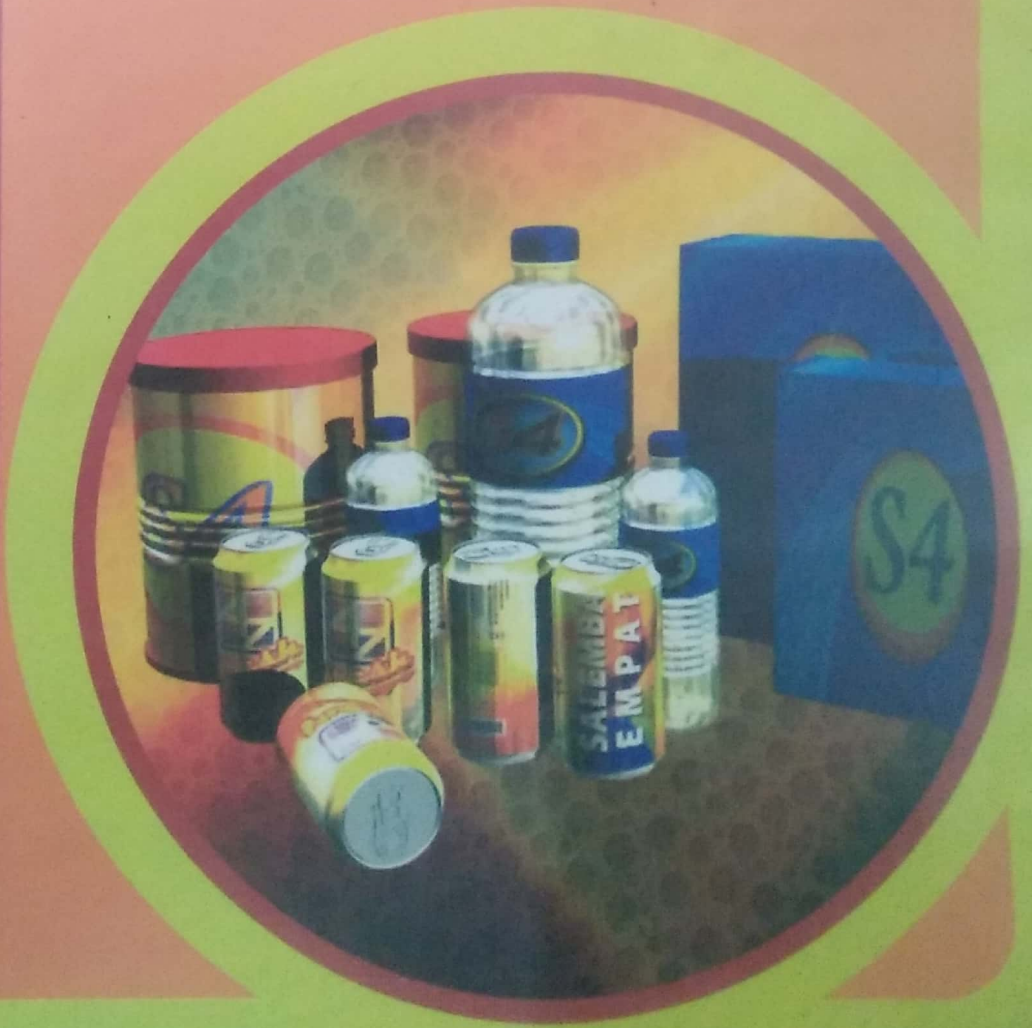





Christina Whidya Utami

Manajemen Ritel

Strategi dan Implementasi Ritel Modern



PERPUSTAKAAN
TEKOM
BNS/2006

 Penerbit
Salemba Empat

Industri ritel terus berubah seiring dengan perubahan teknologi, perkembangan dunia usaha, dan tentunya kebutuhan konsumen. Ritel adalah keseluruhan aktivitas bisnis yang terkait dengan penjualan dan pemberian layanan kepada konsumen untuk penggunaan yang sifatnya individu sebagai pribadi maupun keluarga. Agar berhasil dalam pasar ritel yang kompetitif, peritel harus dapat menawarkan produk yang tepat, dengan harga yang tepat, pada tempat yang tepat, dan waktu yang tepat. Oleh karena itu, pemahaman peritel terhadap karakteristik target pasar atau konsumen yang akan dilayani merupakan hal yang sangat penting.

Dalam operasionalnya peritel menjalankan beberapa fungsi antara lain membantu konsumen dalam menyediakan berbagai produk dan jasa, menjalankan fungsi memecah (bulk breaking), maupun menambah nilai produk. Secara keseluruhan, pengelolaan bisnis ritel membutuhkan implementasi fungsi-fungsi manajemen secara terintegrasi baik fungsi keuangan, pemasaran, sumber daya manusia, maupun operasional. Pemahaman keseluruhan atas isi buku ini membutuhkan telaah menyeluruh terhadap proses pengambilan keputusan dalam manajemen ritel yang akan diperjelas dalam empat bagian yaitu memahami lingkup bisnis ritel, mengembangkan strategi ritel, manajemen barang dagangan, dan manajemen toko.

Materi yang dibahas dalam buku ini mencakup:

BAGIAN 1 MEMAHAMI LINGKUP BISNIS RITEL

- Bab 1 Ruang Lingkup Bisnis Ritel
- Bab 2 Perilaku Belanja Pelanggan dalam Bisnis Ritel

BAGIAN 2 MENGEMBANGKAN STRATEGI RITEL

- Bab 3 Strategi Pemasaran Ritel
- Bab 4 Sumber Daya Manusia dalam Ritel
- Bab 5 Aspek Keuangan Ritel
- Bab 6 Pemilihan Lokasi Ritel dalam Area Perdagangan
- Bab 7 Sistem Informasi dan Manajemen Rantai Pasokan

BAGIAN 3 MANAJEMEN BARANG DAGANGAN

- Bab 9 Perencanaan dan Pengelolaan Keanekaragaman Barang Dagangan
- Bab 10 Sistem Pembelian Barang Dagangan
- Bab 11 Strategi Penetapan Harga
- Bab 12 Bauran Komunikasi Ritel

BAGIAN 4 MANAJEMEN TOKO

- Bab 13 Desain Tata Ruang Toko dan Visualisasi Barang Dagangan
- Bab 14 Kualitas Layanan dalam Bisnis Ritel
- Bab 15 Sistem Antrean dan Penanganan Keluhan

Di tengah-tengah langkanya buku manajemen ritel di Indonesia, kehadiran buku Manajemen Ritel Utami benar-benar membawa angin segar. Pemahaman penulis akan dunia ritel Indonesia membuat buku ini menjadi sangat praktis dan mendalam. Buku ini dikemas secara menarik dengan informasi terbaru, menjadi buku wajib yang tidak hanya harus dibaca oleh para pelaku industri ritel di Indonesia, namun juga menarik belajar tentang manajemen ritel.

Director Human resources and General Affair-PT Matahari



INVENTA
STIE

No. Reg : 2



Penerbit
Salemba Empat

ISBN: 979-691-370-4



9789796 913701

Christina Whidya Utami

Manajemen Ritel

Strategi dan Implementasi Ritel Modern



Penerbit
Salemba Empat

MANAJEMEN RITEL
Strategi dan Implementasi Ritel Modern

Christina Whidya Utami

Manajer Penerbitan dan Produksi: Edward Tanujaya
Koordinator Penerbitan dan Produksi: Ariyanto
Copy Editor: Nina Setyaningsih
Tata Letak: Sigit Kesit Jatmiko
Desain Sampul: mastergrafis



Hak Cipta © 2006, Penerbit Salemba Empat
Jl. Raya Lenteng Agung No. 101
Jagakarsa, Jakarta 12610
Telp. : (021) 781 8616
Faks. : (021) 781 8486
Website : <http://www.penerbitsalemba.com>
E-mail : info@penerbitsalemba.com

Hak cipta dilindungi undang-undang. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apa pun, baik secara elektronik maupun mekanik, termasuk memfotokopi, merekam, atau dengan menggunakan sistem penyimpanan lainnya, tanpa izin tertulis dari Penerbit.

UNDANG-UNDANG NOMOR 19 TAHUN 2002 TENTANG HAK CIPTA

1. Barang siapa dengan sengaja dan tanpa hak mengumumkan atau memperbanyak suatu ciptaan atau memberi izin untuk itu, dipidana dengan pidana penjara paling lama 7 (**tujuh**) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 5.000.000.000,00 (**lima miliar rupiah**).
2. Barang siapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran Hak Cipta atau Hak Terkait sebagaimana dimaksud pada ayat (1), dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (**lima**) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (**lima ratus juta rupiah**).

Utami, Christina Whidya

Manajemen Ritel—Strategi dan Implementasi Ritel
Modern/Christina Whidya Utami

—Cetakan Kedua—Jakarta: Salemba Empat, 2008
1 jil., 318 hlm., 21 × 26 cm

ISBN 978-979-691-370-4

1. Manajemen
I. Judul

2. Manajemen Ritel
II. Christina Whidya Utami

Ritel adalah industri yang dominan. Ada dinamika hubungan antara barang dan manusia. Barang yang dijual melalui kelatrya remitan proses produksi dan melewati pangajnya, jalur distribusi hanyalah menjadi sia-sia, apabila barang tersebut tidak dibeli oleh masyarakat melalui mekanisme pasar, antara lain melalui pasar modern.

Kita maklum bahwa agar barang dapat dimanfaatkan oleh manusia, maka diperlukan tempat, usaha, jasa atau industri yang mempertemukan barang tersebut ke pengguna yang dikenal dengan istilah ritel. Ritel dalam pengertian secara umum terlihat dari mulai pengasong dan kedai di tepi jalan, warung di kampung, toko hingga pasar modern. Ritel di dalam pembahasan buku ini ada di dalam pasar modern.

Kita juga maklum bahwa industri ritel yang tumbuh pesat dewasa ini merupakan hasil dari meningkatnya beragam hasil produksi yang dikemas dan dharu dalam rupa yang lebih menarik. Iudnya sebenarnya sama, yakni bahwa barang-barang yang ditawarkan atau yang dijual akan disertai atau akan dibeli oleh pembeli, apabila barang tersebut diperlukan oleh masyarakat.

Karena keperluan masyarakat terhadap barang meningkat dalam kualitas dan kuantitas, industri ritel tumbuh pesat sejalan dengan pertumbuhan di sektor-sektor ekonomi yang lain. Peluang inilah yang ditangkap oleh pemodal asing yang demikian agresif membangun jaringan ritel di kota-kota besar di Indonesia. Perlu diakui pula, meski tidak segenar peritel asing, pelaku ritel setempat pun melakukan ekspansi di tingkat Kabupaten/Kotamadya untuk bertaruh mencapai sukses dalam meramalkan persaingan ritel di beberapa ibukota Provinsi atau di ibukota Negara.

Saya menyambut dengan baik terbitnya buku Manajemen Ritel karya Widya Utami, seorang dosen dan peneliti di Universitas Widya Mandala, Surabaya, yang sempat saat ini, merupakan satu-satunya Perguruan Tinggi Swasta di Tanah Air yang memiliki konsentrasi di bidang Manajemen Ritel. Jakarta, kota metropolitan yang menjadi tempat merjamurnya ritel-ritel baik lokal maupun modern, baik dalam skala kecil, menengah sampai ukuran sangat besar pun, belum memiliki lembaga "Institut Ritel Indonesia".

Penulis merupakan akademisi Indonesia yang sudah sarnggup menampilkan ketumanaan ilmu. Ia mampu menguyah segala teori tentang ritel, berusaha melihat keterkaitan teori dalam praktik industri ritel di Surabaya dan sekitarnya, mengoreksinya kembali, kemudian mempertahankan teori yang diajukannya di depan Sidang Penguju dari Universitas Airlangga, Surabaya. Penulis berhasil menyandang gelar "Doktor Ritel".

BAGIAN 1 MEMAHAMI LINGKUP BISNIS RITEL 1

Bab 1 Ruang Lingkup Bisnis Ritel 3

Pendahuluan 3

Format Bisnis Ritel 4

Tren dalam Industri Ritel 6

Perbedaan yang Mendasar dan Terus Berkembang dalam
Format Ritel 7

Meningkatnya Konsentrasi Industri 7

Globalisasi 7

Penggunaan Berbagai Cara untuk Berinteraksi dengan Konsumen 8

Fungsi Ritel 8

Menyediakan berbagai jenis produk dan jasa 8

Memecah 9

Penyimpan persediaan 9

Penyedia jasa 9

Meningkatkan Nilai Produk dan Jasa 9

Karakteristik Dasar Ritel 10

Pengelompokan Berdasarkan Unsur-unsur yang Digunakan
Ritel untuk Memuaskan Kebutuhan Konsumen 10

Pengelompokan Berdasarkan Sarana yang Digunakan 15

Pengelompokan Berdasarkan Kepemilikan 18

Peluang Bisnis Ritel di Indonesia 19

Proses Keputusan Manajemen Ritel 25

Bagian I: Memahami Lingkup Bisnis Ritel 25

Bagian II: Mengembangkan Strategi Ritel 26

Bagian III: Manajemen Barang Dagangan 28

Bagian IV: Manajemen Toko 29

TENTANG PENULIS



Christina Whidya Utami, lahir di Surabaya, 3 Desember 1968. Menyelesaikan pendidikan Sarjana Ekonomi jurusan Manajemen di Universitas Airlangga (1991), Magister Manajemen Universitas Airlangga (1994), dan menyelesaikan pendidikan program Doktor dalam bidang Ilmu Ekonomi pada program pasacasarjana Universitas Airlangga (2006) dengan disertasi bidang manajemen pemasaran-ritel.

Saat ini bekerja sebagai staf pengajar di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya sebagai koordinator rumpun mata kuliah manajemen ritel. Beberapa aktivitas penelitian, pelatihan, maupun wawancara dilakukan dengan para praktisi di bidang ritel menjadi bekal untuk mengembangkan program-program pelatihan di bidang ritel maupun penyusunan buku serta modul-modul pembelajaran manajemen ritel.

- Achrol, R. 1997. Change in the Theory of Interorganizational Relationship in Marketing: Toward a Network Paradigm dalam *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 5, No. 1, Hal. 56-71.
- Anderson, C. dan Zeithaml. 1984. Stage of Product Life Cycle, Business Strategy and Business Performance dalam *Academy of Management Journal*, Vol. 7 Maret, Hal. 5-24.
- Anderson E, dan B.A. Weitz. 1992. The Use of Pledges to Build and Sustain Commitment in Distribution Channels dalam *Journal of Marketing Research*, Vol. 29, No.1, Hal. 18-34.
- _____, C. James, dan Narus A. James. 1990. A Model of Distributor Firm and Manufacturer Firm Working Relationship dalam *Journal of Marketing*, Vol. 54, No.1, Hal. 42-58.
- Aviliani dan Elu Wilfirdaus. 1997. Membangun Kepuasan Pelanggan Melalui Kualitas Pelayanan dalam *Usahawan* 120, No. 5, Tahun XXVI, Mei.
- Badan Pusat Statistik Kantor Statistik Provinsi Tingkat I Jatim. 2002. *Profil Perusahaan Perdagangan Berbadan Hukum Tahun 2001-2003*.
- Beatty, Sharon E, et al. 1996. Customer-Sales Associate Retail Relationship dalam *Journal of Retailing*, Vol. 72, No. 3, Hal. 223-47.
- Bell, J, Gilbert, Lockwood. 1997. Service Quality in Food Retailing Operations: Critical Incident Analysis. The International Review of Retail dalam *Journal of Distribution and Consumer Research*, Vol. 7, No. 4, Hal. 405-423.
- Bendapudi, N, dan Berry. 1997. Customer Motivations for Maintaining Relationship with Service Provider dalam *Journal of Retailing*, Vol. 73, No. 1, Hal. 15-37.
- Berman, B. dan J.R. Evans. 2001. *Retail Management A Strategic Approach Eighth Edition*. New Jersey: Prentice Hall, Inc.