

**PARADIGMA BARU
DALAM MANAJEMEN
RETAIL MODERN**

PARADIGMA BARU DALAM MANAJEMEN RETAIL MODERN

Asep St. Sujana

 Penerbit
GRAHA ILMU

PARADIGMA BARU DALAM MANAJEMEN RETAIL MODERN

Oleh: *Asep St. Sujana*

Edisi Pertama

Cetakan Pertama, 2004

Hak Cipta © 2004 pada penulis,
Hak Cipta dilindungi undang-undang. Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apa pun, secara elektronik maupun mekanis, termasuk memfotokopi, merekam, atau dengan teknik perekaman lainnya, tanpa izin tertulis dari penerbit.



GRAHA ILMU

Candi Gebang Permai Blok R/6
Yogyakarta 55511
Telp./Fax. : 0274-882262
Website : www.grahailmu.com
E-mail : info@grahailmu.com

Sujana, St. Asep

Paradigma Baru dalam Manajemen Retail Modern/Asep St. Sujana
- Edisi Pertama – Yogyakarta; Penerbit Graha Ilmu, 2004
xvi + 232 hlm, 1 Jil. : 23 cm.

ISBN: 979-3289-

1. Manajemen

I. Judul

*Kebanggaan tak Terhingga
Teruntuk
Istrinda Supinah SUJANA, SH
dan
Anak-anakku Tersayang;
Ahmad Rizky Zulfikar SUJANA,
Annisa Cahaya Fatimah SUJANA,
Muhammad Raushan Fekar SUJANA,
Muhammad Ksatria Adhyaksa SUJANA*



KATA PENGANTAR

*P*uji syukur penulis sampaikan kepada hadirat Allah SWT; Sang Pencipta, Tuhan Semesta Alam yang atas izin dan perkenan-Nya penulisan buku ini dapat terselesaikan.

Penulis mempersembahkan buku ini ke khalayak pembaca sekalian sebagai sebuah bentuk persembahan kecil untuk memperkaya wacana seputar dunia retail, khususnya dalam Konsep Retail Merchandising. Seperti karya tulis pertama (Retail Negotiator Guidance) dari penulis, buku inipun merangkum pengalaman praktis penulis selama berkarier sebagai praktisi di bidang retail dan mengemasnya secara sistematis dalam suatu kerangka wacana secara umum.

Buku ini dimaksudkan sebagai bahan rujukan dan wacana pembanding bagi para manajer maupun *business owner* di bidang retail dan juga rekan-rekan dari kalangan supplier. Sebagai bahan bacaan atau kajian dipersilakan juga bagi para pembaca umum untuk menambah khasanah pengetahuan seputar dunia retail.

Harapan penulis sumbangsih kecil ini dapat menumbuhkan forum dialog dalam memperkaya khasanah pemikiran bagi pengembangan bisnis retail di tanah air kita tercinta. Penulis sangat menantikan kritik dan saran demi perbaikan dalam terbitan selanjutnya. Kritik dan saran dapat disampaikan via email ke: sudjana_asep999@msn.com atau asep4wpa@yahoo.com.

Buku ini tersusun atas dorongan rekan-rekan di WPA ReSULTANT dan Fress-e RetailEXPERTs; Bapak Putu B SAHADEWA, Bapak Anis SETIJAWAN, Bapak Bonnie F. DEWANTARA, Bapak Chridono HUTOMO, Bapak Pricahyo EXAMINANTO, dan Bapak Suntoro PURWADI. Penulis sangat berterima kasih atas dukungannya.

Terima kasih juga penulis sampaikan atas simpati dan dukungan Bapak Handaka Santosa (Ketua Umum DPP Aprindo) dan Mr. Thierry BROCARD (Manajemen SOGO Indonesia - Supermarket). Kepada rekan-rekan sekerja; Sri Dewi Tjahyani, Yanty Mety, Dino, Suhaman, Doddy, Paryanto, Samuel, Frida, Yayat, Nur, Pepen, Eka, Saman, Rosita, Dwi, Satria, dan Andi, serta kepada yang lain yang tidak dapat disebutkan satu-persatu, penulis sampaikan terima kasih.

Akhirnya, penulis senantiasa berharap buku ini dapat bermanfaat bagi segenap pembaca. Selamat Membaca

Bravo Dunia Retail Indonesia!!!

Jakarta, Juli 2004

Asep ST SUJANA



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR LAMPIRAN	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAGIAN PERTAMA	1
BAB 1 PENDAHULUAN	3
A. Latar Belakang	3
B. Kalangan Pembaca Buku Ini	6
C. Pokok-pokok Materi Buku Ini	7
BAB 2 SEPUTAR MANAJEMEN BISNIS RETAIL	11
A. Konsep Retailing	11
B. Karakteristik dan Tipologi Bisnis Retail	15
BAB 3 ASPEK INTERNAL DAN POSISI PASAR	23
A. Aspek-Aspek Internal Bisnis Retail	23
B. Posisi Pasar Bisnis Retail	26
BAB 4 KONSEP DASAR MERCHANDISING	33
A. Definisi Merchandising	33
B. Pandangan Baru tentang Retail Merchandising	36
C. Fungsi-Fungsi Merchandising	38

BAB 5 PROSES MERCHANDISING DI TOKO	47
A. Gambaran Secara Umum	47
B. Proses Pemesanan (Order) Barang	51
C. Proses Penerimaan Barang (Receiving)	55
D. Distribution Center (Cross-Docking & Central Warehousing)	57
E. Proses Pengembalian Barang (Returning)	59
F. Proses Pemusnahan Barang (Breakage/Wastage)	61
G. Proses Transfer Barang Internal Toko	62
H. Proses Transfer Barang Antartoko	64
BAB 6 KESEIMBANGAN DAN LAJU INVENTORY	67
A. KOnsep Keseimbangan Inventory	67
B. Pengendalian Inventory	71
C. Konsep Laju Inventory	76
D. Kalkulasi Order Barang	78
BAB 7 TOLOK UKUR PROSES MERCHANDISING	89
A. Pengertian Umum	89
B. Indikator Kekosongan (Stock-Out)	90
C. Indikator Ketidak-gerakkan Barang (Dead-Stock)	92
D. Barang Luput-Order dan Negative Stock	95
BAB 8 RANGKUMAN BAGIAN PERTAMA	97
A. Rangkuman	97
B. Kesimpulan	100
BAGIAN KEDUA	103
BAB 9 KONSEP DASAR MANAJEMEN KATEGORI	105
A. Definisi	105
B. Pengertian dan Dasar Kategori-sasi	106
C. Elemen-Elemen Kunci	107
D. Manfaat Kategorisasi Barang	108
E. Fungsi-Fungsi Manajemen Kategori	112
F. Tahapan Implementasi Manajemen Kategori	113
G. Filosofi Perubahan dalam Imple-mentasi	117