

STRATEGI *MULTICHANNEL* UNTUK MENINGKATKAN
PENJUALAN DALAM PERSAINGAN BISNIS RITEL MODERN



OLEH:
VICKTOR PRANYATA
3103010178

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2014

**STRATEGI *MULTICHANNEL* UNTUK MENINGKATKAN
PENJUALAN DALAM PERSAINGAN BISNIS RITEL MODERN**

MAKALAH
Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK
WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen

OLEH:
VICKTOR PRANYATA
3103010178

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2014

HALAMAN PERSETUJUAN

MAKALAH

STRATEGI *MULTICHANNEL* UNTUK MENINGKATKAN
PENJUALAN DALAM PERSAINGAN BISNIS RITEL MODERN

Oleh:

Vicktor Pranyata

3103010178

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan
Kepada Tim Penguji

Pengimbing.



Veronika Ralimawati, SE., M.Si.

Tanggal: 8 Juli 2014

HALAMAN PENGESAHAN

Makalah yang ditulis oleh: Vicktor Pranyata, NRP: 3103010178

Telah diuji pada tanggal 25 Juli 2014.....dan dinyatakan lulus oleh
Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji:



Veronika Rahmawati, SE., M.Si.
NIK. 311.98.0361

Mengetahui:



Dekan

Dr. Egidivicus Lasdi, SE., MM
NIK. 311.99.0370

Ketua Jurusan,



Elisabeth Supriharyanti, SE., MSi
NIK. 311.99.0369

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH dan PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa
Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Vicktor Pranyata

NRP : 3103010178

Judul Makalah : Strategi *Multichannel* Untuk Meningkatkan
Penjualan Dalam Persaingan Bisnis Ritel
Modern

Menyatakan bahwa tugas akhir makalah ini adalah ASLI karya tulis saya.
Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima
sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya
Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini
dipublikasikan / ditampilkan di internet atau media lain (*digital library*
Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan
akademik sebatas sesuai dengan undang – undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini
saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 1 Juli 2014
Yang Menyatakan,



(Vicktor Pranyata)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan rahmat yang dilimpahkan-Nya sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan makalah dengan judul "Strategi *Multichannel* Untuk Meningkatkan Penjualan Dalam Persaingan Bisnis Ritel Modern." Adapun penyusunan makalah ini adalah persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Manajemen di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, SE., MM., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Elisabeth Supriharyanti, SE., MSi., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Bapak Robertus Sigit H.L., SE., M.Sc., selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
4. Ibu Dra. Ec.Ani Suhartatik, MM., selaku dosen wali yang membimbing dan memberi arahan dalam menimba ilmu.
5. Ibu Veronika Rachmawati, SE., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan saran yang bermanfaat kepada penulis sehingga penulisan makalah ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen yang telah membagikan pengalaman, pengetahuan, serta wawasan hingga diperoleh bekal dalam pembuatan makalah ini.

7. Keluarga, khususnya orang tua yang memberi dukungan dalam moral dan materiil serta doa bagi penulis selama ini untuk tetap berjuang dan menyelesaikan makalah ini dengan baik.
8. Seluruh teman-teman penulis, khususnya mahasiswa konsentrasi pemasaran yang mendukung dan memberi arahan bagi penulis hingga terselesaikannya makalah dengan baik.
9. Teman-teman seperjuangan penulis, Tommy Tanjaya Lianto, Erwin Tanuwidjaja, Christianto Juwono, Yeremia Wattimena, Willy Prajoto, Samuel Christanto, Dennis Victorio.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan makalah ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan makalah ini masih terdapat kelemahan dan kekurangan. Oleh karena itu, segala saran dan kritik yang bersifat membangun akan penulis terima dengan terbuka guna menyempurnakan penulisan makalah ini.

Akhir kata, penulis berharap agar penulisan makalah ini dapat berguna dan bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkannya. Penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya jika terdapat kesalahan dalam penulisan makalah ini. Terima kasih

Surabaya, 1 Juli 2014

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
ABSTRAK	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penentuan Pokok Bahasan	1
1.2. Pokok Bahasan	4
1.3. Tujuan Pembahasan	5
BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN	6
2.1. Bisnis Ritel	6
2.2. Strategi Distribusi Ritel	7
2.2.1. <i>Multichannel Management</i>	8
2.2.2. <i>Multichannel Retailing</i>	10
2.3. Keunggulan <i>Multichannel Retailing</i>	11
2.4. <i>Multichannel Retailing</i> dan <i>Consumer Behavior</i>	12
2.5. <i>Multichannel Retailing</i> dan Penjualan	14
BAB 3 PEMBAHASAN	16
3.1. Penerapan <i>Multichannel Strategy</i> Untuk Mendukung Penjualan	16
3.2. Upaya-Upaya Untuk Menekan Tingkat Kegagalan dari Penerapan <i>Multichannel Strategy</i> pada Peritel	24

BAB 4 SIMPULAN DAN SARAN.....	29
4.1. Simpulan	29
5.2. Saran.....	30
DAFTAR KEPUSTAKAAN	

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1. Metodologi <i>Multichannel</i>	9
--	---

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1. Contoh Toko yang Menerapkan <i>Multichannel Retailing Strategy</i>	4
---	---

STRATEGI *MULTICHANNEL* UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN DALAM PERSAINGAN BISNIS RITEL MODERN

VICKTOR PRANYATA

vikzaloli@yahoo.com

ABSTRAK

Perubahan lingkungan pemasaran yang dinamis mendorong peritel untuk terus meningkatkan efektifitas kinerja pemasaran. Salah satu cara yang bisa dilakukan adalah dengan menerapkan strategi *multichannel*. Strategi *multichannel* memiliki kemampuan untuk mendukung peningkatan penjualan karena dengan strategi *multichannel* maka peritel bisa diakses oleh lebih banyak konsumen dari berbagai area pemasaran dan meningkatkan kenyamanan konsumen dalam berbelanja.

Peritel harus terus melakukan evaluasi mengenai kinerja strategi *multichannel* untuk menekan tingkat kegagalan dari penerapan strategi *multichannel*. Berbagai pembaharuan dari layanan termasuk dari teknologi dan peningkatan keamanan transaksi perlu ditingkatkan untuk menekan tingkat kegagalan dari penerapan strategi *multichannel*.

Kata Kunci: *Multichannel* Management, *Multichannel* Retailing, Strategi Distribusi Ritel

MULTICHANNEL STRATEGY FOR INCREASING SALES IN THE COMPETITION OF MODERN RETAIL BUSINESS

VICKTOR PRANYATA

vikzaloli@yahoo.com

ABSTRACT

The change of marketing environment wisatawan asal Surabaya dinamic and support the retailer tobe more increase effective and efficient of marketing performance, and one of the way to reach it is applied multichannel strategy. The multichannel strategy have ability to increase the sale because the multichannel strategy can access lot of consumer than the retailer only appllied one marketing channel.

The retailer have to evaluate about the performance of multichannel strategy to decrease the level of failed of the strategy. The increasing of Innovativeness technology and security assesment have to increase to secure the successfully of multichannel strategy.

Keyword: *Multichannel Management, Multichannel Retailing, Retailer Distribution Strategy*