

BAB 10

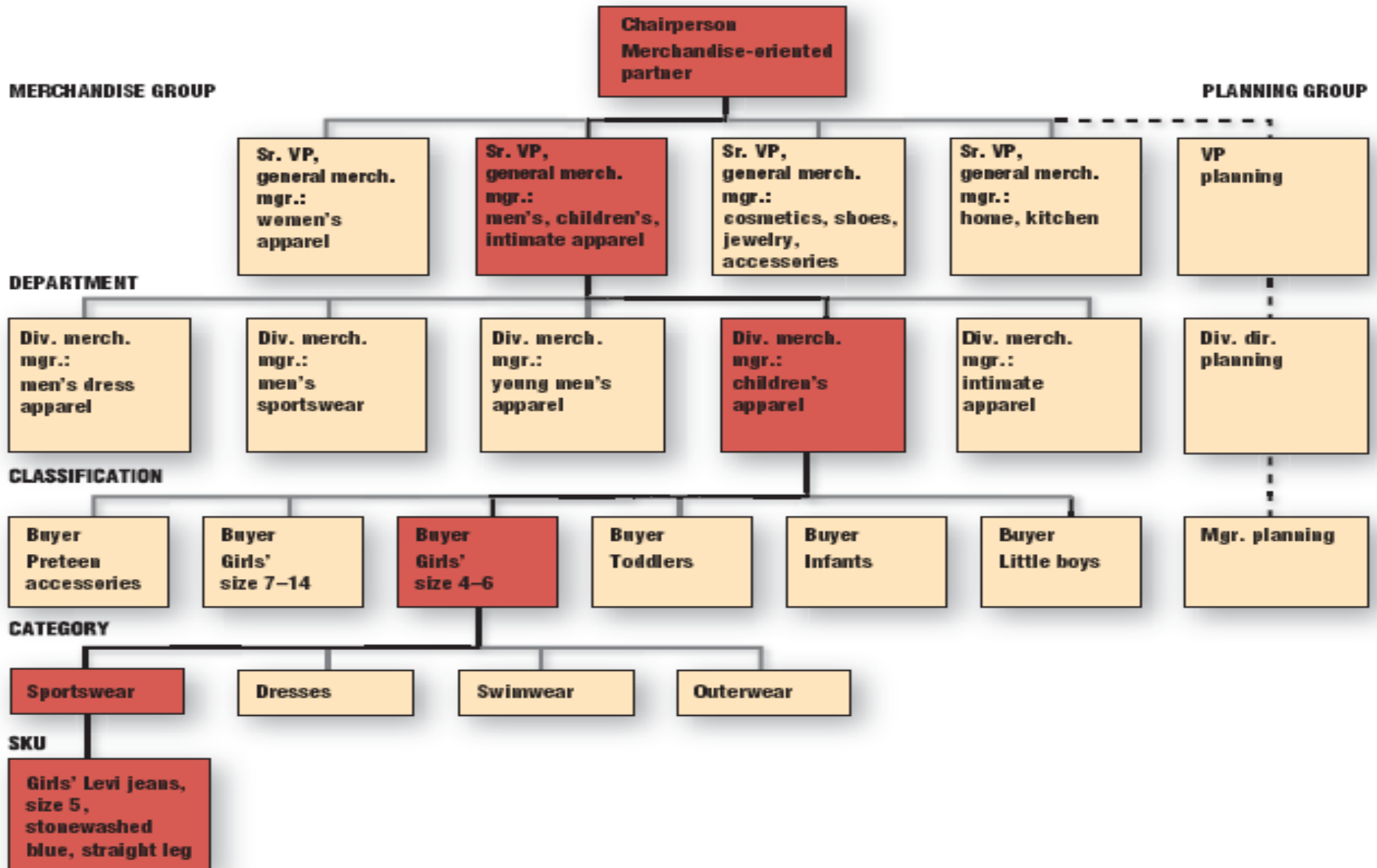
Mengelola Proses Perencanaan Merchandise

Manajemen Merchandise

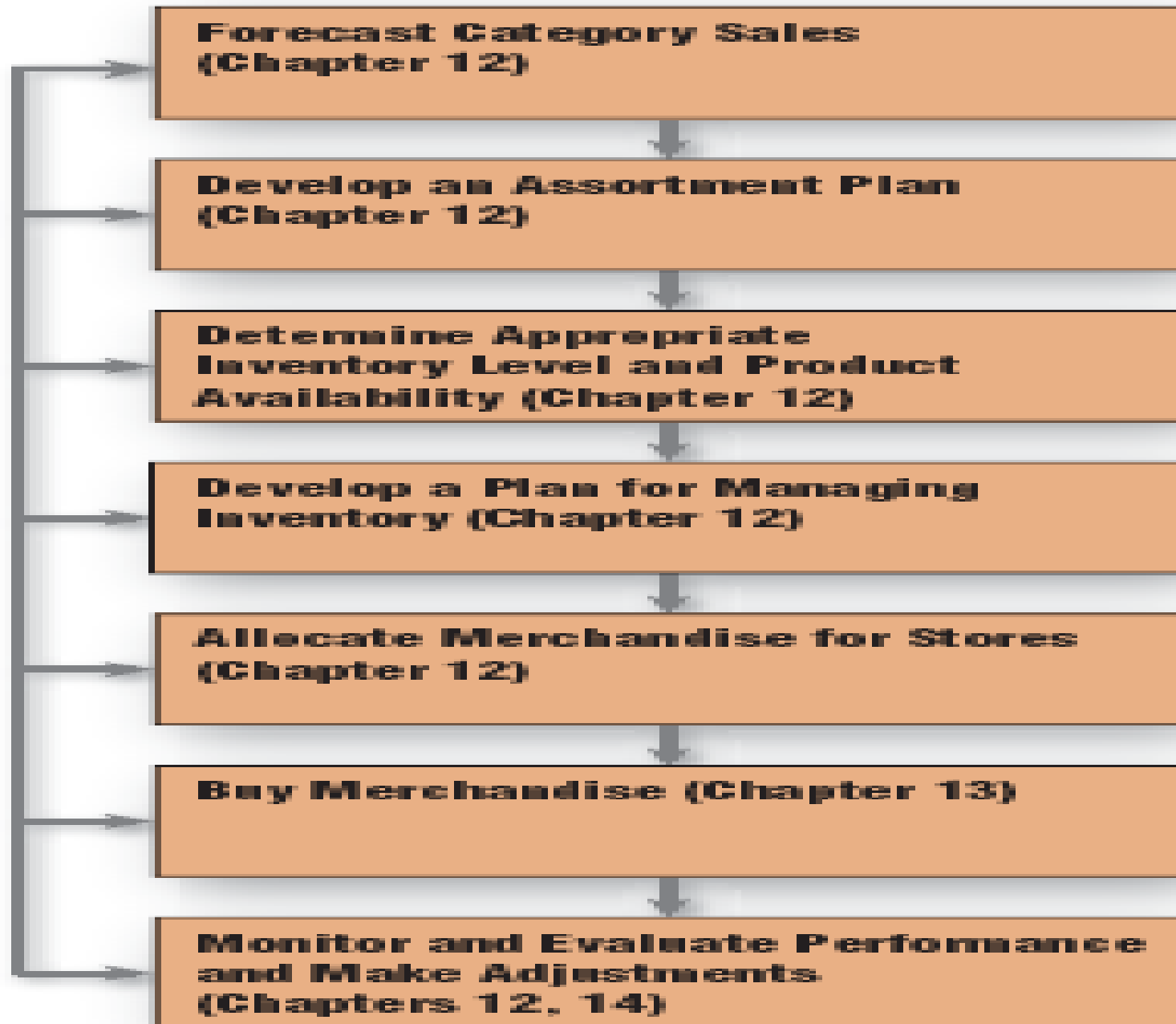
- ▣ Manajemen Merchandise adalah proses dimana Peritel mencoba untuk menawarkan barang dagangan (*merchandise*) dengan jumlah yang tepat pada waktu dan tempat yang tepat pula kepada pelanggannya untuk memenuhi tujuan keuangan perusahaan
- ▣ Kegiatannya dari manajemen merchandise:
 1. Menganalisis Trend Pasar
 2. Menganalisis Data Penjualan
 3. Membuat Penyesuaian yang diperlukan terkait dengan *merchandise*

Organisasi Pembelian Ritel

Illustration of Merchandise Classifications and Organization **EXHIBIT 12-1**

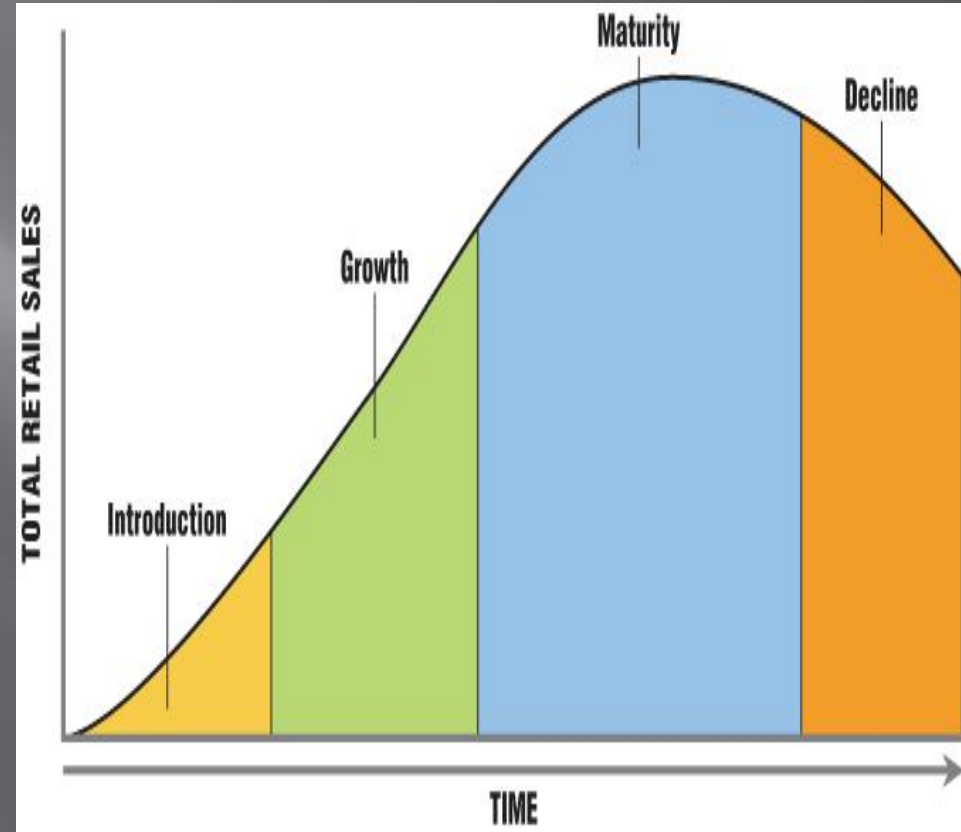


Proses Perencanaan Merchandise



Melakukan Forecasting

1. Memahami siklus hidup produk
2. Mengumpulkan data penjualan produk dan perbandingan produk
3. Menggunakan teknik statistik untuk memproyeksikan penjualan
4. Bekerjasama dengan vendor/manufaktur untuk koordinasi produksi dan pengiriman barang dagangan – CPFR (Colaborative, Planning, Forecating, Replenishment)



Perencanaan Assortment Produk

- ▣ **Variasi** adalah jumlah kategori merchandise yang berbeda dalam sebuah toko atau departemen
- ▣ **Assortment Produk** adalah jumlah SKU dalam kategori.
- ▣ **Ketersediaan Produk** (*Product Availbility*) adalah berapa banyak produk yang tersedia untuk pembelian pada waktu tertentu.

Menentukan Variety dan Assortment

1. Profitabilitas Merchandise Mix
2. Filosofi Perusahaan Menuju Assortment
3. Karakteristik Fisik Store
4. Merchandise pelengkap

Styles	Traditional	Traditional	Traditional	Traditional	Traditional	Traditional
Price levels	\$20	\$20	\$35	\$35	\$45	\$45
Fabric composition	Regular denim	Stonewashed	Regular denim	Stonewashed	Regular denim	Stonewashed
Colors	Light blue	Light blue	Light blue	Light blue	Light blue	Light blue
	Indigo	Indigo	Indigo	Indigo	Indigo	Indigo
	Black	Black	Black	Black	Black	Black

Styles	Boot-Cut	Boot-Cut	Boot-Cut	Boot-Cut
Price levels	\$25	\$25	\$45	\$45
Fabric composition	Regular denim	Stonewashed	Regular denim	Stonewashed
Colors	Light blue	Light blue	Light blue	Light blue
	Indigo	Indigo	Indigo	Indigo
	Black	Black	Black	Black

Manajemen Inventori

- ▣ **Persediaan/Inventori** adalah bahan/barang yang disimpan yang akan digunakan untuk memenuhi tujuan tertentu
- ▣ Pada satu sisi, pengurangan biaya persediaan dengan cara menurunkan tingkat persediaan dapat dilakukan oleh perusahaan, tetapi pada sisi lain konsumen akan tidak puas apabila suatu produk stocknya habis
- ▣ Oleh karena itu **keseimbangan antara investasi persediaan dan tingkat pelayanan** kepada konsumen harus dapat dicapai

Mengendalikan Inventori

1. Analisis ABC

- Merupakan penerapan persediaan dengan menggunakan prinsip Pareto yaitu membagi persediaan ke dalam 3 kelompok berdasarkan nilai volume tahunan dalam jumlah uang – Tinggi
 1. **Kelompok A** (persediaan yang jumlah nilai uang per tahunnya *tinggi*, tetapi biasanya volumenya kecil)
 2. **Kelompok B** (persediaan yang jumlah nilai uang per tahunnya *sedang*, tetapi biasanya volumenya sedang)
 3. **Kelompok C** (persediaan yang jumlah nilai uang per tahunnya *rendah*, tetapi biasanya volumenya besar)

2. Pencatatan yang Akurat

- Keakuratan catatan mengenai persediaan ini penting dalam sistem produksi sehingga memungkinkan perusahaan untuk fokus pada persediaan yang dibutuhkan dan memberi keyakinan tentang segala sesuatu yang terjadi pada persediaan

3. Penghitungan Siklus (Cycle Counting)

- Usaha membuat catatan persediaan yang akurat harus dilakukan dengan cara catatan atau arsip harus diverifikasi melalui pemeriksaan atau audit yang berkelanjutan. Audit seperti itu disebut sebagai penghitungan siklus

Tipe Pembelian Merchandise

MERCHANDISE BARANG POKOK

- ▣ Permintaannya dapat Diprediksi
- ▣ Dapat menggunakan Data Penjualan yang telah lalu
- ▣ Hasil Forecast biasanya akurat

MERCHANDISE BARANG FASHION

- ▣ Permintaannya tidak dapat diprediksi
- ▣ Penggunaan Data Penjualan untuk forecast sangat terbatas karena lebih volatil
- ▣ Sangat sulit untuk diforecast penjualannya

Jenis Brand Yang dapat dijual

NATIONAL BRAND

- ▣ Dirancang, diproduksi, dan dipasarkan oleh vendor dan dijual oleh banyak peritel
1. Family Brand
 2. SubBrand

PRIVATE LABEL BRAND

- ▣ Dikembangkan oleh peritel dan hanya dijual di gerai peritel
- ▣ Terdiri dari:
 1. Premium Private Brand
 2. Copycat brand
 3. Exclusive Brand
 4. Generic Brand



Mana Yang dipilih? National atau Private Label

Impact on Store	TYPE OF VENDOR	
	National Brands	Private-Label Brands
Store loyalty	?	+
Store image	+	+
Traffic flow	+	+
Selling and promotional expenses	+	-
Restrictions	-	+
Differential advantages	-	+
Margins	?	?

+ advantage to the retailer; - disadvantage to the retailer; ? depends on circumstances.