

DESAIN TOKO (*STORE DESIGN*) SEBAGAI STRATEGI  
DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN DAN  
KEUNGGULAN BERSAING



NO. BUKU	0895/13
TGL. TERIMA	26-2-2013
NO. DAFTAR	
NO. KOP	
ASPEK KE	
	FB FB-m Lina &

Oleh :

FERLINA LINGGAWINATA

3103003070

JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2008

**DESAIN TOKO (*STORE DESIGN*) SEBAGAI  
STRATEGI DALAM MENINGKATKAN  
PENJUALAN DAN KEUNGGULAN BERSAING**

**TUGAS AKHIR**  
Diajukan kepada  
**FAKULTAS EKONOMI**  
**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA**  
Untuk memenuhi sebagian persyaratan  
memperoleh gelar sarjana Ekonomi  
Jurusan Manajemen

**OLEH :**  
**FERLINA LINGGAWINATA**  
**3103003070**

**JURUSAN MANAJEMEN**  
**FAKULTAS EKONOMI**  
**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA**  
**SURABAYA**

**2008**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**MAKALAH TUGAS AKHIR**

**DESAIN TOKO (STORE DESIGN) SEBAGAI STRATEGI  
DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN DAN  
KEUNGGULAN BERSAING**

**OLEH :**

**FERLINA LINGGAWINATA**

**3103003070**

**TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH :**



**PEMBIMBING : MARGARETHA ARDHANARI, SE., M.Si**

**Tanggal : 31 Juli 2008.....**

## LEMBAR PENGESAHAN

Tugas akhir yang ditulis oleh : Ferlina Linggawinata

NRP 3103003070

Telah disajikan pada tanggal 24 Juli 2008 dihadapan Tim Penilai

Ketua Tim Penilai :

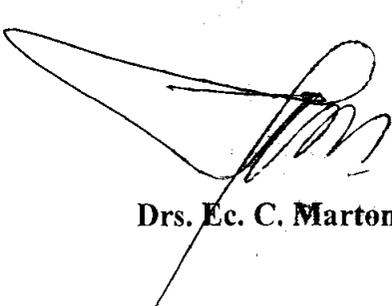


**Dra. Ec. Sri Yunan Budiarsi, M. Si**

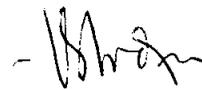
Mengetahui :

Dekan,

Ketua Jurusan,



**Drs. Ec. C. Martono, M. Si**



**Margaretha Ardhanari, SE., M. Si**

# DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI .....	iii
ABSTRAKSI .....	v
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Pokok Bahasan .....	1
1.2. Pokok Bahasan .....	4
1.3. Tujuan Pembahasan .....	4
BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN .....	5
2.1. Retailing .....	5
2.2. Desain Toko .....	6
2.3. Prinsip-Prinsip Desain (Tata Letak) Toko Retail .....	8
2.4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Desain atau Layout Toko .....	10
2.5. Mengevaluasi Rancangan dan Desain Toko Retail .....	11
2.6. Keunggulan Bersaing .....	12
2.7. Kinerja Penjualan dalam Industri Retail .....	15
BAB 3 PEMBAHASAN .....	17
3.1. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Desain Toko .....	17

3.2.	Desain Toko Untuk Dapat Meningkatkan Penjualan	
	Bagi Peritel.....	18
3.3.	Desain Ritel untuk Menciptakan Keunggulan Bersaing .....	22
BAB 4 SIMPULAN .....		29
DAFTAR KEPUSTAKAAN .....		32

## ABSTRAKSI

Desain toko didasarkan pada tujuan bahwa penjualan dan keuntungan bervariasi kepada produk yang menarik perhatian konsumen, sehingga banyak manajer ritel mencoba untuk mempertontonkan produk kepada konsumen sebanyak mungkin. Semakin besar produk terlihat oleh konsumen maka penjualan akan semakin tinggi dan tingkat pengembalian investasi semakin tinggi.

Pengubahan desain dalam akan membantu memperbaharui suasana dalam toko yang membantu minat pengunjung untuk datang dan berkunjung ke toko tersebut. Pada *retail non food* khususnya retail yang menjual produk-produk *fashion* desain toko dapat digunakan untuk meningkatkan komunikasi kepada pelanggan melalui penampilan merek-merek yang melekat pada dinding fixture yang digunakan. Dengan menggunakan desain toko yang baik dan terencana, peritel dapat mempromosikan produk-produk terbaru melalui pameran-pameran yang diselenggarakan pada satu tempat.

Ketika mendesain sebuah toko, manajer harus mempertimbangkan 3 tujuan. Pertama, atmosfer toko harus konsisten dengan citra toko dan strategi secara keseluruhan. Tujuan kedua dari desain toko yang baik adalah untuk membantu mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Yang terakhir, ketika membuat keputusan desain, manajer harus mengingat kembali produktivitas dari ruang *retail* yaitu berapa banyak penjualan yang dapat dihasilkan dari setiap meter persegi.

Untuk memenuhi tujuan pertama, manajer *retail* harus menetapkan sasaran konsumen dan kemudian mendesain sebuah toko yang melengkapi kebutuhan konsumen. Untuk memenuhi tujuan desain kedua dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, *retailer* harus memusatkan pada *store layout* dan masalah perencanaan ruang. Perilaku pembelian konsumen juga dipengaruhi oleh atmosfer toko. Dan untuk memenuhi tujuan ketiga, *retailer* harus mempertimbangkan biaya yang berhubungan dengan setiap elemen desain toko versus nilai yang diterima dalam hubungannya dengan penjualan dan laba yang lebih tinggi sehingga seorang peritel memiliki keunggulan bersaing jika dibandingkan dengan pesaingnya.