



MANAGEMENT RETAIL

P5



Manajemen Pemasaran 2



Definisi Retail

- Menurut Kotler (2000:502) retailing yaitu: “Penjualan eceran meliputi semua aktivitas yang melibatkan penjualan barang atau jasa pada konsumen akhir untuk dipergunakan yang sifatnya pribadi, bukan bisnis”
- Menurut Gilbert (2003:6) Retail adalah semua usaha bisnis yang secara langsung mengarahkan kemampuan pemasarannya untuk memuaskan konsumen akhir berdasarkan organisasi penjualan barang dan jasa sebagai inti dari distribusi.
- Menurut Levy dan Weitz (2001:8) “Retailing adalah satu rangkaian aktivitas bisnis untuk menambah nilai guna barang dan jasa yang dijual kepada konsumen untuk konsumsi pribadi atau rumah tangga”. Jadi konsumen yang menjadi sasaran dari retailing adalah konsumen akhir yang membeli produk untuk dikonsumsi sendiri





Perkulakan / Grosir

- Grosir atau wholesaler adalah pihak perantara antara produsen dengan para pedagang eceran (retail). Pedagang grosir biasanya akan membeli barang langsung dalam jumlah banyak dari produsen, dengan harga lebih rendah. Kemudian, menjual produknya dalam jumlah besar ke pengecer
- Pedagang grosir merupakan bagian penting dari saluran pemasaran. Pedagang grosir meningkatkan jangkauan produk perusahaan dan risiko penjualan kepada pelanggan. Pedagang grosir dapat menyimpan persediaan berbagai macam produk sehingga membantu biaya bagi perusahaan dan waktu bagi pelanggan. Wholesaler dapat menjadi telinga dan mata bagi perusahaan dalam memahami persaingan dan pelanggan.



Retail dan Grosir

- Perbedaan pedagang retail dan grosir adalah pedagang grosir biasanya barang dengan kuantitas yang banyak dan harga yang murah.
- Sedangkan pedagang eceran menjual barang pada konsumen tingkat akhir dalam jumlah yang kecil dengan harga yang relatif lebih tinggi dari penjual grosir.
- Pedagang grosir akan menciptakan hubungan antara pihak produsen dengan pedagang eceran. Sementara pengecer menciptakan hubungan antar pihak grosir dan pelanggan.
- Perbedaan lainnya dapat dilihat dari harga. Harga grosir pasti akan selalu lebih rendah daripada harga eceran.



Margin Keuntungan

- Margin untuk pedagang grosir dapat berkisar dari 3% hingga 30% dari harga jual, sedangkan margin untuk ritel dapat hingga mencapai 60%. Ini semua tergantung pada jenis produk, biaya distribusi dan pemasaran





Pengecer Toko (Store Retailing)



Jenis	Penjelasan	Contoh
Toko Khusus (Speciality Stores)	Menjual lini produk yang sempit dengan ragam yang lebih banyak dalam lini tersebut; ada toko lini tunggal, toko lini terbatas, toko sangat khusus	The body Shop, M2000
Toko serba ada (Departemen Store)	Menjual berbagai lini produk; pakaian, perlengkapan rumah tangga, dan barang kebutuhan rumah tangga dan tiap lini beroperasi sebagai suatu departemen tersendiri yang dikelola oleh pedagang khusus	Matahari, Ramayana, Rimo, Metro
Pasar Swalayan (Supermarket)	Operasi yang relatif cukup besar, berbiaya rendah, Volume tinggi, Swalayan, dirancang untuk melayani semua kebutuhan konsumen; makanan, cucian dan produk perabatan rumah	Hero, Gelael, Superindo, Tip Top



Toko Klontong (Convenient Stores)	Toko relatif kecil dan terletak dipemukiman, memiliki jam buka yang panjang selama tujuh hari dalam seminggu dengan menjual lini produk convenience yang terbatas serta tingkatan perputaran tinggi.	Indomaret, Alfamart, Circle K
Toko Diskon (Discount Stores)	Menjual harga standar dengan harga lebih murah karena mengambil margin yang lebih rendah dan menjual dengan volume yang tinggi. Toko diskon sebenarnya secara reguler menjual dagangannya pada harga rendah.	Elektronik City
Pengecer Potongan Harga (off-price retailer)	Membeli pada harga lebih rendah daripada harga grosir dan menetapkan harga pada konsumen lebih rendah daripada harga eceran	
a. Toko Pabrik (Factory Outlet)	Dimiliki dan dioperasikan oleh produsen dan biasanya menjual barang berlebih, tidak diproduksi lagi, atau tidak reguler	Donnatello, Dexter





b. Pengecer potongan harga independen (independent off-price retailer)	Dimiliki dan dijalankan oleh pengusaha atau divisi dari perusahaan besar	Filene's Basement
c. Klub Gudang (Warehouse Clubs)	Menjual pilihan terbatas dari produk makanan bermerek, perlengkapan rumah tangga, pakaian dengan diskon besar bagi anggota yang membayar iuran tahunan. Beroperasi dalam bangunan seperti gudang melayani usaha kecil dan para anggota kelompok	Sports Warehouse
Toko Super (Superstore)	Bertujuan memenuhi kebutuhan konsumen untuk produk makanan yang dibeli rutin maupun bukan makanan, terbagi atas :	
a. Toko Kombinasi (combination store)	kombinasi antara department store dan general store.	toko Kombinasi A&P
b. Pasar hyper (Hypermarket)	Berkisar antara 4,650 m ² - 18,600 m ² . dan menggabungkan prinsip-prinsip pasar swalayan, toko diskon dan pengeceran gudang.	Hypermart, Carrefour, giant

Jenis-jenis Penjualan Eceran Tanpa Toko (Nonstore retailing)



Jenis	Penjelasan	Contoh
Penjualan langsung (Direct Selling)	Perusahaan yang menjual produknya dari rumah ke rumah, kantor ke kantor dan dari pesta ke pesta	
a. Penjualan satu-satu (One-to-one selling) (Seorang wiraniaga mengunjungi dan mencoba menjual produk ke satu pembeli potensial	Avon, Electrolux
b. Penjualan satu-ke banyak/pesta (One-to-many (party selling)	Seorang wiraniaga datang ke rumah seorang yang mengundang teman dan tetangganya ke pesta	Tupperware





c. Pemasaran bertingkat (Multilevel marketing)	Perusahaan-perusahaan menrekrut para usahawan independen yang bertindak sebagai distributor yang akhirnya merekrut orang lain untuk menjual produk mereka. Imbalan bagi distributor adalah persentase penjualan ke seluruh kelompok penjualan yang direkrut distributor maupun penjualan langsung pelanggan eceran	Amway, Sofi Marten
Pemasaran Langsung (Direct marketing)	Berawal dari pemasaran lewat surat, katalog, pemasaran lewat telpon (telemerketing), pemasaran tanggapan langsung lewat televisi (program home shopping) dan belanja elektronik (internet)	Home shopping, Bank dengan katalog



Mesin Penjual otomatis
(Automatic Vending)

Telah diterapkan untuk
berbagai jenis barang
dagangan termasuk barang
impulse goods dengan nilai
kenyamanan yang tinggi dan
produk lain

Mesin Coca Cola, Kotak
surat kabar

Jasa Pembelian (Buying
service)

Suatu pengecer tanpa toko
yang melayani konsumen
khusus biasanya karyawan
organisasi besar, seperti
sekolah, rumah sakit. Para
anggota organisasi menjadi
anggota jasa pembelian dan
berhak membeli dari suatu
daftar pengecer terpilih yang
telah setuju memberikan
diskon bagi anggota jasa
pembelian



IBIK



Mengelola Bisnis Retail

Diperlukan berbagai macam cara dalam mengelola bisnis retail agar dapat berhasil, yaitu :

1. Berikan kode khusus untuk barang - barang

Kode barang ini pun dapat memudahkan Anda dalam melakukan peletakan pada gudang. Misalnya kode barang AA-1 di letakan di baris pertama dan seterusnya. Keunggulan pemberian kode barang ini juga akan memudahkan Anda untuk memberikan kecepatan dan ketepatan pada saat terjadi banyak pesanan.

2. Letakan barang yang dijual di dalam gudang tersendiri

Gudang adalah salah satu element penting dalam bisnis retail, seperti dijelaskan di poin pertama gudang akan sangat membantu Anda dalam mengorganisir penyusunan stok barang. Ketika adanya pemesanan Anda tidak perlu khawatir dan berlama - lama dalam pencarian barang.



Mengelola Bisnis Retail

3. Pencatatan transaksi penjualan

Ketika bisnis retail sudah berkembang pencatatan transaksi penjualan adalah hal yang paling penting. Anda pasti tidak menginginkan jumlah uang yang didapatkan dari penjualan tidak sesuai dengan stok barang yang ada.

Dengan pencatatan transaksi ini ada dapat menganalisa apa saja yang terjadi dalam bisnis Anda

4. Pengecekan barang masuk

Cara ini membantu mencegah adanya kerancuan pada stok barang Anda, misalnya Anda tidak mengetahui barang - barang sisa Anda kemudian Anda melakukan stok barang masuk kembali, Anda tidak akan mengetahui barang mana yang harus Anda keluarkan terlebih dahulu.

Selain itu pengecekan barang masuk juga berguna untuk mencegah adanya kerusakan barang ketika Anda membeli barang tersebut sehingga Anda tidak mengalami kerugian dalam pemberian barang.





Mengelola Bisnis Retail

5. Selalu melakukan Stok Opname

Stok opname adalah proses yang dilakukan secara berkala untuk menghitung jumlah fisik barang dan persediaan yang dimiliki oleh bisnis retail. Hasil dari penghitungan akan dibandingkan dengan jumlah pencatatan persediaan yang tersedia.





IBIK

TERIMA KASIH