

Inovasi Usaha Retail Menengah dalam Mempertahankan Customer Loyalty Pada Toko Cahaya Putra di Masa Pandemi Covid – 19

Muhammad Ivan Fadly, Beni Dwi Komara
Universitas Muhammadiyah Gresik, Jawa Timur, Indonesia
ivanfadly0205@gmail.com, benikomara@umg.ac.id

Abstrak

Banyaknya usaha ritel modern memberikan dampak kurang baik bagi usaha ritel tradisional. Tingkat persaingan dalam dunia bisnis yang tinggi membuat pengusaha toko ritel tradisional harus bijak dalam menentukan strategi agar usahanya tetap bertahan dan mampu berkembang. Apalagi pandemi covid-19, pengusaha di tuntut lebih inovatif karena terjadi banyak sekali perubahan perilaku pelanggan dan berkurangnya pasar tingkat menengah berubah menjadi ekonomi bawah. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui bisnis model toko ritel, dampak pandemi covid – 19 terhadap toko ritel dan mengetahui inovasi yang dilakukan toko Cahaya Putra. Berdasarkan hasil penelitian lapangan dan bisnis model toko Cahaya Putra, *customer segment* toko Cahaya Putra yaitu buruh pabrik, pekerja proyek. *Value Propositions* menyediakan produk yang dibutuhkan konsumen. Dampak pandemi Covid-19 juga dirasakan oleh toko Cahaya Putra, adanya PPKM yang membuat toko ritel tutup lebih cepat yang membuat turunnya pendapatan toko karena mengambil keuntungan sedikit agar pelanggan tidak beralih ke pesaing. Toko Cahaya Putra melakukan inovasi untuk mempertahankan dan meningkatkan usahanya melalui penerapan *Customer Engagement Innovation* dengan taktikal *Personalization* dan *Guarantee*.

Kata kunci: Usaha Ritel, Bisnis Model Canvas, *Types of Innovation*, Dampak Pandemi Covid –19