**PENGANTAR**

**Gambaran Umum**

Buku praktikum bisnis eceran ini merupakan bagian integral dari mata kuliah bisnis eceran, sehingga materi buku ini merupakan aplikasi dari konsepdan teori yang sudah diberikan dalam mata kuliah bisnis eceran.

Praktikum ini diselenggarakan dalam rangka memberikan latihan keterampilan dan pengalaman di dunia praktis kepada mahasiswa dalam membuat kebijaksanaan dalam mengelola bisnis eceran. Selanjutnya agar praktikum ini berjalan lancar, maka mahasiswa hendaknya sudah memehami dan mengerti pengetahuan-pengetahuan dasar yang berkaitan dengan pemasaran, penjualan eceran, keuangan serta metode kuantitatif.

**Tujuan Instruksional Umum**

Dengan mengikuti praktikum ini diharapkan mahasiswa dapat memahami dan mampu membuat kebijaksanaan pengelolaan bisnis eceran.

**Materi Praktikum**

Materi praktikum ini dirancang untuk dikerjakan dalam 10 kali pertemuan, dan kepada mahasiswa diharapkan mengadakan pengamatan terhadap beberapa jenis bisnis eceran dilingkungan Kota Bandung untuk melengkapi pembahasan praktikum. Bahan praktikum dibuat bervariasi berupa soal, pembahasan, studi kasus dan penyelesaian masalah.

**PRAKTIKUM I**

**MANFAAT BISNIS ECERAN**

*Retailing* merupakan serangkaian aktivitas bisnis yang menyangkut penjualanbarang dan jasa kepada konsumen yang digunakan untuk keperluan pribadi ataupun keluarga.

Bisnis eceran memberikan manfaat baik bagi konsumen, perusahaan maupun bagi perekonomian secara keseluruhan.

**Manfaat bisnis eceran bagi konsumen :**

* Memperkecil skala pembelian (*Bulk breaking*)
* Memilih produk yang tepat (*Assorting*)
* Menyimpan (*Storing*)
* Memberikan informasi (*Informing*)
* Memberikan pelayanan (*Serving*)

**Manfaat bisnis eceran bagi perusahaan :**

* Pendistribusian barang kepada konsumen
* Menyalurkan informasi kepada konsumen
* Pengalihan resiko yang disebabkan keusangan secara fisik, perubahan teknologi atau perubahan gaya hidup
* Memperlancar siklus produksi

**Manfaat bisnis eceran bagi perekonomian :**

* Menciptakan kegunaan bentuk
* Menciptakan kegunaan tempat
* Menciptakan kegunaan waktu
* Menciptakan kegunaan kepemilikan

**INSTRUKSI**

Saudara diminta untuk memberikan deskripsi mengenai bisnis eceran bagi konsumen, perusahaan dan bagi perekonomian secara keseluruhan dengan disertai contoh nyata.

|  |  |
| --- | --- |
| **Manfaat bisnis eceran bagi konsumen** | **Deskripsi** |
| 1. Memperkecil skala pembelian |  |
| 1. Memilih produk yang tepat |  |
| 1. Menyimpan |  |
| 1. Memberi informasi |  |
| 1. Memberikan pelayanan |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Manfaat bisnis eceran bagi perusahaan** | **Deskripsi** |
| 1. Pendistribusian barang bagi konsumen |  |
| 1. Menyalurkan informasi dari konsumen |  |
| 1. Mengalihkan resiko |  |
| 1. Memperlancar siklus produksi |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Manfaat bisnis eceran bagi perekonomian** | **Deskripsi** |
| 1. Menciptakan kegunaan bentuk |  |
| 1. Menciptakan kegunaan tempat |  |
| 1. Menciptakan kegunaan waktu |  |
| 1. Menciptakan kegunaan kepemilikan |  |

**PRAKTIKUM II**

**TIPE BISNIS ECERAN**

Secara umum bisnis eceran dapat dibedakan antara usaha eceran yang menggunakan toko (*Store-based Retailing*) dan bisnis tanpa menggunakan toko (*Nonstore Retailing*). Berdasarkan macam dan variasi barang yang dijual,toko eceran dapat di bedakan menjadi :

* *General-lile store* seperti  *Departement store* dan  *Super store*
* *Limited-line store* seperti *Speciality store*  dan  *Boutiques*
* *Food store* seperti *Supermarket* dan *convience store*
* *Category killers*

**INSTRUKSI**

Saudara diminta menentukan contoh pengecer yang termasuk dalam tipe bisnis eceran yang tertera dalam lembar kerja berikut kemudian deskripsikan apa saja karakteristik yang menunjukan bahwa bisnis eceran tersebut termasuk kedalam klasifikasi yang diminta.

|  |  |
| --- | --- |
| **JENIS PENGECER** | **DESKRIPSI** |
| 1. ***Departement store*** |  |
| 1. ***Super store*** |  |
| 1. ***Speciality store*** |  |
| 1. ***Boutique*** |  |
| 1. ***Supermarket*** |  |
| 1. ***convience store*** |  |
| 1. ***Catagory killer*** |  |

PRAKTIKUM III

PENILAIAN KONSUMEN TERHADAP PENGECER

Saudara diminta untuk mengumpulkan data mengenai penilaian konsumen terhadap sebuah Supemarket/Departemen Store yang ada disekitar Kota Bandung, pilihlah 10 (sepuluh)orang responden yang pernah berbelanja di pengecer tersebut. Isilah identitas responden berdasarkan hasil wawancara dengan responden.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Identitas Responden** | **R-1** | **R-2** | **R-3** | **R-4** | **R-5** |
| Nama |  |  |  |  |  |
| Usia |  |  |  |  |  |
| Jenis kelamin |  |  |  |  |  |
| Penghasilan |  |  |  |  |  |
| Pekerjaan |  |  |  |  |  |
| Pendidikan |  |  |  |  |  |
| Status perkawinan |  |  |  |  |  |
| Agama |  |  |  |  |  |
| Suku |  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Identitas Responden** | **R-6** | **R-7** | **R-8** | **R-9** | **R-10** |
| Nama |  |  |  |  |  |
| Usia |  |  |  |  |  |
| Jenis kelamin |  |  |  |  |  |
| Penghasilan |  |  |  |  |  |
| Pekerjaan |  |  |  |  |  |
| Pendidikan |  |  |  |  |  |
| Status perkawinan |  |  |  |  |  |
| Agama |  |  |  |  |  |
| Suku |  |  |  |  |  |

Isilah kolom-kolom dalam tabel berikut ini dengn menggunakan turus sesuai dengan hasil wawancara dengan responden. Kemudian buatlah pembahasan mengenai bagai maa konsumen menilai tinggi rendahnya manfaat (benefit) yang akan diperoleh sebelum memilih tempat belanja.

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **karakteristik Pengecer** | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **TOTAL** |
| 1 | Harga barang yang dijual |  |  |  |  |  |  |
| 2 | Biaya transportasi untuk mencapai toko |  |  |  |  |  |  |
| 3 | Waktu yang diperlukan untuk mencapai toko |  |  |  |  |  |  |
| 4 | Waktu yang dihabiskan untuk berbelanja mulai saat masuk hingga melakukan pembayaran |  |  |  |  |  |  |
| 5 | Waktu buka toko |  |  |  |  |  |  |
| 6 | Kelengkapan barang yang dijual |  |  |  |  |  |  |
| 7 | Kemudahan untuk mendapatkan informasi mengenai barang yang dijual |  |  |  |  |  |  |
|  | **TOTAL** |  |  |  |  |  |  |

Keterangan : Skala penilaian antara 1 sanpai dengan 5

Angka yang lebih besar menunjukan penilaian yang lebih baik

**Pembahasan :**

**Pembahasan :**

**PRAKTIKUM IV**

**ANALISIS LOKASI**

Lokasi merupakan salah satu aspek penting dalam menentukan keberhasilan bisnis eceran. Oleh karena itu setiap pengecer harus melakukan analisis terhadap lokasi usahanya. Faktor-faktor yang harus dipertimbangkan dalam melakukan analisis lokasi meliputi :

* *Demografi* yaitu karakteristik populasi seperti usia, jenis kelamin, pendapatan, tingkat pendidikan,karakteristik keluarga yang digunakan pengecer untuk mempertimbangkan pengecernya.
* *Ekonomi* meliputi faktor-faktor yang akan mempengaruhi pengecer secara finansial seperti pendapatan perkapita suatu negara, tingkat bunga,tingkat pengangguran serta kondisi perekonomian secara keseluruhan.
* *Budaya* yaitu karakteristik yang mempengaruhi cara komsumen berbelanja serta barang apa yang biasa di beli. Norma, adat istiadat, standar dan bahasa yang biasa digunakan merupakan faktor budaya yang mempengaruhi konsumen dalam membentuk perilaku pembelian.
* *Tingkat permintaan* merupakan faktor yang gambaran daya beli konsumen yang menjadi target pengecer.
* *Persaingan* merupakan faktor-faktor yang menunjukan adanya keunggulan antara satu pengecer dengan pengecer yang lainnya, antara lain barang dan jasa yang ditawarkan serta citra atau persepsi pengecer dalam benak konsumen.
* *Infrastruktur* merupakan faktor-faktor yang berkaitan dengan kerangka kerja dasar yang memungkinkan pengecer mengoperasikan usahanya dengan baik. Faktor ini meliputi kondisi transportasi, jaringan komunikasi dan listrik, peraturan atau hukum yang berlaku dan keamanan.

**INSTRUKSI**

Saudara diminta untuk membuat deskripsi mengenai dua pengecer yang berbeda di dua lokasi yang berbeda menurut faktor-faktor diatas, kemudian buatlah hal-hal apa yang menjadi kelebihan dan kekurangan dari kedua lokasi yang dipilih oleh masing-masing pengecer tersubut.

Pengecer :

|  |  |
| --- | --- |
| **Faktor yang mempengaruhi** | **Deskripsi** |
| 1. Demografi |  |
| 2. Ekonomi |  |
| 3. Budaya |  |
| 4. Tingkat permintaan |  |
| 5. Persaingan |  |
| 6.Infrastruktur |  |

Pengecer :

|  |  |
| --- | --- |
| **Faktor yang mempengaruhi** | **Deskripsi** |
| 1. Demografi |  |
| 2. Ekonomi |  |
| 3. Budaya |  |
| 4. Tingkat permintaan |  |
| 5. Persaingan |  |
| 6.Infrastruktur |  |

**Pembahasan :**

**PRAKTIKUM V**

**PEMILIHAN LOKASI TOKO**

Rumah makan Parahiyangan merencanakan untuk membuka rumah makannya yang baru di sekitar Kota Bandung. Lokasi yang menjadi alternatif perusahaan adalah sekitar JL. Cihampelas, sekitar JL. Buahbatu dansekitar JL. Raya Lembang. Untuk keperluan tersebut phak manajemen telah memiliki beberapa kriteria yang harus dipenuhi dari suatu lokasi, yaitu :

* Potensi perdagangan eceran
* Besarnya populasi penduduk
* Transportasi dan fasilitas punlik
* Karakteristik lokasi
* Perlindungan hukum
* Stabilitas komunitas/tingkat keamanan
* Frekwensi pejalan kaki
* Kondisi tenaga kerja
* Kedekatan dengan sarana wisata belanja
* Faktor keunikan dari lokasi dan sekitarnya

Dengan memperhatikan kriteria diatas saudara diminta melakukan pemilihan lokasi menggunakan metoda Semantic Differential dengan skala antara 1 sampai dengan 7. Kemudian lengkapi dengan pembahasan saudara terhadap lokasi yang terpilih.

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **kriteria lokasi** | **SKALA** | | | | | | |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** |
| **Potensi perdagangan eceran** |  |  |  |  |  |  |  |
| **Besarnya populasi penduduk** |  |  |  |  |  |  |  |
| **Perlindungan hukum** |  |  |  |  |  |  |  |
| **Stabilitas komunitas/tingkat keamanan** |  |  |  |  |  |  |  |
| **Frekwensi pejalan kaki** |  |  |  |  |  |  |  |
| **Kondisi tenaga kerja** |  |  |  |  |  |  |  |
| **Kedekatan dengan sarana wisata belanja** |  |  |  |  |  |  |  |
| **Faktor keunikan dari lokasi dan sekitarnya** |  |  |  |  |  |  |  |

Pembahasan :

**PRAKTIKUM VI**

**PERENCANAAN BARANG YANG AKAN DIJUAL**

Pengecer harus mampu menyediakan barang dagangan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen dan jumlah anggaran yang direncanakan. Perencanaan barang yang akan dijual akan membantu pengecer menjamin keseimbangan jumlah barang yang harus disediakan dengan jumlah anggaran yang tersedia.

Berikut ini saudara di minta untuk membuat perencanaan produk fashion dari sebuah toko pakaian olah raga SPORTY, khususnya di bagian pakaian pria. Adapun informasi yang tersedia adalah sebagai berikut :

1. Karakteristik kemeja olah raga yang disediakan :
2. Kemeja berlengan panjang dan kemeja berlengan pendek
3. Gaya yang disediakan fancy dan sederhana
4. Ukuran pakaian mulai dari Small hingga Extra Large
5. Tingkatan harga yang disediakan perusahaan adalah Rp. 18.000, Rp. 25.000 dan Rp 32.000
6. Setelah melakukan analisis hasil penjualan tahun lalu dapat diketahui bahwa persentase penjualan untuk setiap tingkat harga adalah sebagai berikut :

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Harga | penjualan tahun lalu | % Penjualan |
| Rp. 18.000 | Rp. 11.000.000 | 22 |
| Rp. 25.000 | Rp. 14.000.000 | 28 |
| Rp. 32.000 | Rp. 25.000.000 | 50 |
|  | Rp. 50.000.000 | 100 |

1. Anggaran yang disediakan disesuaikan dengan hasil penjualan perusahaan tahun lalu.
2. Warna yang sedang trend saat ini adalah warna coklat muda dan merah maron tetapi perusahaan tetap perlu menyediakan warna-warna standar seperti putih dan biru.

Buatlah perencanaan barang toko tersebut dalam tabel berikut, kemudian buatlah kesimpulan dan saran saudara untuk bagian penyediaan barang.

**PRAKTIKUM VII**

**DESAIN TATA LETAK TOKO**

Desain toko merupakan karakter arsitektur dan gaya dekoratif dari suatu toko yang memberikan gambaran kepada konsumen mengenai keseluruhan toko. *Desain ekterior* merupakan aspek arsitektur secara keseluruhan yang dilihat konsumen sebelum memasuki toko, yaitu mencakup warna dan materi yang digunakan, jendela, keamanan dan tempat masuk ke toko. *Desain interior* mencakup manajemen tata letak toko dan penentuan ruang, aliran lalau lintas konsumen di dalam toko serta penempatan barang sesuai jenis barang yang dijual.

Tata letak (Layout) toko dirancang sedemikian rupa untuk memudahkan aliran lalu lintas konsumen. Susunan tata letak toko dapat dikelompokan kedalam 3 macam pola, yaitu :

* Pola datar yaitu pola tata letak yang hanya memliki lorong utama, lorong sekunder dan lorong tertier.
* Pola aliran bebas yaitu tata letak meminimalisasi rak-rak yang bersifat permanen sehingga memberikan kebebasan bagi pemilik toko untmerancang tata letak sesuai kebutuhan.
* Pola boutique yaitu pengembangan dari pola aliran bebas dimana toko dibagi dalam bagian-bagian menurut jenis /kelompok barang yang dijual.

**INSTRUKSI**

1. Lakukan pengamatan atas toko eceran yang sejenis, kemudian buatlah pembahasan mengenai hal-hl yang tercantum dalam tabel berikut :

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Aspek desain toko yang diamati** | **Deskripsi** | |
| **1.Warna** |  | |
| **2.Tipe tata letak** |  | |
| **3.Alat bantu yang digunakan** |  | |
| **4.Merek** | **Gambar :** |  |
| **5.Hal unik yang ditampilkan yang menunjukan perbedaan** |  | |

**Pembahasan :**

1. Susunlah tata letak suatu toko eceran apabila toko tersebut menjual kelompok produk sebagai berikut :

* Kosmetik
* Perlengkapan sekolah
* Roti dan Kue basah
* Peralatan listrik
* Mainan anak-anak
* Sayur-sayuran
* Obat-obatan
* Minuman ringan
* Makanan ringan (Chiki, coklat, biskuit, dll)
* Produk susu
* Buah-buahan
* Mie instan
* Tissue,kapas, dll
* Makanan kaleng
* Peralatan dapur
* Daging, ikan,ayam dan produk olahannya
* Deterjen dan prodak pembersih rumah tangga lainnya
* Produk toileteries
* Perlengkapan rumah tangga
* Bahan makanan pokok

Dalam menyusun tata letak toko saudara harus memperhatikan kemudahan pembeli dalam berbelanja serta menyertakan penempatan kasir, tempat penitipan barang, pintu masuk, keamanan dan laian-lain yang dianggap diperlukan. Saudara juga harus memperhatikan pola tata letak yang dipilih dan berilah penjelasan mengenai alasan pemilihan pola tata letak tersebut.

|  |
| --- |
|  |

**Keterangan :**

**Pembahasan :**

**PRAKTIKUM VIII**

**PENETAPAN HARGA**

Kota kembang factory Outlet salah satu factory Outlet yang banyaj dikunjungi kalangan remaja dan dewasa muda karena kemampuannya dalam menyediakan produk-produk fashion sesuai dengan tren mode yang berlaku. Saat ini pasar sasaran perusahaan adalah kelompo usia muda berkisar 17 hingga 25 tahun baik pria maupun wanita. Kelompok konsumen ini memberikan kontibusi sekitar 50-60% dari seluruh penjualan perusahaan.

Namun demikian manajemen Kota Kembang factory Outlet menilai bahwa kelompok konsumen anak-anak dan wanita dewasa merupakan pasar potensial, sehingga perusahaan juga menyediakan produk-produk yang sesuai dengan kelompok konsumen tersebut masing-masing sekitar 25% dari seluruh penjualan perusahaan.

Sesuai dengan karakteristik kelompok pembeli tersebut maka perusahaan harus dengan cepat mengganti produknya apabila tren mode berubah. Sebagai konsekwensinya maka perusahaan harus mempercepat perputaran barang sehingga jumlah barang yang tidak laku terjual tidak menjadi beban bagi perusahaan.

Salah satu strategi perusahaan agar mempercepat laju penjualan adalah dengan memberikan potongan harga (diskon). Selama ini strategi ini dirasakan cukup efektif meskipun perusahaan harus mengurangi keuntungan. Adapun *markup* yang ditetapkan perusahaan terhadap produk yang dijual adalah 30%. Sedangkan biaya operasional pengecer perunit produk dibebankan sebesar 5% dari harga pokok produk.

Berikut ini informasi yang tersedia mengenai rencana penjualan perusahaan periode bulan Januari dan Februaru tahun 2004.

1. Rencana penjualan bulan Januari dan Februari tahun 2004 diperkirakan menurut jenis barang :

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Jenis barang** | **Harga pokok per unit** | **Rencana penjualan (potong)** | |
| **(Rp)** | **Januari** | **Februari** |
| Pakaian wanita Dewasa |  |  |  |
| Casual | 40.000 | 70 | 100 |
| Resmi | 60.000 | 50 | 80 |
| Pakaian dewasa muda |  |  |  |
| Casual | 37.000 | 120 | 150 |
| Resmi | 55.000 | 50 | 50 |
| Remaja |  |  |  |
| Casual | 35.000 | 200 | 300 |
| Pakaian pria dewasa |  |  |  |
| Casual | 45.000 | 50 | 80 |
| Resmi | 55.000 | 50 | 80 |
| Remaja pria |  |  |  |
| Casual | 39.000 | 80 | 120 |
| Resmi | 40.000 | 40 | 60 |
| Anak-anak | 25.000 | 135 | 150 |

1. Penjualan bulan Januari telah mencapai harapan perusahaan, sedang untuk bulan Februari Kota Kembang factori Outlet diperkirakan perlu memberikan diskon terhadap 20% pakaian pria dewasa dan seliruh pakaian casual serta 25% pakaian anak-anak. Hitung berapa harga jual produk dan keuntungan perusahaan pada bulan Januari dan Februari secara rinci.

**Pembahasan :**

**PRAKTIKUM IX**

**PERIKLANAN BISNIS ECERAN**

Pengecer harus menentukan apa yang akan ditekankan perusahaan dalam mengiklankan bisnis ecerannya sehingga pengecer dapat menduduki posisi yang tepat didalam g dimiliki perusahaan dan kriteria apa yang dinilai konsumennya. Untuk itu terlebih dahulu pengecer perlu memahami kekeuatan yang dimiliki perusahaan dan kriteria apa yang dinilai konsumen dari perusahaannya.

Saudara diminta untuk melakaukan pengamatan terhadap suatu usaha eceran dan kemudian mengisi tabel berikut sesuai dengan penilaian saudara terhadap pengecer bersangkutan. Beri tanda silang (X) pada kolom yang tepat.

Merek/Nama Pengecer :\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Jenis usaha eceran :\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Deskripsikan mengenai konsumen yang dituju :

|  |  |
| --- | --- |
| **Karakteristik segmen konsumen** | **Deskripsi** |
| 1. geografis |  |
| -. Kota |  |
| -. Wilayah |  |
| 2. Demografi |  |
| -. Usia |  |
| -. Ukuran keluarga |  |
| -. Daur hidup keluarga |  |
| -. Jenis kelamin |  |
| -. Pendapatan |  |
| -. Pekerjaan |  |
| -. Tingkat pendidikan |  |
| -. Kelas sosial |  |
| 3. Psikografi |  |
| -.Gaya hidup |  |

Deskripsikan mengenai kekuatan pengecer

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **KEKUATAN PENGECER** | **KRITERIA EVALIASI** | | |
| **Kepentingan bagi konsumen** | **Keunggulan dari pesaing** | **Hal yang membedakan dari pesaing** |
| Harga yang murah |  |  |  |
| Kelengkapan produk |  |  |  |
| Kualitas produk |  |  |  |
| Keunikan produk |  |  |  |
| Kenyamanan |  |  |  |
| Kualitas pelayanan yang baik |  |  |  |

Dengan memperhatikan tabel diatas buatlah iklan yang tepat bagi perusahaan tersebut apabila perusahaan rangka ulang tahun perusahaan akan memberikan diskon sebesar 5% untuk produk kebutuhan sehari-hari dan 20% untuk produk fashion.

Untuk mendukung program periklanan tersebut perusahaan merencanakan untuk menggunakan media radio dengan rincian harga pemasangan iklan sebagai berikut :

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Kategori waktu | 01 s/d 30 detik | 31 s/d 60 detik |
| Gold Time | Rp. 45.000 | Rp. 55.000 |
| Prime Time | Rp.40.000 | Rp. 50.000 |
| Regular Time | Rp. 30.000 | Rp. 35.000 |

Iklan akan dilakukan selama 2 minggu dengan kategori waktu prime time, kecuali hari Sabtu dan Minggu, perusahaan menayangkan iklan pada Gold time. Biaya prodiksi iklan berdurasi 30 detik sebesar Rp.5.000.000,-

Perkiraan penjualan yang akan diperoleh dengan harga normal untuk produk kebutuhan sehari-hari Rp. 300.000.000,- dan priduk fashion Rp. 400.000.000,-

Isilah tabel berikut :

|  |  |
| --- | --- |
| **Elemen periklanan** | **Deskripsi** |
| Sasaran komunikasi |  |
| Sasaran penjualan |  |
| Anggaran iklan menurut objective dan task method |  |
| Gaya penyampaian pesan |  |
| Nada pesan |  |
| Kata-kata |  |
| Format pesan |  |
| Jangkauan media |  |
| Frekuensi media |  |

**PRAKTIKUM X**

**POSISI PENGECER DIANTARA PESAINGNYA**

Kota Bandung saat ini semakin diramaikan dengan berdirinya banyak usaha eceran seperti supermarket,hypermarket ataupun factory outlet. Kondisi ini mendorong Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (APRINDO) Komda Jawa Barat melakaukan penelitian mengenai masing-masing jenis usahea yang ada disekitar wilayah Bandung.

Sebagai langkah awal dilakukan penelitian terhadap dua pengecer yang melakukan usaha yang sejenis dengan menjadikan penilaian konsumen terhadap kinerja pengecer dan tingkat kepentingan konsumen terhadap karakteristif pengecer sebagai variabel yang diteliti.

Saudara diminta untuk melakukan wawancara terhadap 10 (sepuluh orang responden yang telah mengetahui/perbah berbelanja di kedua pengecer tersebut.

Pengecer A :\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Pengecer B :\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Identitas Responden** | **R-1** | **R-2** | **R-3** | **R-4** | **R-5** |
| Nama |  |  |  |  |  |
| Usia |  |  |  |  |  |
| Penghasilan |  |  |  |  |  |
| Pekerjaan |  |  |  |  |  |
| Pendidikan |  |  |  |  |  |
| Status perkawinan |  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Identitas Responden** | **R-6** | **R-7** | **R-8** | **R-9** | **R-10** |
| Nama |  |  |  |  |  |
| Usia |  |  |  |  |  |
| Penghasilan |  |  |  |  |  |
| Pekerjaan |  |  |  |  |  |
| Pendidikan |  |  |  |  |  |
| Status perkawinan |  |  |  |  |  |

**TINGKAT KEPENTINGAN KONSUMEN TERHADAP KARAKTERISTIK PENGECER**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Karakteristik pengecer** | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **TOTAL** | **RATA SKOR** |
| 1 | Harga barang yang dijual |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2 | Biaya transportasi untuk mencapai toko |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 3 | Waktu yang diperlukan untuk mencapai toko |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 4 | waktu yang dihabiskan untuk berbelanja mulai dari saat masuk hingga melakukan pembayaran |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 5 | Waktu buka toko |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 6 | Kelengkapan barang yang dijual |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 7 | Kemudahan mendapatkan informasi mengenai produk |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 8 | Tambahan pelayanan |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | **TOTAL** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**PENILAIAN RESPONDEN TERHADAP KINERJA PENGECER A**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Karakteristik pengecer** | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **TOTAL** | **RATA SKOR** |
| 1 | Harga barang yang dijual |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2 | Biaya transportasi untuk mencapai toko |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 3 | Waktu yang diperlukan untuk mencapai toko |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 4 | waktu yang dihabiskan untuk berbelanja mulai dari saat masuk hingga melakukan pembayaran |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 5 | Waktu buka toko |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 6 | Kelengkapan barang yang dijual |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 7 | Kemudahan mendapatkan informasi mengenai produk |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 8 | Tambahan pelayanan |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | **TOTAL** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**PENILAIAN RESPONDEN TERHADAP KINERJA PENGECER B**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Karakteristik pengecer** | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **TOTAL** | **RATA SKOR** |
| 1 | Harga barang yang dijual |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2 | Biaya transportasi untuk mencapai toko |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 3 | Waktu yang diperlukan untuk mencapai toko |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 4 | waktu yang dihabiskan untuk berbelanja mulai dari saat masuk hingga melakukan pembayaran |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 5 | Waktu buka toko |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 6 | Kelengkapan barang yang dijual |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 7 | Kemudahan mendapatkan informasi mengenai produk |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 8 | Tambahan pelayanan |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | **TOTAL** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

|  |
| --- |
| **T**  **K**  **T**  **K**  **E**  **P**  **E**  **N**  **T**  **I**  **N**  **G**  **A**  **N** |

Gambarkan hasil perhitungan saudara kedalam diagram berikut. Kemudian buatlah pembahasan yang tepat dari diagram tersebut.

KINERJA PENGECER

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |
|  |  |

**Pembahasan :**