PEMASARAN RITEL

KESATUAN
PRESS

KESATUAN
entrepreneur center

ADIL FADILLAH
BAMBANG HENGKY R.
WEMAN SUARDY

PEMASARAN RITEL

**Adil Fadillah
Bambang Hengky
Weman Suardy**

**KESATUAN PRESS
BOGOR**

**Kesatuan
Entrepreneur
Center**

Tantangan Ritel Terkini

TUJUAN INSTRUKSIONAL

Setelah Mempelajari Bab ini diharapkan Mahasiswa mampu mengetahui :

- 🚩 **Tantangan Yang Dihadapi Ritel Saat Ini**
- 🚩 **Tantangan Dalam Hubungan Bisnis Ritel**
- 🚩 **Tantangan Dalam Teknologi Ritel**
- 🚩 **Tantangan Etika Dalam Ritel**
- 🚩 **Strategi Ritel Menghadapi Tantangan**

SESI 6

Tantangan Yang dihadapi Ritel Saat Ini

Untuk mencapai kesuksesan, strategi retail harus mampu mengantisipasi dan menyesuaikan pada setiap perubahan lingkungan. Dengan demikian, perusahaan yang baik harus mampu menganalisa setiap kesempatan dan ancaman – itulah tantangannya.

Suatu perusahaan harus menyoroti dan menyesuaikan pada kecenderungan yang terjadi secara lebih awal untuk memuaskan target pasarnya dan bertahan di depan pesaing.

Setidaknya, terdapat tiga tantangan yang dihadapi ritel dalam operasionalisasinya: Tantangan dalam Hubungan Bisnis Ritel, Tantangan Dalam Teknologi Ritel dan Tantangan Etika Dalam Ritel

Tantangan Dalam Hubungan Bisnis Ritel

Dalam hubungan bisnis retail, pengecer harus mencari bentuk untuk membentuk dan memelihara ikatan jangka panjang dengan pelanggan, bukannya bertindak sebagai pihak yang baru melakukan pertemuan baru dengan pelanggannya dalam suatu transaksi penjualan. Supaya hubungan bisnis dapat bekerja dengan baik, diperlukan adanya hubungan yang erat dengan anggota saluran lain, seperti halnya dengan pelanggan. Kedua-duanya merupakan pekerjaan menantang.

Bergabungnya Anggota Saluran Distribusi (Produsen, Pedagang Besar, dan Pengecer) untuk menghadirkan suatu sistem penyerahan nilai, yang meliputi semua aktivitas, diperlukan untuk berkembang, menghasilkan, dan menjual barang-barang tertentu atau memberikan layanan jasa.

Ketika mereka membangun hubungan saluran yang kuat, anggota suatu sistem penyerahan nilai dapat memberikan layanan yang lebih baik satu sama lain dan bagi konsumen akhir

Hubungan Saluran yang efektif dipengaruhi oleh lima belas unsur.

Gambar 7 Unsur-unsur Pendukung Hubungan Saluran yang Efektif

Tantangan Dalam Teknologi Ritel

Kemajuan teknologi akan menguntungkan ketika hasilnya berupa suatu arus informasi yang dikembangkan antara pengecer dan para pemasok mereka, seperti halnya dilakukan antara pengecer dan pelanggan mereka.

Transaksi dengan pelanggan akan lebih *smoother*, operasi usaha lebih efisien, lebih cepat, pengambilan keputusan lebih insightful, manajemen inventori lebih baik; dan produktivitas karyawan lebih besar.

Tantangan bagi pengecer adalah teknologi itu mungkin saja selalu berubah dengan cepat, hal ini membuat sulit untuk memilih sistem baru tersebut; mungkin saja akan berbeda antara teknologi baru dengan teknologi yang telah digunakan, yang bisa saja tidak cocok

Beberapa teknologi kadang berkembang lebih cepat dibanding dengan kesiapan konsumen dalam mempergunakannya. Misalnya berbelanja via internet. Kecenderungan yang ada tidak sekedar tidak mampu menggunakannya namun terletak pula pada kepercayaan konsumen dalam menggunakannya

Selain itu, teknologi tinggi tersebut tidak semua retail mampu mengadopsinya, mungkin saja hanya retailer besar yang bisa “membeli” teknologi demikian.

Beberapa contoh Teknologi dalam Usaha Retail:

- e-Commerce
- Barcode-Reader
- ATMs
- Debit Card
- a Self-Checkout Station
- Delivery Service
- Credit Card
- etc...

Tantangan Etika Dalam Ritel

Tantangan etis yang dihadapi pengecer masuk dalam tiga kategori yang saling berhubungan, yaitu: etika, tanggung jawab sosial, dan perlindungan konsumen.

Etika (*ethics*) berhubungan dengan prinsip moral dan nilai-nilai dari perusahaan.

Tanggung jawab sosial (*social responsibility*) bertalian dengan akting untuk bermanfaat bagi masyarakat.

Perlindungan Konsumen (*consumerism protection*) memerlukan perlindungan hak konsumen. “Perilaku Baik” didasarkan tidak hanya pada praktek perusahaan, tetapi juga pada harapan dan norma-norma dari masyarakat di mana bisnis tersebut berada

Strategi Ritel Menghadapi Tantangan

Dalam menghadapi tantangan tersebut, Ritel dapat menggunakan beberapa strategi berikut ini :

Merger, Diversifikasi, dan Downsizing

Merger merupakan penggabungan perusahaan eceran yang dimiliki secara terpisah. Dengan Diversifikasi, pengecer cenderung menjadi lebih aktif dalam bisnis, di luar operasi normal mereka dan mereka menambahkan barang dan/atau kategori layanan berbeda.

Karena adanya diversifikasi dan merger, banyak retail ukurannya yang tumbuh secara dramatis. Mereka belum semuanya bisa berjalan lancar melalui pendekatan ini.

Seperti di sektor manufaktur, meskipun perusahaan kuat dan sedang berkembang, mereka cenderung banyak yang melakukan aksi Downsizing pada beberapa bagian retail yang kinerjanya tidak memuaskan, seperti menutup toko yang tidak lagi menguntungkan.

Penerapan Cost Containment dan Value-Driven

Dengan pendekatan *Cost Containment*, pengecer bekerja keras untuk menekan biaya investasi awal dan biaya usaha yang berkelanjutan.

Cost Containment dapat terpenuhi oleh satu atau lebih keputusan strategy-mix berikut ini :

- Standardisasi prosedur operasi
- Standardisasi layout toko, ukuran, dan strategi penawaran produk
- Penggunaan lokasi sekunder, unit freestanding, dan lokasi lama dan menempati lokasi yang ditinggalkan oleh yang lain
- Penempatan Toko dalam komunitas masyarakat lebih kecil di mana peraturan pembangunan lebih sedikit tegas, biaya tenaga kerja lebih rendah, serta biaya usaha dan konstruksi dikurangi
- Penggunaan material konstruksi murah, seperti lantai beton
- Penggunaan peralatan tetap yang lebih sederhana dan biaya display yang murah
- Pembelian peralatan diperbaharui

- Bergabung dengan kelompok kerjasama pembelian dan periklanan
- Memberi harapan kepada pemasok untuk membiayai inventaris

Strategi Penyesuaian

Salah satu tantangan yang paling utama bagi pedagang eceran adalah membuat orang menerima suatu retail sebagaimana retail yang diinginkan. Dimana konsumen percaya bahwa pada retail tertentu merupakan suatu perjalanan belanja yang special.

Kunci sebuah retail adalah memandang, menggambarkan, dan memposisikan diri mereka sebagai tempat berbelanja yang diinginkan.

Mereka harus bekerja keras untuk menjadi yang diinginkan oleh konsumen yang dengan sadar mencarinya, bukannya menempatkan konsumen untuk menjelajah sendiri ke dalam.

LEMBAR KERJA

TANTANGAN DALAM HUBUNGAN BISNIS RITEL

Seandainya Anda bertindak sebagai vendor, penawaran apakah yang sebaiknya Anda sampaikan sebagai penghargaan bagi ritel agar dicapai kesepakatan bisnis

Penjelasan:

TANTANGAN DALAM HUBUNGAN BISNIS RITEL

Manager Ritel mencoba memutuskan dari berbagai vendor untuk pembelian item produk yang akan diperdagangkan. Ada dua pilihan menggunakan Merek Perusahaan atau Merek Privat. Dengan menggunakan data di bawah ini, tentukan vendor yang memberikan penawaran menarik dan menguntungkan!

Evaluasi terhadap Kinerja Merek

Isu	Bobot Kepentingan	Merek Perusahaan	Hasil 1	Merek Privat	Hasil 2
Reputasi Vendor	8	5		5	
Layanan	7	6		7	
Ketepatan Pengiriman	9	7		5	
Kualitas Barang Dagangan	7	8		4	
Peluang Mark-Up	6	4		8	
Kemampuan Mewujudkan Permintaan	5	7		5	
Asistensi Kegiatan Promosi	3	6		8	

TANTANGAN DALAM TEKNOLOGI RITEL

Teknologi Ritel apa saja yang Anda temui pada ritel berikut ini :

No	Teknologi Ritel	Ritel Mikro	Ritel Kecil	Ritel Menengah	Ritel Besar
1	E-Commerce				
2	Cash Register				
3	Debet Card				
4	Self Check Out Station				
5	Step Escalator				
6	CCTV				
7	Lift				
8	Barcode-Reader				
9	ATM				
10	Credit Card				
11	Delivery Service				
12	Straight Escalator				
14	Sound System				
14	Air Conditioner				
15					

TANTANGAN DALAM TEKNOLOGI RITEL

Anda adalah Pemilik Ritel dengan omset per hari Rp 150 ribu, jumlah konsumen yang melakukan pembelian mencapai 20 orang per hari, target pasar Anda adalah konsumen yang bertempat tinggal di sekitar lokasi ritel Anda.

Teknologi Ritel apa saja yang akan Anda sediakan dalam mendukung operasional ritel Anda :

√	Teknologi Ritel	√	Teknologi Ritel
	E-Commerce		Barcode-Reader
	Cash Register		ATM
	Debet Card		Credit Card
	Self Check Out Station		Delivery Service
	Step Escalator		Straight Escalator
	CCTV		Sound System
	Lift		Air Conditioner

TANTANGAN DALAM TEKNOLOGI RITEL

Teknologi Ritel untuk mendukung Konsumen Penyandang Cacat

No	Teknologi Ritel
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
14	
14	
15	

DAFTAR REFERENSI

- Anderson, E.; Day, S. G.; Rangan, V.K., 1997. *Strategic Channel Design*. Journal of Sloan Management Review, 59-69.
- Beaman , Jill A. and Aaron J. Johnson, 2006. A Guide for Manufacturers Food Distribution Channel Overview. EM 8921 • December 2006, the Food Innovation Center, Oregon State University.
- Bustiner Irving, 1986. *Basic Retailing*, Irwin-Homewood, Illinois
- Cadilhon, Jean-Josep et. al, 2003. Wholesale Markets and Food Distribution in Europe: New Strategies for Old Functions, Muazhong Agricultural University, China
- Carpenter, M.A; Sanders, G, 2007. *Strategic Management: a dynamic perspective: concepts and concepts*. New Jearsey: Pearson Education.
- Dion, Jim. Topping, tap., 1998. *Start and Run a Profitable Retail Business*, Self Counsel Press, USACanada.
- Golden, Lawrence, W. Zimmerman, Donald A., 1986. *Effective Retailing*, Second Edition, Houghton Mifflin Company, Boston
- Joanna Nowakowska-Grunt, 2009. Strategy of Distribution in Food Industry Companies. Annales Universitatis Apulensis Series Oeconomica, 11(2), 2009. Warsawa : Czestochowa University of Technology
- Michelle Christian and Gary Gereffi, 2010. The Marketing and Distibution of Fast Food. Springer Science + Business Media.
- Petljak, Kristina, 2013. Distribution Channels Of Organic Food In The Republic Of Croatia. POSLOVNA IZVRSNOST ZAGREB, GOD. VII (2013) BR. 1, Croatia.
- Pratt Center for Community Development, 2013. Distribution Challenges & Opportunities for NYC's Small, Specialty Food & Beverage Manufacturers, August 2013 Report for Food Study.
- Turban, E; Leidner, D; McLean, E; Wetherbe, J., 2007. *Information Technology for Management*. Asia : John Wiley & Sons, Inc
- Pauziah, P. and Mulyana, M., 2018. Formulation of The Green Marketing Development Strategy for the Body Shop Botani Square Bogor. In *THE INTERNATIONAL CONFERENCE ON ACCOUNTING AND MANAGEMENT SCIENCE* (p. 171).
- Hidayat, L., Mulyana, M. and Effendy, M., 2018. Membangun Kepuasan Mahasiswa Pengguna Laboratorium Komputer. *JAS-PT Jurnal Analisis Sistem Pendidikan Tinggi*, 1(2), pp.93-101.
- Sulistiono, S., Nurendah, Y. and Mulyana, M., 2019. Mengukur Minat Studi Siswa SMA dan SMK di Kota Bogor Pada Program Studi Kewirausahaan. *JAS-PT Jurnal Analisis Sistem Pendidikan Tinggi*, 3(1), pp.1-12.
- Mulyana, M. and Khrisnayoga, P.P., 2019. OBSERVASI PERILAKU KONSUMEN DALAM BERBELANJA ONLINE.

- Nurendah, Y., Mulyana, M. and Muanas, M., 2018. Evaluasi dan Pemetaan Minat Studi Siswa SMA dan SMK di Kota Bogor Pada Program Studi Ekonomi Syariah. *JAS-PT Jurnal Analisis Sistem Pendidikan Tinggi*, 2(2), pp.83-94.
- Nurendah, Y., 2015. Strategy to Improvement Sustainability of Distinctively Local Snacks Based on Evaluation and Profile Mapping of SMEs Distinctively Local Snacks. *International Journal on Advanced Science, Engineering and Information Technology*, 5(5), pp.334-338.
- Binangkitsari, L. and Sulistiono, S., 2018. The Influence of Brand Equity Elements on Purchase Decision and Its Implication on Customer Loyalty. In *THE INTERNATIONAL CONFERENCE ON ACCOUNTING AND MANAGEMENT SCIENCE* (p. 305).
- H V Purba, J. (2019). The Influence of China's Vegetable Oil Consumption on Indonesia's CPO Exports and Its Implications on IndonesiaChina Trade Balance. *Proceeding Interuniversity Forum for Strengthening Academic Competency*, 1(1), 203.
- Nugroho, J. and Purba, J.H.V., 2018. Analysis of Long-Term Financial Management Policy Case Study PT Sierad Produce Tbk. In *THE INTERNATIONAL CONFERENCE ON ACCOUNTING AND MANAGEMENT SCIENCE* (p. 323).
- Munawar, A., 2018. Analysis Differences Financials Performances on Jokowi Regime. In *THE INTERNATIONAL CONFERENCE ON ACCOUNTING AND MANAGEMENT SCIENCE 2018* (p. 96).
- Paramita, D. A., & Fadillah, A. (2019, July 23). Factors That Influence Small Business Performance in One-Way Traffic System Area. Retrieved from osf.io/preprints/inarxiv/kps5c
- K., & Fadillah, A. (2019, July 23). Influence of Celebrity Endorser, Attractiveness and Packaging Impressions on Interest in Watching Pesbukers ANTV. Retrieved from osf.io/preprints/inarxiv/gf4yq

Ritel telah menjadi bagian tak terpisahkan dari Saluran Distribusi produk dari manufaktur ke konsumen,

Perkembangan bentuk, format dan strategi ritel sudah sedemikian ragam.

Perkembangan tersebut membuka peluang sangat besar bagi SDM yang minat berkarir di bidang ritel.

Buku ini memberi gambaran praktis tentang mengelola bisnis ritel serta pengembangannya

ISBN 978-979-18532-9-0

978-979-18532-9-0