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**

SESI 5

Lokasi Ritel

TUJUAN INSTRUKSIONAL

Setelah Mempelajari Bab ini diharapkan Mahasiswa mampu mengetahui :

- 🚩 **Pentingnya Lokasi Ritel**
- 🚩 **Memilih Lokasi Ritel**

PENTINGNYA LOKASI RITEL

Lokasi Ritel seringkali menjadi keputusan sangat penting yang dibuat oleh ritel, karena pertimbangan berikut:

PERTAMA, Lokasi merupakan pertimbangan utama bagi konsumen dalam memilih ritel

KEDUA, keputusan memilih lokasi ritel merupakan strategi penting. Karena ritel dapat menggunakannya sebagai keuntungan untuk bersaing

Ada 3 tipe Lokasi Dasar yang bisa dipilih oleh Ritel :

A. Shopping Centers

B. City or Town Locations

C. Freestanding Locations

Ritel pun dapat memilih tempat di lokasi nontradisional seperti airport atau lokasi lainnya

SHOPPING CENTERS

Istilah Shopping Center sudah dikenal sejak awal tahun 1950-an.

Shopping Center merupakan grup ritel dan bisnis lain yang direncanakan, dibangun, dimiliki dan dimanage sebagai satu kepemilikan.

Bentuk Shopping Center ada dua :

1. Strip Shopping Center. Yaitu Shopping Centers yang umumnya mempunyai tempat parkir langsung di depan toko. Canopy terbuka membuat mudah akses ke toko, namun kelemahannya tidak mempunyai area jalan yang menghubungkan dengan toko lain
2. Malls. Yaitu Shopping Centers yang menyediakan area parkir di tempat terpisah dari toko (terpencil) dan pelanggan akan berjalan untuk menuju toko. Mall memiliki ruas jalan yang diapit toko (berhadapan) untuk dilalui konsumen.

CITY OR TOWN LOCATIONS

Sekalipun shopping center ini berada di kota besar, lokasi ritel ini bertipe tidak direncanakan, dimiliki banyak pemilik, dan mempunyai akses langsung dari jalan.

The Central Business District merupakan area bisnis tradisional yang berada di keramaian kota dalam suatu kota besar.

Area tersebut banyak dilalui orang selama jam-jam bisnis berlangsung dan di saat orang-orang pergi ke area tersebut untuk bekerja. Di sana terdapat transportasi umum dan lalu lintas pejalan kaki yang tinggi.

CBD yang sukses adalah yang dekat dengan area yang berpenduduk besar.

Contoh: Kawasan Bisnis Sudirman

FREESTANDING LOCATIONS

Freestanding Sites merupakan lokasi yang tidak terhubung dengan ritel yang lain, sekalipun banyak yang lokasinya dekat dengan mall. Contoh di Indonesia adalah Pedagang Kaki Lima.

MEMILIH LOKASI RITEL

Lokasi yang terbaik bagi retail adalah lokasi yang mampu mewujudkan tingkat permintaan dan penjualan yang tinggi.

Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat Permintaan suatu area/lokasi perdagangan :

1. Skala Ekonomi
2. Karakteristik Demografi dan Gaya Hidup Konsumen
3. Iklim Bisnis (Trend Pasara, Trend Tenaga Kerja)
4. Persaingan
5. Rentang Kendali Manajerial (*Span of Managerial Control*)
6. Isu Lokasi secara Global

Faktor-faktor yang mempengaruhi menarik tidaknya suatu lokasi :

1. Aksesibilitas.
Akses pada suatu lokasi ritel akan dikatakan menyenangkan di kala konsumen dengan mudah untuk menuju dan keluar dari area ritel.
Jika dianalisa secara makro (**Macro Analysis**), ritel akan mempertimbangkan hal-hal utama yang berkaitan dengan suatu area perdagangan dan hal tsb akan dievaluasi secara simultan, seperti ruas jalan, kondisi jalan dan penghalang/barrier (misal: sungai, gunung)

Secara mikro (*Micro Analysis*), ritel akan berkonsentrasi pada hal-hal yang berkaitan dengan hal-hal sekitar ritel, seperti: visibilitas/jarak pandang, arus lalu lintas, lahan parkir dan jalan masuk/keluar.

2. Keuntungan Lokasi.

Karena lokasi yang baik membutuhkan biaya lebih, maka ritel harus mempertimbangkan hal penting ini. Sehingga lokasi yang dipilih betul-betul memberikan keuntungan bagi ritel.

Prinsipnya, lokasi ritel dipilih karena ingin mendekati segmen sasarannya.

Suatu lokasi bisa jadi cocok bagi suatu produk, namun belum tentu cocok bagi produk lainnya.

Adakalanya dengan memilih lokasi yang disejajarkan dgn ritel lain yang sejenis akan memunculkan keamanan, kesepakatan penutupan toko secara bersama, dan sejenisnya.

LEMBAR KERJA

SHOPPING CENTERS

Dari 3 (tiga) lokasi / ritel di Kota Bogor berikut ini mana yang termasuk Shopping Centers :

- a. Botani Square
- b. Ruko Vila Indah Pajajaran
- c. Toko Ngesti

Lokasi Pilihan Anda:

Penjelasan:

CITY OR TOWN LOCATIONS

Apakah Pusat Bisnis Suryakencana Bogor terkategori City or Town Location? Jelaskan alasan Anda!

Penjelasan:

FREESTANDING LOCATIONS

Mana ritel yang terkategori Freestanding Location? Jelaskan alasan Anda :

- a. Toko Glory
- b. Pedagang Martabak City di Jl Ranggagading
- c. Soto Pak Salam Suryakencana

Lokasi Pilihan Anda:

Penjelasan:

Apakah Lokasi KAWASAN AIR MANCUR di Kota Bogor merupakan lokasi yang strategis sehingga sangat menguntungkan jika dijadikan tempat berbisnis? Jelaskan alasan Anda!

Penjelasan:

Apakah Lokasi TAMAN KENCANA di Kota Bogor merupakan lokasi yang strategis sehingga sangat menguntungkan jika dijadikan tempat berbisnis? Jelaskan alasan Anda!

Penjelasan:

Apakah Lokasi JALAN RAYA TAJUR di Kota Bogor merupakan lokasi yang strategis sehingga sangat menguntungkan jika dijadikan tempat berbisnis? Jelaskan alasan Anda!

Penjelasan:

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