



**Judul Buku** : Pemasaran Ritel  
**Penulis** : Hendri Maruf  
**Penerbit** : PT Gramedia Pustaka Utama  
**Tahun Terbit** : 2006  
**ISBN** : 979-22-1518-2  
**Jumlah Halaman** : 267

Pada era modern saat ini, pemasaran atau marketing sangat penting. Selain itu, dalam konteks bisnis atau proses jual-beli. Mereka yang ingin menargetkan pembeli atau pasar yang signifikan, atau sesuai dengan apa yang mereka jual, sering menggunakan pemasaran. Pemasaran sendiri biasanya digunakan untuk mencapai tujuan perusahaan atau usaha pribadi melalui analisis kebutuhan pembeli, pembuatan produk yang sesuai dengan pasar dan sebagainya. Seorang penjual jas hujan plastik di musim hujan misalnya, penjual jas hujan plastic tersebut mengetahui bahwa banyak orang akan memerlukan jas hujan untuk waktu yang lama atau singkat.

Pemasaran tidak hanya tentang menghasilkan keuntungan dari penjualan. Namun, ada banyak hal yang harus dipelajari mulai dari melakukan analisis pasar hingga menerapkan rencana. Hal itu

akan selalu penting karena setiap bisnis atau penjualan membutuhkan proses perencanaan yang matang, pemahaman publik tentang bisnis kita, dan tingkat penjualan yang tinggi. Hendri Ma'ruf menulis buku "Pemasaran Ritel" yang menjelaskan bagaimana proses pemasaran dilakukan di industri ritel. Seperti yang kita ketahui, banyak orang kini bergantung pada bisnis ritel sebagai sumber penghasilan mereka. Oleh karena itu, buku ini memberikan pelajaran dan masukan yang baik tentang pemasaran ritel.

Dalam bagian pertama, buku ini menjelaskan konsep pemasaran ritel dan pasar secara umum. Meskipun menjelaskan secara umum, setiap penjelasan memberikan penjelasan rinci tentang konsep tersebut, fungsinya, dan bagaimana pemasaran ritel dilakukan. Salah satu contohnya adalah menggambarkan pasar sebagai tempat atau individu atau kelompok yang membutuhkan sesuatu dan memiliki kemampuan untuk membelinya. Kemudian, Anda harus menjelaskan apa yang dibutuhkan pasar dan bagaimana hal itu dapat dipenuhi. Pada dasarnya, bagian satu memberikan gambaran dasar atau ide-ide awal tentang pemasaran ritel untuk membantu pembaca memahaminya sebelum membaca bab-bab berikutnya, yang tentunya akan lebih mendalam.

Pada bagian kedua, buku ini membahas metode pemasaran ritel dan analisis lingkungan. Arti lingkungan memberikan penjelasan lebih lanjut tentang kebutuhan konsumen, tahap awal perencanaan pemasaran, situasi, perilaku konsumen, dan peluang untuk meningkatkan penjualan bisnis ritel. Untuk membuat pembaca lebih mudah memahami materi yang dijelaskan di dalamnya, penjelasan di bagian ini dijabarkan secara deskriptif dengan bantuan poin-poin. Sebagai ilustrasi, penjelasan tentang perilaku konsumen dimulai dengan penjelasan tentang apa itu perilaku konsumen atau perilaku konsumen. Kemudian, dia menjelaskan perbedaan antara kebutuhan dan keinginan melalui cerita, dan kemudian menjelaskan sifat konsumen dengan menggunakan elemen emosional dan rasional. Berikan penjelasan tentang poin tersebut di hampir seluruh bab, bukan hanya di bagian kedua.

Dalam bagian ketiga dalam buku ini terus membahas perkembangan dunia marketing ritel, termasuk lokasi, merchandising, penetapan harga, periklanan dan promosi, lingkungan gerai, dan pelayanan ritel. Penulis memberikan penjelasan secara 5 W + 1H, yang terutama adalah Apa dan Bagaimana, dalam penjelasan bagian-bagian tersebut, yang sangat detail, bahkan memberikan rumus-rumus di dalamnya. Sebagai contoh, pada halaman 166, penulis menjelaskan bagian

"penetapan harga", yang membantu menentukan harga yang ideal untuk diberikan kepada pelanggan atau elastisitas harga, dan memberikan penjelasan yang detail.

Pada bagian keempat yang juga merupakan bagian terakhir dari buku ini, membahas mengenai program pemasaran ritel. Bagian ini menguraikan proses perencanaan pemasaran ritel, mulai dari perencanaan strategis, penentuan segmentasi pasar, hingga pemantauan pemasaran. Penulis menjelaskan berbagai metode dengan rumus-rumus angka spesifik terkait perhitungan pemasaran serta menggunakan ilustrasi gambar. Pendekatan ini sangat baik karena penjelasan yang didukung oleh gambar membuat pembaca lebih tertarik dan membantu mereka memahami materi dengan lebih mudah.

Secara umum, penjelasan dalam buku ini cukup mudah dipahami oleh pembaca. Salah satu aspek yang menarik secara keseluruhan dalam buku ini adalah, buku ini memberikan penjelasan yang cukup mendetail mengenai pemasaran ritel, termasuk contoh nyata dari aktivitas usaha ritel dan metode perhitungan dalam proses perencanaan pemasaran ritel. Namun, buku ini akan lebih menarik jika menyertakan kolom diskusi pada beberapa bagian materi yang dibahas. Kolom diskusi tersebut memungkinkan pembaca untuk mempelajari langsung rumus-rumus atau metode yang telah dijelaskan, serta memberikan pengalaman baru dalam perhitungan pemasaran bagi mereka yang ingin memulai bisnis ritel.

Jika Anda tertarik untuk mendalami isi seluruh buku ini, Anda dapat mempertimbangkan untuk meminjamnya di perpustakaan Universitas Pembangunan Jaya. Buku berjudul "Pemasaran Ritel" ini sangat cocok bagi pemilik bisnis ritel atau mereka yang baru memulai bisnis ritel dan ingin mengetahui strategi dan proses perencanaan pemasaran ritel.

**Oleh : Ramadhan Landung Muliawan**

**NIM : 2020041010**

**Prodi : Ilmu Komunikasi**