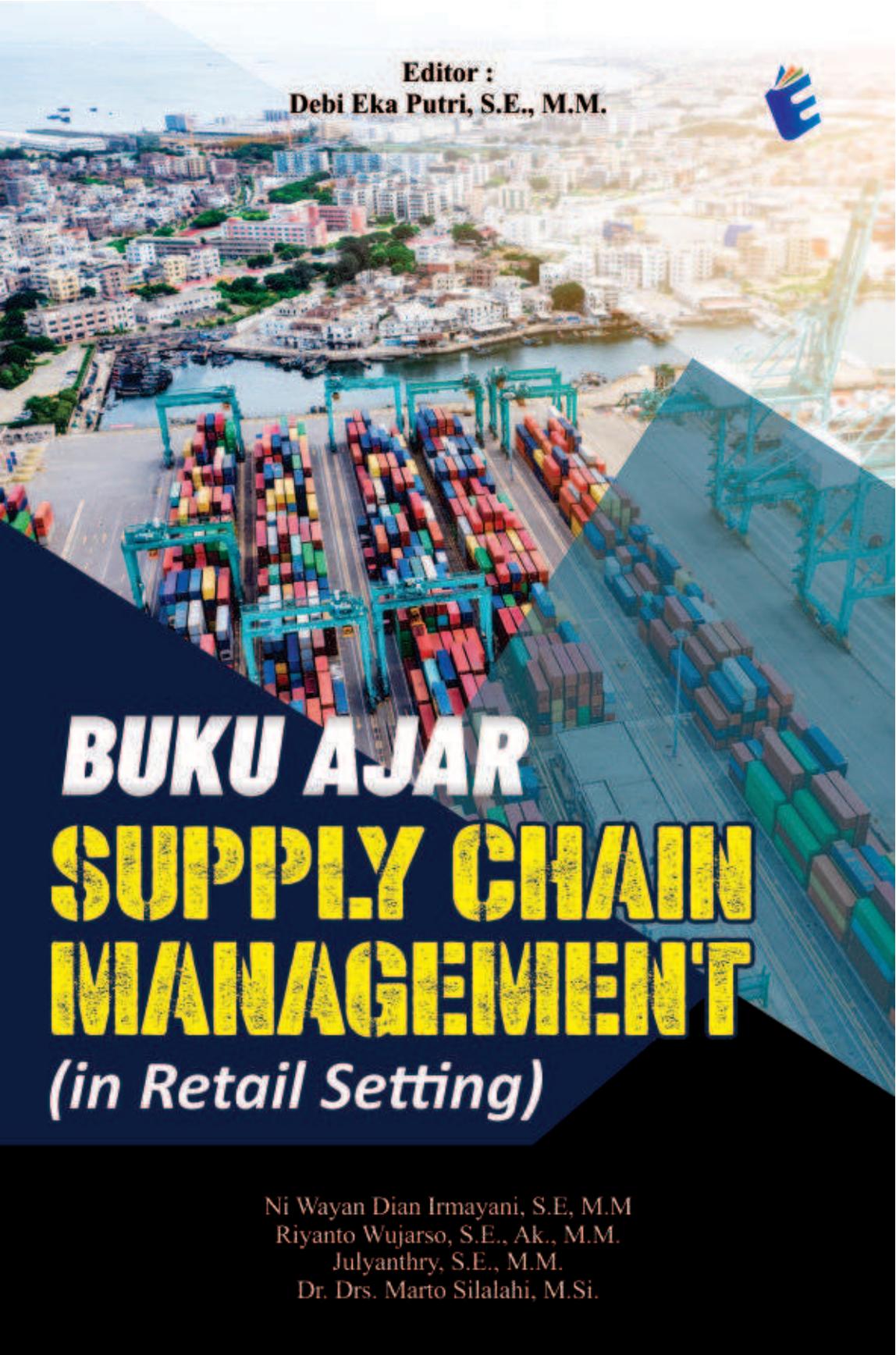


**Editor :**  
**Debi Eka Putri, S.E., M.M.**



**BUKU AJAR**  
**SUPPLY CHAIN**  
**MANAGEMENT**  
*(in Retail Setting)*

Ni Wayan Dian Irmayani, S.E. M.M  
Riyanto Wujarso, S.E., Ak., M.M.  
Julyanthry, S.E., M.M.  
Dr. Drs. Marto Silalahi, M.Si.

# BUKU AJAR SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (in Retail Setting)

*Retailing* adalah kegiatan menjual barang dan jasa kepada konsumen tingkat terakhir yang nantinya para konsumen gunakan sendiri. Jadi, konsumen atau pelanggan membeli barang tersebut dan membayar untuk mendapatkan apa yang mereka inginkan. Misal kepuasan atau rasa senang terhadap makanan atau barang yang mereka beli. *Retailer* atau para pengecer, *ritel*, melibatkan segala macam proses, mulai dari distribusi barang dan jasa ke pengecer. Proses tersebut memegang kunci rute distribusi produk yang berasal dari produsen, seperti petani atau penyedia layanan agar mencapai orang yang mengkonsumsi. *Retailer* juga merupakan salah satu elemen kunci dari strategi pemasaran yang memfasilitasi proses penargetan, memastikan bahwa suatu produk menjangkau kelompok konsumen tertentu. Strategi pemasaran perlu mencocokkan arena dimana suatu produk dibeli dengan manfaat dan karakteristik produk itu sendiri dan harganya.

Pembahasan dalam Buku Ajar ini dimulai secara berurutan dari Bab 1 Konsep Dasar *Supply Chain Management*, Bab 2 Jenis-Jenis *Retailer*, Bab 3 Perilaku Pembelian Konsumen Ritel, Bab 4 Strategi Umum dalam Bisnis Ritel, Bab 5 Pemilihan lokasi dalam bisnis Ritel, Bab 6 Pengelolaan SDM dalam Bisnis Ritel, Bab 7 *Merchandise management 1*, Bab 8 *Merchandise management 2 : study case*, Bab 9 Penentuan harga dalam bisnis ritel, Bab 10 Bauran Pemasaran dalam Bisnis Ritel, Bab 11 *Store Management in General*, Bab 12 Teknologi informasi di dunia Ritel : Menyambut abad 21.



0858 5343 1992  
eurekamediaaksara@gmail.com  
Jl. Banjaran RT.20 RW.10  
Bojongsari - Purbalingga 53362



**BUKU AJAR**  
**SUPPLY CHAIN MANAGEMENT**  
**(IN RETAIL SETTING)**

**Ni Wayan Dian Irmayani, S.E, M.M.**  
**Riyanto Wujarso, S.E., Ak., M.M.**  
**Julyanthry, S.E., M.M.**  
**Dr. Drs. Marto Silalahi, M.Si.**



**PENERBIT CV.EUREKA MEDIA AKSARA**

**BUKU AJAR**  
**SUPPLY CHAIN MANAGEMENT**  
**(IN RETAIL SETTING)**

**Penulis** : Ni Wayan Dian Irmayani, S.E, M.M  
Riyanto Wujarso, S.E., Ak., M.M.  
Julyanthry, S.E., M.M.  
Dr. Drs. Marto Silalahi, M.Si.

**Editor** : Debi Eka Putri, S.E., M.M.

**Desain Sampul** : Eri Setiawan

**Tata Letak** : Sakti Aditya, S.Pd., Gr.

**ISBN** : 978-623-487-050-3

**No. HKI** : EC00202249524

Diterbitkan oleh : **EUREKA MEDIA AKSARA, JULI 2022**  
**ANGGOTA IKAPI JAWA TENGAH**  
**NO. 225/JTE/2021**

**Redaksi:**

Jalan Banjaran, Desa Banjaran RT 20 RW 10 Kecamatan Bojongsari  
Kabupaten Purbalingga Telp. 0858-5343-1992

Surel : eurekamediaaksara@gmail.com

Cetakan Pertama : 2022

**All right reserved**

Hak Cipta dilindungi undang-undang

Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun dan dengan cara apapun, termasuk memfotokopi, merekam, atau dengan teknik perekaman lainnya tanpa seizin tertulis dari penerbit.

## KATA PENGANTAR

*Om Swastyastu*

Puji syukur penulis ucapkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan kekuatan, ketekunan dan kesabaran sehingga Buku Ajar yang sudah lama dipersiapkan ini akhirnya dapat diselesaikan.

Buku Ajar ini penulis tujukan untuk para mahasiswa dan umum yang ingin mempelajari tentang *Supply Chain Management (in Retail Setting)*. Harapan penulis tentunya mudah – mudahan Buku Ajar ini dapat menambah perbendaharaan bahan ajar yang mudah dipelajari dan dipraktekkan.

Pembahasan dalam Buku Ajar ini dimulai secara berurutan dari Bab 1 Konsep Dasar *Supply Chain Management*, Bab 2 Jenis-Jenis *Retailer*, Bab 3 Perilaku Pembelian Konsumen Ritel, Bab 4 Strategi Umum dalam Bisnis Ritel, Bab 5 Pemilihan lokasi dalam bisnis Ritel, Bab 6 Pengelolaan SDM dalam Bisnis Ritel, Bab 7 *Merchandise management 1*, Bab 8 *Merchandise management 2 : study case*, Bab 9 Penentuan harga dalam bisnis ritel, Bab 10 Bauran Pemasaran dalam Bisnis Ritel, Bab 11 *Store Management in General*, Bab 12 Teknologi informasi di dunia Ritel : Menyambut abad 21.

Penulis mengucapkan terimakasih kepada berbagai pihak yang telah membantu menyumbangkan pikiran dan tenaganya sehingga Buku Ajar ini dapat terselesaikan, penulis juga merasa bahwa Buku Ajar ini jauh dari sempurna, oleh karena itu segala masukan baik berupa saran maupun kritik yang membangun sangat diharapkan.

*Om Santih Santih Santih Om*

Juli 2022

Penulis

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI .....	iv
BAB 1 KONSEP DASAR SUPPLY CHAIN MANAGEMENT.....	1
A. KEMAMPUAN DASAR .....	1
B. KEMAMPUAN AKHIR YANG DIHARAPKAN .....	1
C. KEGIATAN BELAJAR 1 (Pengertian <i>Retailing</i> ).....	1
D. KEGIATAN BELAJAR 2 (Dampak Sosial dan Ekonomi Ritel)...8	
E. KEGIATAN BELAJAR 3 (Struktur Ritel dan Distribusi) .....	10
F. KEGIATAN BELAJAR 4 (Karir di Dunia Ritel dan Keahliannya) .....	12
G. KEGIATAN BELAJAR 4 (Contoh Perusahaan Ritel) .....	16
BAB 2 JENIS-JENIS RETAILER.....	19
A. KEMAMPUAN DASAR .....	19
B. KEMAMPUAN AKHIR YANG DIHARAPKAN .....	19
C. KEGIATAN BELAJAR 1 (Karakteristik Umum Peritel).....	19
D. KEGIATAN BELAJAR 2 (Tipe Umum : Makanan, General Merchandise, dan Servis).....	24
E. KEGIATAN BELAJAR 3 (Tipe Kepemilikan Bisnis Ritel) ...	29
F. KEGIATAN BELAJAR 4 (Kelebihan dan Kekurangan Tiap Model Saluran Ritel).....	31
G. KEGIATAN BELAJAR 5 (Tantangan Ritel Multi Channel) .	36
BAB 3 PERILAKU PEMBELIAN KONSUMEN RITEL.....	41
A. KEMAMPUAN DASAR .....	41
B. KEMAMPUAN AKHIR YANG DIHARAPKAN .....	41
C. KEGIATAN BELAJAR 1 (Proses Pembelian Secara Umum)....	41
D. KEGIATAN BELAJAR 2 ( Jenis Keputusan Membeli).....	43
E. KEGIATAN BELAJAR 3 (Faktor Sosial yang Memengaruhi Keputusan Pembelian) .....	47
BAB 4 STRATEGI UMUM DALAM BISNIS RITEL .....	51
A. KEMAMPUAN DASAR .....	51
B. KEMAMPUAN AKHIR YANG DIHARAPKAN .....	51
C. KEGIATAN BELAJAR 1 (Strategi Pasar Ritel) .....	51
D. KEGIATAN BELAJAR 2 (Target Pasar dan Format Ritel yang Tepat) .....	53

E. KEGIATAN BELAJAR 3 (Strategi Pertumbuhan Ritel).....	57
F. KEGIATAN BELAJAR 4 (Proses Strategik Perencanaan Ritel)	59
BAB 5 PEMILIHAN LOKASI DALAM BISNIS RITEL.....	64
A. KEMAMPUAN DASAR.....	64
B. KEMAMPUAN AKHIR YANG DIHARAPKAN.....	64
C. KEGIATAN BELAJAR 1 (Analisa Kemampuan Keuangan)	64
D. KEGIATAN BELAJAR 2 (Model Pengukuran Kinerja Ritel) ...	69
E. KEGIATAN BELAJAR 3 (Tipe-tipe Lokasi Ritel dan Strateginya).....	71
F. KEGIATAN BELAJAR 4 (Karakteristik Area dan Evaluasinya) .....	74
G. KEGIATAN BELAJAR 4 (Model Negosiasi Harga Lokasi).	76
BAB 6 PENGELOLAAN SDM DALAM DUNIA RITEL.....	79
A. KEMAMPUAN DASAR.....	79
B. KEMAMPUAN AKHIR YANG DIHARAPKAN.....	79
C. KEGIATAN BELAJAR 1 (Tujuan Umum Pengelolaan SDM) ..	79
D. KEGIATAN BELAJAR 2 (Isu-isu Penting dalam Pengelolaan SDM Ritel).....	83
E. KEGIATAN BELAJAR 3 (Faktor Legal SDM) .....	85
F. KEGIATAN BELAJAR 4 (Tips dan Trik Mengelola SDM yang Beragam).....	87
BAB 7 MERCHANDISE MANAGEMENT 1 .....	91
A. KEMAMPUAN DASAR.....	91
B. KEMAMPUAN AKHIR YANG DIHARAPKAN.....	91
C. KEGIATAN BELAJAR 1 (Gambaran Umum Merchandise Management).....	91
D. KEGIATAN BELAJAR 2 (Setting Inventory and Product Availability Levels).....	97
E. KEGIATAN BELAJAR 3 (Pembuatan Sistem Kontrol).....	100
F. KEGIATAN BELAJAR 4 (Analisa Kinerja Merchandising) ...	103
G. KEGIATAN BELAJAR 5 (Proses Negosiasi dengan Vendor)	107
BAB 8 MERCHANDISE MANAGEMENT 2 : STUDY CASE .....	111
A. KEMAMPUAN DASAR.....	111
B. KEMAMPUAN AKHIR YANG DIHARAPKAN.....	111
C. KEGIATAN BELAJAR 1 ( <i>Study Case</i> ).....	111
BAB 9 PENENTUAN HARGA DALAM BISNIS RITEL .....	119

A. KEMAMPUAN DASAR .....	119
B. KEMAMPUAN AKHIR YANG DIHARAPKAN .....	119
C. KEGIATAN BELAJAR 1 (Strategi Penetapan Harga) .....	119
D. KEGIATAN BELAJAR 2 (Faktor Penyusun Harga Ritel) ..	122
E. KEGIATAN BELAJAR 3 (Teknik Penetapan Harga) .....	126
F. KEGIATAN BELAJAR 4 (Isu Legal dan Etika Menetapkan Harga).....	133
BAB 10 STORE MANAGEMENT IN GENERAL .....	136
A. KEMAMPUAN DASAR .....	136
B. KEMAMPUAN AKHIR YANG DIHARAPKAN .....	136
C. KEGIATAN BELAJAR 1 (Tanggung Jawab Store Management) .....	136
D. KEGIATAN BELAJAR 2 (Memotivasi Tenaga Kerja dan Mengevaluasi dan Memberikan Feedback Kinerja) .....	140
E. KEGIATAN BELAJAR 3 (Elemen-elemen Desain Toko dan Visual Merchandising).....	151
F. KEGIATAN BELAJAR 4 (Menciptakan Atmosfer Toko yang Menarik) .....	155
G. KEGIATAN BELAJAR 5 (Customer Service Quality).....	158
BAB 11 SISTEM INFORMASI DALAM RITEL.....	160
A. KEMAMPUAN DASAR .....	160
B. KEMAMPUAN AKHIR YANG DIHARAPKAN .....	160
C. KEGIATAN BELAJAR 1 (Menciptakan Keunggulan Kompetitif Melalui Supply Chain dan Information System) .....	160
D. KEGIATAN BELAJAR 2 (Model-Model IT System di Dunia Ritel).....	168
E. KEGIATAN BELAJAR 3 (Dunia Ritel Masa Depan yang Berubah) .....	180
DAFTAR PUSTAKA .....	184
TENTANG PENULIS.....	187

# BAB 1

## KONSEP DASAR SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

### A. KEMAMPUAN DASAR

Mampu menjelaskan Konsep Dasar *Supply Chain Management*.

### B. KEMAMPUAN AKHIR YANG DIHARAPKAN

- 1 Mahasiswa dapat menjelaskan Pengertian *Retailing*
- 2 Mahasiswa dapat menjelaskan Dampak sosial dan ekonomi ritel
- 3 Mahasiswa dapat menjelaskan Struktur ritel dan distribusi
- 4 Mahasiswa dapat menjelaskan Karir di dunia ritel dan keahliannya
- 5 Mahasiswa dapat menjelaskan Contoh Perusahaan Ritel

### C. KEGIATAN BELAJAR 1 (Pengertian *Retailing*)

#### 1. Uraian dan Contoh

##### a. Pengertian *Retailing*

*Retailing* adalah kegiatan usaha menjual barang dan jasa kepada konsumen akhir. *Retailing* dapat didefinisikan sebagai produk dan layanan bisnis kepada konsumen untuk digunakan sendiri. Menurut (Kotler and Keller, 2012), "*Retailing* atau jual-ecer mencakup semua kegiatan yang terlibat dalam penjualan barang atau jasa kepada konsumen akhir untuk keperluan pribadi, non bisnis".

*Retailing* adalah kegiatan menjual barang dan jasa kepada konsumen tingkat terakhir yang nantinya para konsumen gunakan sendiri. Jadi, konsumen atau

# BAB 2

## JENIS-JENIS RETAILER

### A. KEMAMPUAN DASAR

Mampu mengidentifikasi tipe-tipe retailer yang ada.

### B. KEMAMPUAN AKHIR YANG DIHARAPKAN

1. Mahasiswa dapat menjelaskan Karakteristik umum peritel
2. Mahasiswa dapat menjelaskan Tipe umum: makanan, general merchandise, dan servis
3. Mahasiswa dapat menjelaskan Tipe kepemilikan bisnis ritel
4. Mahasiswa dapat menjelaskan Kelebihan dan kekurangan tiap model saluran ritel
5. Mahasiswa dapat menjelaskan Tantangan ritel multi channel

### C. KEGIATAN BELAJAR 1 (Karakteristik Umum Peritel)

#### 1. Uraian

- a. Karakteristik umum peritel

Kata pengecer berasal dari kata Perancis “Retail” yang berarti menjual dalam jumlah kecil, bukan dalam jumlah kotor. Pengecer adalah orang yang membeli berbagai barang dalam jumlah kecil dari grosir yang berbeda dan menjualnya ke konsumen akhir. Dia adalah mata rantai terakhir dalam rantai distribusi dari produsen ke konsumen.

#### **Karakteristik, Fungsi, dan Layanan Pengecer**

Berikut ini adalah beberapa karakteristik penting dari pengecer:

- 1) Mata rantai terakhir dalam rantai distribusi.

# BAB 3

## PERILAKU PEMBELIAN KONSUMEN RITEL

### A. KEMAMPUAN DASAR

Mampu mengidentifikasi pola perilaku konsumen dalam pembelian ritel

### B. KEMAMPUAN AKHIR YANG DIHARAPKAN

1. Mahasiswa dapat menjelaskan Proses pembelian secara umum.
2. Mahasiswa dapat menjelaskan Tipe-tipe keputusan pembelian
3. Mahasiswa dapat menjelaskan Faktor sosial yang memengaruhi keputusan pembelian

### C. KEGIATAN BELAJAR 1 (Proses Pembelian Secara Umum)

#### 1. Uraian

##### a. Proses Pembelian Umum

Pembelian adalah salah satu bagian atau divisi suatu perusahaan. Bagian pembelian harus memiliki sinergi kinerja dengan bagian lainnya misalnya gudang. Secara sederhana, pembelian menggambarkan transaksi barang atau jasa kepada pemasok yang kemudian terjadi penerimaan barang atau jasa yang dimaksud.

Perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh ciri-ciri kepribadian individu itu sendiri. Ciri-ciri kepribadian ini tidak tetap sama tetapi berubah dengan siklus hidup. Pilihan pekerjaan dan tingkat pendapatan yang sesuai juga berperan dalam menentukan perilaku konsumen. Seorang dokter dan insinyur perangkat lunak

# BAB 4

## STRATEGI UMUM DALAM BISNIS RITEL

### A. KEMAMPUAN DASAR

Mampu menjelaskan konsep strategi yang umum dipakai di dunia ritel.

### B. KEMAMPUAN AKHIR YANG DIHARAPKAN

1. Mahasiswa dapat menjelaskan Strategi pasar ritel
2. Mahasiswa dapat menjelaskan Target pasar dan format ritel yang tepat
3. Mahasiswa dapat menjelaskan Strategi pertumbuhan ritel
4. Mahasiswa dapat menjelaskan Proses strategik perencanaan ritel

### C. KEGIATAN BELAJAR 1 (Strategi Pasar Ritel)

#### 1. Uraian

- a. Strategi pasar ritel

Strategi' berarti cara yang beberapa orang gunakan pada waktu tertentu. Saat ini menggunakan kata 'strategi' sudah menjadi mode. Buktinya dapat kita lihat fenomena masyarakat yang sering membicarakan strategi pertahanan, strategi bisnis, strategi permainan (baik kriket atau catur), Strategi Nasional, Strategi Global, dan banyak lagi strategi.

Strategi ritel menguraikan misi dan visi organisasi ritel. Strategi tersebut merupakan rencana sistematis yang memberikan pengecer kerangka keseluruhan untuk berurusan dengan pesaing serta pergerakan teknologi

# BAB

# 5

## PEMILIHAN LOKASI DALAM BISNIS RITEL

### A. KEMAMPUAN DASAR

Mampu menjelaskan melakukan pemilihan lokasi ritel dengan pertimbangan yang baik..

### B. KEMAMPUAN AKHIR YANG DIHARAPKAN

1. Mahasiswa dapat menjelaskan Analisa kemampuan keuangan
2. Mahasiswa dapat menjelaskan Model pengukuran kinerja ritel
3. Mahasiswa dapat menjelaskan Tipe - Tipe lokasi ritel dan strateginya
4. Mahasiswa dapat menjelaskan Karakteristik area dan evaluasinya
5. Mahasiswa dapat menjelaskan Model negosiasi harga lokasi

### C. KEGIATAN BELAJAR 1 (Analisa Kemampuan Keuangan)

#### 1. Uraian

Tujuan keseluruhan dari pemasaran ritel adalah menciptakan dan mengembangkan layanan dan produk yang memenuhi kebutuhan khusus pelanggan dan menawarkan produk ini dengan harga yang kompetitif dan wajar yang masih akan menghasilkan keuntungan. Dalam bisnis ritel, pelanggan terletak di pusat upaya pemasaran organisasi manapun, yang menentukan keberhasilan keseluruhan produk atau layanan. Tujuan keuangan dan sasaran pemasaran ritel yaitu:

# BAB 6

## PENGELOLAAN SDM DALAM DUNIA RITEL

### A. KEMAMPUAN DASAR

Mampu menjelaskan teknik mengelola SDM di dunia ritel.

### B. KEMAMPUAN AKHIR YANG DIHARAPKAN

1. Mahasiswa dapat menjelaskan Tujuan umum pengelolaan SDM
2. Mahasiswa dapat menjelaskan Isu-isu penting dalam pengelolaan SDM ritel
3. Mahasiswa dapat menjelaskan Faktor Legal SDM
4. Mahasiswa dapat menjelaskan Tips dan Trik mengelola SDM yang beragam

### C. KEGIATAN BELAJAR 1 (Tujuan Umum Pengelolaan SDM)

#### 1. Uraian

##### a. Tujuan Umum Pengelolaan SDM

Manajemen sumber daya manusia (HRM atau hanya SDM) adalah pengelolaan tenaga kerja organisasi, atau sumber daya manusia. Divisi tersebut bertanggung jawab atas daya tarik, seleksi, pelatihan, penilaian, dan penghargaan karyawan, serta mengawasi kepemimpinan dan budaya organisasi, dan memastikan kepatuhan terhadap undang-undang ketenagakerjaan dan perburuhan. Dalam keadaan dimana karyawan menginginkan dan secara hukum berwenang untuk mengadakan perjanjian perundingan bersama, SDM biasanya juga akan berfungsi sebagai penghubung utama

# BAB 7

## MERCHANDISE MANAGEMENT 1

### A. KEMAMPUAN DASAR

Mampu menjelaskan konsep-konsep dasar merchandise management sebagai proses utama dalam dunia ritel

### B. KEMAMPUAN AKHIR YANG DIHARAPKAN

1. Mahasiswa dapat menjelaskan Gambaran umum merchandise management
2. Mahasiswa dapat menjelaskan Setting inventory and product availability levels
3. Mahasiswa dapat menjelaskan Pembuatan sistem kontrol
4. Mahasiswa dapat menjelaskan Analisa kinerja merchandising
5. Mahasiswa dapat menjelaskan Proses negosiasi dengan vendor

### C. KEGIATAN BELAJAR 1 (Gambaran Umum Merchandise Management)

#### 1. Uraian

- a. Gambaran umum merchandise management

Merchandising adalah urutan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh pengecer seperti perencanaan, pembelian, dan penjualan produk kepada pelanggan untuk digunakan. Ini adalah bagian integral dari penanganan operasi toko dan e-commerce ritel. Merchandising menyajikan produk di lingkungan ritel untuk mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan.

# BAB 8

## MERCHANDISE MANAGEMENT 2 : STUDY CASE

### A. KEMAMPUAN DASAR

Mampu menjelaskan merchandise management melalui studi kasus

### B. KEMAMPUAN AKHIR YANG DIHARAPKAN

1. Mahasiswa dapat menjelaskan Gambaran umum merchandise management
2. Mahasiswa dapat menjelaskan Setting inventory and product availability levels
3. Mahasiswa dapat menjelaskan Pembuatan sistem control
4. Mahasiswa dapat menjelaskan Analisa kinerja merchandising
5. Mahasiswa dapat menjelaskan Proses negosiasi dengan vendor

### C. KEGIATAN BELAJAR 1 (*Study Case*)

#### 1. Uraian

##### a. Strategi Ritel Matahari Department Store

Matahari Departement Store merupakan anak perusahaan dari Lippo Group yang terkenal dengan usaha retail seperti Hypermart, Matahari Department Store, Books & Beyond, saluran televisi swasta BeritaSatu, layanan internet First Media dan televisi berlangganan Big TV. Dengan perjalanan usaha yang telah dibangun selama 60 tahun, Matahari senantiasa menyediakan pilihan fashion dengan trend terkini untuk kategori

# BAB 9 | PENENTUAN HARGA DALAM BISNIS RITEL

## A. KEMAMPUAN DASAR

Mampu menjelaskan penentuan harga dalam bisnis ritel.

## B. KEMAMPUAN AKHIR YANG DIHARAPKAN

1. Mahasiswa dapat menjelaskan Macam-macam strategi harga
2. Mahasiswa dapat menjelaskan Faktor yang harus diperhatikan dalam penyusunan harga ritel
3. Mahasiswa dapat menjelaskan Teknik pricing untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan
4. Mahasiswa dapat menjelaskan Isu legal dan etikal dalam penetapan harga

## C. KEGIATAN BELAJAR 1 (Strategi Penetapan Harga)

### 1. Uraian

Harga adalah bagian yang sangat sensitif dan terlihat dari bauran pemasaran ritel dan memiliki pengaruh pada profitabilitas pengecer secara keseluruhan. Selanjutnya, penetapan harga itu sendiri merupakan bagian penting dari bauran pemasaran dan memiliki tempat tersendiri dalam proses pengambilan keputusan strategis. macam - macam strategi harga yaitu :

#### a. Penetapan harga berorientasi permintaan

Dalam penetapan harga berorientasi permintaan, harga didasarkan pada apa yang diharapkan atau mungkin bersedia dibayar oleh pelanggan. Ini

# BAB 10

## STORE MANAGEMENT IN GENERAL

### A. KEMAMPUAN DASAR

Mampu menjelaskan poin-poin utama dalam store management

### B. KEMAMPUAN AKHIR YANG DIHARAPKAN

1. Mahasiswa dapat menjelaskan Tanggung jawab store management
2. Mahasiswa dapat menjelaskan Memotivasi tenaga kerja dan mengevaluasi kinerjanya, serta memberikan feedback
3. Mahasiswa dapat menjelaskan Elemen-elemen desain toko dan visual merchandising
4. Mahasiswa dapat menjelaskan Menciptakan atmosfer toko yang menarik
5. Mahasiswa dapat menjelaskan Keunggulan kompetitif melalui customer service

### C. KEGIATAN BELAJAR 1 (Tanggung Jawab Store Management)

#### 1. Uraian

Store manager adalah seorang yang bertanggung jawab penuh atas kondisi seluruh toko dan para staff yang berada didalamnya. Dalam hirarkinya, General Manager membawahi Store Manager, selanjutnya Store Manager Membawahi seluruh staff di Retail tersebut. Untuk lebih spesifiknya, berikut sederetan tugas dan tanggung jawab seorang Store Manager:

# BAB 11

## SISTEM INFORMASI DALAM RITEL

### A. KEMAMPUAN DASAR

Mampu menjelaskan model-model penggunaan teknologi informasi di dunia ritel

### B. KEMAMPUAN AKHIR YANG DIHARAPKAN

1. Mahasiswa dapat menjelaskan Menciptakan keunggulan kompetitif melalui supply chain dan information system
2. Mahasiswa dapat menjelaskan Model-model IT system di dunia ritel
3. Mahasiswa dapat menjelaskan Dunia ritel masa depan yang berubah

### C. KEGIATAN BELAJAR 1 (Menciptakan Keunggulan Kompetitif Melalui Supply Chain dan Information System)

#### 1. Uraian

Manajemen ritel melibatkan menjalankan toko tempat barang dagangan dijual. Sistem informasi manajemen ritel mencakup penggunaan perangkat keras, perangkat lunak, dan prosedur untuk mengelola aktivitas seperti perencanaan, pengendalian inventaris, manajemen keuangan, logistik, dan transaksi titik penjualan. Gunakan sistem informasi manajemen ritel dalam bisnis Anda ketika Anda perlu mengelola toko, keuangan, dan inventaris dari satu kantor.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, G. and Kotler. P. (1997). *Prinsip-prinsip pemasaran*. Cetakan pertama. Jakarta: Erlangga.
- Atkinson, et.al. (2001). *Management Accounting*. International edition. Prentice Hall.
- Barbera, G., Inglese, P. and La Mantia, T. 1994. Influence of seed content on the some characteristics of
- Berman and Evans. (2010). *"Retail Management"*. 12th Edition. Jakarta; Pearson.
- Bhise, H., et al. (2000). *The Duel for Doorstep*. McKinsey Quarterly, Vol. 27, No. 2, pp.19-25.
- Callon, J. D., (1996). *Competitive Advantage through Information Technology*. New York: McGraw Hill, USA.
- Clemons, E., Hann, I., and Hitt, L. (1999). *Manajemen Pemasaran*, Ed.12. Jilid 1. Jakarta: Indeks. The Wharton School.
- Davenport, Thomas. (1993). *Process Innovation: Reengineering work through information technology*. Boston : Harvard Business School Press.
- Halpeth, B. and Prasad, V. 2017. *Retail Management*. Himalaya Publishing House : Mumbai
- Ives, Blake and Learmonth, Gerard P. (1984), *"The Information System As a Competitive Weapon"*, *"Communications of the ACM"*, 27,12 December. H. 1193-1201.
- Karababas M, et.al (2006) CRZI, a target of the calcineurin pathway in *Candida albicans*. *Mol Microbiol* 59:1429-1451

- Kemerer, C. (1997). *Information Technology and Industrial Competitiveness: How IT Shapes Competition*. Boston: Kluwer Academic.
- Koesworo, E et.al. (2019). *Agresi Manusia*. Bandung: PT. Eresco.
- Kotler, P. and Keller, K.L. (2012), *Manajemen Pemasaran*. Jilid I Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.
- Lea-Greenwood, G. (2013). *Fashion marketing communications*. West Sussex: John Wiley & Sons, Ltd
- Levy and Weitz. (2007). *Retailing Management* (6th ed.). New York: McGraw-Hill International.
- Mc Donald, R. A. Edwards, and J. P. D Greenhalg. (2002). *Animal Nutrition*. Sixth Ed. Prentice Hall. Gosport, London. Pp. 42-153.
- Morrar, R., Arman, H. and Mousa, S., (2017). The fourth industrial revolution (Industry 4.0): A social innovation perspective. *Technology Innovation Management Review*, 7(11), 12-20.
- Natalia, Irene and Ellitan, Lena (2019). *Strategies to Achieve Competitive Advantage in Industrial Revolution 4.0*. *International Journal of Research Culture Society*, 3 (6). pp. 10-16.
- Schwartz, Steven S.. (2000). *Abnormal Psychology: a discovery approach*. California : Mayfield Publishing Company.
- the fruit of cactus pear, (*Opuntia ficus-indica* Mill.). *Scientia Hort.*, 58:161-165.
- Turban, Rainer and Potter. (2006). *Pengantar Teknologi Informasi*. Jakarta: Salemba Infotek

Tutorials, Point. (2015). *Retail Management*. India

Xiaobing, Shu., Gong, Yeming., Jie. Xiong., Delorme, Michel. (2014). *Job Satisfaction, Work Performance and Turnover Intention: A Study on Chinese Family Enterprises*. Association Internationale de Management Stratégique .

<https://www.simplidots.com/6-elemen-retail-mix-untuk-manajemen-bisnis-ritel-yang-lebih-baik/> diakses pada tanggal 8 Juni 2022

<https://repository.unikama.ac.id/664/1/Buku%20Ajar%20Retailing.pdf> diakses pada tanggal 8 Juni 2022

## TENTANG PENULIS

### Penulis 1



**Ni Wayan Dian Irmayani, S.E, M.M**  
Dosen Politeknik Nasional Denpasar

Lahir di Denpasar, 7 Nopember 1994. Penulis lulus Sarjana Ekonomi (S.E) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana pada tahun 2015, dilanjutkan dengan Pendidikan Program Magister Manajemen (M.M) diraih pada tahun 2019 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana. Sejak tahun 2019 sampai sekarang penulis mengabdikan diri di Kampus Politeknik Nasional serta Kampus Alfa Pima Denpasar. Penulis juga senang melakukan penelitian dan menulis buku dari hasil penelitian dalam bentuk Monograf maupun buku Referensi. Penulis selalu terbuka dan senang berbagi ilmu untuk sesama. Semoga buku-buku yang kami tulis bermanfaat khususnya yang menggeluti bidang Manajemen serta masyarakat pada umumnya.

## Penulis 2



**Riyanto Wujarso, S.E., Ak., M.M.** adalah lulusan Program Pendidikan Akuntansi Universitas Brawijaya, Magister Manajemen Universitas Gadjah Mada, dan sedang menyelesaikan program doktoral ilmu ekonomi di Universitas Pancasila, Jakarta. Saat ini, penulis merupakan dosen tetap di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jayakarta Jakarta. Selain sebagai dosen, penulis pernah bekerja sebagai seorang Akuntan di PT. Saritex Jaya Swasthi (Texmaco Group), PT. Kuk Dong Internasional (*Korean Company*), dan PT. Purna Bina Indonesia (*Joint Venture* PT. Pertamina dan Bechtel Corporation yang berpusat di USA).

### Penulis 3



**JULYANTHRY, S.E., M.M.**

Lahir di B. Serbangan, 14 Oktober 1985. Penulis berdomisili di Pematangsiantar, Sumatera Utara dan merupakan salah satu tenaga pengajar di STIE Sultan Agung Pematangsiantar dan mengajar untuk jurusan Manajemen. Penulis menyelesaikan pendidikan Sarjana di STIE Sultan Agung P. Siantar pada tahun 2012 dan pendidikan Magister di Universitas HKBP Nomensen, Medan tahun 2015. Penulis mulai mengajar di STIE Sultan Agung sejak tahun 2015 hingga sekarang. Selama proses kegiatan belajar dan mengajar, penulis dipercaya mengajar beberapa mata kuliah. Beberapa mata kuliah yang pernah dan masih diampu oleh penulis antara lain: Sistem Informasi Manajemen, Etika Bisnis, Strategi Pemasaran, Analisis Pasar, Tingkah Laku Konsumen, Manajemen Jasa Layanan, Kewirausahaan, Manajemen Sumber Daya Manusia, Perilaku Organisasi dan Manajemen Operasional.

#### Penulis 4



**Dr. Drs. Marto Silalahi, M.Si.,** dilahirkan di Pematangsiantar, dua puluh tiga maret seribu Sembilan ratus tujuh puluh. Anak ketiga dari lima bersaudara, dari pasangan Bapak P.C.Silalahi (almarhum) dan Ibu Donna Ria Manurung. Pendidikan terakhir adalah strata tiga (S3) di Universitas Padjadjaran (UNPAD) di Bandung Jawa Barat, tamat tahun 2007. Telah menikah dan memiliki 2 anak perempuan dan 1 anak laki-laki. Pengalaman mengajar yaitu mengajar D-3, D-4. S-1 dan S-2. Pengalaman organisasi, diantaranya menjadi Dewan Pakar PGRI Kabupaten Simalungun dan Dewan Pendidikan Kabupaten Simalungun. Saat ini dosen STIE Sultan Agung Pematangsiantar.

## SURAT PENCATATAN CIPTAAN

Dalam rangka perlindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dengan ini menerangkan:

Nomor dan tanggal permohonan : EC00202249524, 1 Agustus 2022

**Pencipta**  
Nama : Ni Wayan Dian Irmayani, S.E, M.M., Riyanto Wujarso dkk  
Alamat : Jalan Badak Agung XI No 80X, Denpasar Bali, Denpasar, BALI, 80235  
Kewarganegaraan : Indonesia

**Pemegang Hak Cipta**  
Nama : Ni Wayan Dian Irmayani, S.E, M.M., Riyanto Wujarso dkk  
Alamat : Jalan Badak Agung XI No 80X, Denpasar Bali, Denpasar, BALI, 80235  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Jenis Ciptaan : Buku  
Judul Ciptaan : Buku Ajar Supply Chain Management (in Retail Setting)  
Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia : 1 Agustus 2022, di Purbalingga  
Jangka waktu perlindungan : Berlaku selama hidup Pencipta dan terus berlangsung selama 70 (tujuh puluh) tahun setelah Pencipta meninggal dunia, terhitung mulai tanggal 1 Januari tahun berikutnya.

Nomor pencatatan : 000365257

adalah benar berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Pemohon.  
Surat Pencatatan Hak Cipta atau produk Hak terkait ini sesuai dengan Pasal 72 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.



an Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia  
Direktur Jenderal Kekayaan Intelektual  
u.b.  
Direktur Hak Cipta dan Desain Industri

Anggoro Dasananto  
NIP.196412081991031002

Disclaimer:  
Dalam hal pemohon memberikan keterangan tidak sesuai dengan surat pernyataan, Menteri berwenang untuk mencabut surat pencatatan permohonan.