

PENGELOLAAN BISNIS RITEL KELAS XI

STRUKTUR DASAR
DAN KARAKTERISTIK
BISNIS RITEL

ARIESTIKA DWI PRATIWI,S.Pd





RITEL MODERN PERTAMA

SEJARAH BISNIS RITEL

Perkembangan bisnis ritel

- Sebelum 1960-an, era ritel tradisional
- Tahun 1960-an, era pengenalan ritel modern dengan hadirnya Sarinah yang berformat Departemen
- Tahun 1970-1980-an, era perkembangan ritel modern dengan format supermarket dan departemen store yaitu Matahari, Hero, Golden Truly, Pasaraya, dan Ramayana.
- Tahun 1990-an era perkembangan convenience store (c-store) yaitu pesatnya Indomaret, high class departemen store dan branded boutique seperti Sogo, Metro, Seibu, Yaohan dan berbagai outlet lainnya, dan cash and carry seperti Makro, Goro, Indo Grosir, dan Alfa.
- Tahun 2000-2010 era perkembangan Hypermarket, factory outlet, category killer, dan e-retailing. Yaitu Family Apparel, Auto Alfamarket, Pet Supplay, dan Computer Sporting Goods
- Tahun 2010-2020 adalah era perkembangan hard discounter store dan catalog services. Era ini ditandai dengan pesatnya perkembangan e-commerce.

ILUSTRASI PERKEMBANGAN BISNIS RITEL MODERN DI INDONESIA



1960



1970-1980-an



1990-an



2000-2010



2010-2020

PENGERTIAN BISNIS RITEL

MENURUT BEBERAPA AHLI

- Menurut Kotler, ritel meliputi semua kegiatan yang melibatkan penjualan barang atau jasa secara langsung kepada konsumen akhir untuk penggunaan pribadi dan bukan bisnis
- Menurut Bermans dan Ervans, ritel adalah tingkat terakhir dari proses distribusi di dalamnya terdapat aktivitas bisnis dalam penjualan barang atau jasa.
- Menurut Gilbert, Ritel yakni segala usaha bisnis yang secara langsung mengarahkan kemampuan pemasarannya untuk memuaskan konsumen akhir berdasarkan organisasi penjualan barang dan jasa sebagai inti dari distribusi
- Menurut Tjiptono, Ritel adalah semua kegiatan penjualan barang dan jasa secara langsung kepada konsumen akhir untuk pemakaian pribadi dan rumah tangga, bukan untuk keperluan bisnis.

Bisnis ritel adalah segala aktivitas bisnis yang terkait dengan penjualan dan pemberian layanan kepada konsumen untuk penggunaan yang bersifat individu, baik pribadi maupun keluarga.



UNSUR BISNIS RITEL

Lima unsur penting yang bisa dilakukan agar dapat menghasilkan pengalaman dan pelayanan yang baik pada bisnis ritel:

1. Engagement, menjalin hubungan baik

- Bersikap ramah dan sopan saat memberi informasi produk dan mendengarkan keluhan pelanggan

2. Executional excellence, menjalankan operasional ritel dengan sempurna

- Memastikan stok harus tersedia , menguasai product knowledge, dan dapat menjelaskannya dengan baik

3. Brand Experience, Memiliki Brand yang Unik

- Menciptakan brand dan desain yang unik agar lebih berkesan

4. Expenditing, Mempermudah Proses Berbelanja

- Produk harus ditata dan dikelompokkan di tempat yang mudah dijangkau dan kasir bekerja lebih cepat untu menghindari antrean

5. Problem Recovery, Penanganan Masalah

- Kesalahan dalam pelayanan adalah hal yang wajar asalkan dapat ditangani dengan baik

KARAKTERISTIK DALAM BISNIS RITEL

Menurut Bermans dan Evans terdapat 3 karakteristik bisnis ritel yaitu

1 Kuantitas yang kecil (Small Enough Quality)

Bisnis ritel menjual barang dalam porsi kecil, dengan jumlah yang cukup untuk dikonsumsi dalam waktu tertentu

2 Pembelian Impulsif (Small Enough Quality)

Pilihan yang banyak dan harga yang ditawarkan membuat konsumen ingin membelinya. Konsumen sering memutuskan pembelian di luar daftar belanjanya

1 Kondisi Toko (Store Condition)

dipengaruhi oleh lokasi toko, efektivitas penanganan barang, jam buka toko, dan tingkat harga yang bersaing

THANK YOU!

