena itu, mereka tidak mengubah strategi bisnis dan mempertahankan strategi yang ada. Inilah sebabnya mengapa untuk menyusun strategi baru biasanya membutuhkan biaya yang relatif tinggi. Faktor ini harus ada pada pengusaha tetapi kurang penting bagi pengusaha yang menjalankan usaha toko Mini Market.

Dengan demikian dapat diringkaskan bahwa di antara sepuluh karakter pengusaha toko Mini market yang telah diuraikan diatas menetapkan bahwa faktor-faktor tersebut adalah faktor penentu keberhasilan bagi pengusaha toko Mini Market di Kota Pekanbaru Provinsi Riau. Meskipun bisnis mereka masih berkisar pada sektor perdagangan dalam dunia bisnis, kesepuluh item ini adalah faktor yang memungkinkan mereka untuk berhasil memenuhi syarat untuk membuat strategi pengembangan berikutnya. Ketika seorang pengusaha dapat mengelola bisnis mereka secara sistematis dan memanfaatkan peluang sebaik mungkin, maka kesuksesan dapat diraih dengan mudah dibandingkan dengan mereka yang hanya bergantung pada peluang masa tanpa berusaha mendapatkan apa yang mereka inginkan.

## PENUTUP

### Simpulan

Berdasarkan daripada temuan penelitian ini melalui hasil wawancara kepada beberapa responden, maka terungkaplah bahwa keberhasilan toko Mini market di Kota Pekanbaru ditentukan oleh beberapa faktor, diantaranya adalah :

1. Mempunyai keahlian dalam manajemen bisnis, artinya pengusaha toko Mini Market dalam menjalankan usahanya sudah memiliki manajemen yang bagus.
2. Memiliki spesifikasi dalam bisnis yang sedang dijalankan, artinya pengusaha toko Mini Market dalam menjalankana usahanya hanaya focus dalam satu bidang usaha yaitu di sektor perdagangan.
3. Memiliki semangat juang dan optimis, artinya tidak mudah menyerah dan mundur jika tujuan tidak bisa tercapai. Faktor inilah kunci keberhasilan pengusaha toko Mini market.
4. Mandiri dalam mengembangkan bisnis adalah salah satu kunci keberhasilan pengusaha toko Mini market, mereka dalam menjalankan usahanya tidak bergantung kepada orang lain, walaupun usahanya bergerak di sektor perdagangan.
5. Faktor keyakinan dalam menjalankan bisnis sama pentingnya dengan kepercayaan diri dan tidak takut gagal. Artinya mereka pengusaha toko Mini Market di Pekanbaru-Provinsi Riau cukup sukses dalaamm menjalankann usaha berkat daripada kepercayaan kepada kemampuan diri sendiri.
6. Memiliki keinginan dalam bisnis adalah salah satu faktor kesuksesan pengusaha toko Mini market di Kota Pekanbaru. Artinya mengelola usaha perdsgsnhan dalam bentuk Mini market adalah pilihan hati nurani tidak didasari daripada tekanan atau paksaan dari pihak lain.
7. Tidak takut menghadapi kekuatan pesaing adalah karakter yang dimiliki oleh

pengusaha toko Mini market di Kota Pekanbaru, Mereka sukses menjalankan usaha dan menjadikan pesaing sebagai api membara membakar semangat untuk tetap fokus dengan usaha toko Mini market.

8. Keberanian menghadapi risiko juga merupakan salah satu faktor keberhasilan bagi pengusaha toko Mini Market di Kota Pekanbaru.
9. Kesuksesan pengusaha toko Mini Market di Kota Pekanbaru ditunjukkan oleh kemampuan dalam mengubah strategi dengan cepat, sehingga usaha toko mini market dapat berjalan dengan baik.

### Saran

Saran yang diberikan pada penelitian selanjutnya sebaiknya prioritas strategi tersebut setelah diimplementasikan kemudian dievaluasi yang hasilnya dapat memperkaya khasanah penelitian mengenai pengembangan strategi pada industri yang lainnya. Dapat digunakan untuk melakukan studi mengenai strategi pemasaran di kota lainnya dengan membandingkan berdasarkan hasil penelitian temuan ini.

### DAFTAR PUSTAKA

- Baker, J., Grewal, D. and Parasuraman, A. (1994). *The influence of Store Environment on Quality Inferences and Store Image*”, Journal of the Academy of Marketing Science, Vol. 22 No. 4, pp. 328-39.52
- Chang, C. and Tu, C. (2005). *“Exploring store image, customer satisfaction and customer loyalty relationship: evidence from Taiwan hypermarket industry”*, The Journal of American Academy of Business, Vol. 7 No. 2, pp. 197-202.
- Harun, Halimah. (1996). *Pengurusan kewangan sebagai strategi pembangunan usahawan Bumiputera*. Prosiding Seminar Kebangsaan

- Pendidikan Negara Abad Ke-21. Fakulti Pendidikan. Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Saib, Khaidir. (2018). "Kekuatan Agensi kredit Mikro dalam Membantu Pedagang Kecil Studi Kasus : baitul mal wat-Tamwil di daerah Riau" Jurnal, Volume 9, Nomor 1, Maret 2018
- Mohamad Zulkifli & Mohd Rosli. (2013). *Enterpreneurial Orientation and business Success of Malay Enterpreneurs: Religiosity as Moderator*. International Journal of Humanities and Social Science Vol. 3 No. 10 (special issue-may 2013)
- Mazursky, K. and Jacoby, J. (1986), "Exploring the development of store images", Journal of Retailing, Vol. 62 No. 2, pp. 145-65.
- Meyer, A. and Dornach, F. (1998), Annual Customer
- Moore, K.P., Aithal, G.P., (2006). *Guidelin es on the Management of Ascites in Cirrhosis*, Gut BMJ Journals, 55; 1-12
- Rashid, Zaleha. (2004). Pengurusan perniagaan di kalangan peniaga-peniaga kecil Bumiputera di Tanah Rancangan Felda. Kertas Projek Sarjana Pendidikan. Universiti Kebangsaan Malaysia
- Rosita, Waili. (1999). *Analisis pengurusan kewangan dalam kalangan peniaga runcit Bumiputera Muslim: Satu kajian di Daerah Kecil Kabong, Sri Aman Sarawak*. Kertas Projek. Universiti Malaya.
- Rosnani, Abdul Aziz. (1998). *Kajian mengenai prestasi peniaga-peniaga kecil Bumi putera di Kota Bharu Kelantan*. Latihan Ilmiah. Universiti Putra Malaysia.
- Sarifah, Rohaya Bt Wan Idris et al., (2013). *Faktor-faktor Kritikal Kejayaan Perniagaan Kedai Runcit Koperasi di Negeri Sarawak*, Malaysian Journal of Co-operative Studies, Volume 9, ms 94-114
- Siti Nor Wardatulaina Mohd Yusof. (2011). *Success factors in Enterpreneurship: The Case Study of Malaysia, Pilot Research Work (Phd Thesis)*, Department D'Economia De L'Empresa, Universitat Autonoma de Barcelona.
- Siti Arni Basir, Bharudin Che pa, Raja Hisyamudin Raja Sulong. (2009). *Prinsip-prinsip kualit ke arah melahirkan usahwan muslim yang Berjaya*. Jurnal Syariah, JIL 17, BIL 2 (2009) 327-352
- Suaibah Binti Abu Bakar, Azlah Bin Md Ali, Dr Rozeyta Binti Omar, Pm Dr Hisham-duddin Md Som, Syaharizatul Noorizwan binti Muktar (2007), *Penglibatan Kaum Wanita Dalam Aktiviti Keusahawanan di Negeri Johor: Kajian Terhadap Faktor-faktor Kritikal Kejayaan dan Kegagalan Pengendalian Perniagaan*. *Vot penyelidikan* *Vot 75087*, Jabatan Pembangunan Sumber Manusia, Fakulti Pengurusan dan Pembangunan Sumber Manusia, UTM
- Yahya, Ibrahim. (2014). *Keusahawanan dan Daya Saing Dalam Sektor Pelancongan Pulau*, Cetakan Pertama 2014, Penerbit Universiti Sultan Zainal Abidin (UniSZA)
- Yin, R.K. (1994). *Case Study Research: Design and Methods*. Beverly Hills, CA: Sage Publications
- Yusnidah Ibrahim, Faudziah Zainal Abidin, Anggapan Regupathi. (2005). *Isu-Isu Kewangan Industri Kecil dan Sederhana (IKS)*. Sintok, Kedah, Malaysia: Universiti Utara Malaysia.
- Zaimah Zainal. (2004). *Pembangunan keusahawanan peniaga kecil-kecilan wanita luar bandar*. Kertas Projek Sarjana Pendidikan. Universiti Kebangsaan Malaysia.