



Tri Angreni

# MANAJEMEN RETAIL

STRATEGI, TEKNOLOGI, DAN INOVASI  
DALAM ERA DIGITAL



# Manajemen Retail: Strategi, Teknologi, dan Inovasi dalam Era *Digital*

Tri Angreni, M.M.



Universitas Buddhi Dharma

# Manajemen Retail: Strategi, Teknologi, dan Inovasi dalam Era *Digital*

## ISBN:

Hak Cipta 2025 pada Penulis

Hak penerbitan pada UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA. Bagi mereka yang ingin memperbanyak sebagian isi buku ini dalam bentuk atau cara apapun harus mendapatkan izin tertulis dari penulis dan penerbit UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA.

## Penulis:

Tri Angreni, M.M.

## Editor:

Yusuf Kurnia, M.Kom., M.M.

## Layout

Etty Herijawati, S.E., M.M.

## Desain sampul:

Lidya Lunardi, S.Kom.

## Penerbit:

UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA

Gedung Vipassi Lt. 1 Universitas Buddhi Dharma

Jl. Imam Bonjol No 41 Karawaci Ilir, Tangerang 15115

Telp. (021) 5517853

E-Mail: lp3m@buddhidharma.ac.id



Hak Cipta dilindungi Undang-undang

All Right Reserved

Cetakan I, \_\_\_\_\_ 2025

## KATA PENGANTAR

---

---

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan karunia-Nya, buku berjudul *Manajemen Retail: Strategi, Teknologi, dan Inovasi dalam Era Digital* dapat terselesaikan. Kehadiran buku ini dilatarbelakangi oleh dinamika industri retail yang terus mengalami perubahan signifikan, seiring dengan perkembangan teknologi digital, perubahan perilaku konsumen, serta munculnya model bisnis baru yang semakin kompetitif. Dalam konteks tersebut, manajemen retail tidak lagi sekadar membahas operasional toko, melainkan juga strategi adaptif, pemanfaatan teknologi mutakhir, serta inovasi berkelanjutan yang mampu menjawab tantangan era digital.

Buku ini disusun untuk memberikan pemahaman yang menyeluruh mengenai konsep, strategi, dan praktik manajemen retail modern. Pembahasan dimulai dari dasar-dasar retail, perilaku konsumen, hingga transformasi teknologi dan tren global yang membentuk masa depan industri. Penulis berharap buku ini dapat menjadi referensi bermanfaat bagi mahasiswa, akademisi, praktisi bisnis, maupun masyarakat luas yang tertarik mendalami retail. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, masukan, dan inspirasi dalam penyusunan buku ini. Semoga buku ini dapat memberi kontribusi nyata dalam pengembangan ilmu pengetahuan sekaligus praktik manajemen retail di Indonesia maupun di tingkat global.

Tangerang, September 2025  
Tri Angreni, M.M.

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	3
DAFTAR ISI.....	4
BAB 1 Konsep Dasar Manajemen <i>Retail</i> .....	7
A. Tujuan Pembelajaran.....	7
B. Pendahuluan.....	7
C. Definisi dan Ruang Lingkup <i>Retail</i> .....	9
D. Peran <i>Retail</i> dalam Rantai Pasokan.....	13
E. Sejarah dan Evolusi Industri <i>Retail</i> .....	16
F. Klasifikasi dan Format Toko <i>Retail</i> .....	20
G. Tren Globalisasi <i>Retail</i> .....	23
H. Soal Latihan.....	26
BAB 2 Perilaku Konsumen dan Strategi <i>Retail</i> .....	28
A. Tujuan Pembelajaran.....	28
B. Pendahuluan.....	28
C. Pemahaman Perilaku Konsumen <i>Retail</i> .....	29
D. Segmentasi Pasar dan <i>Targeting</i> .....	33
E. <i>Customer Journey</i> dan <i>Omnichannel Experience</i> .....	37
F. Strategi Retensi dan Loyalitas Pelanggan.....	41
G. Analisis <i>Big data</i> dalam Pengambilan Keputusan <i>Retail</i> .....	45
H. Soal Latihan.....	49
BAB 3 Lokasi, Tata Letak, dan Desain Toko.....	51
A. Tujuan Pembelajaran.....	51
B. Pendahuluan.....	51
C. Pentingnya Lokasi dalam Bisnis <i>Retail</i> .....	53
D. Teknik Pemilihan Lokasi <i>Retail</i> .....	56
E. Prinsip Dasar Tata Letak Toko ( <i>Store Layout</i> ).....	58
F. Visual <i>Merchandising</i> dan Pengalaman Pelanggan.....	61
G. Teknologi <i>Augmented Reality</i> dan <i>Virtual Store Design</i> .....	65
H. Soal Latihan.....	68

BAB 4 Manajemen Operasional dalam <i>Retail</i> .....	70
A. Tujuan Pembelajaran .....	70
B. Pendahuluan.....	70
C. Proses Operasi <i>Retail</i> Modern.....	72
D. Manajemen Persediaan ( <i>Inventory Management</i> ) .....	76
E. <i>Supply chain Management</i> dalam <i>Retail</i> .....	79
F. Teknologi POS ( <i>Point of sale</i> ) dan ERP <i>Retail</i> .....	83
G. <i>Sustainability</i> dan <i>Green Retailing</i> .....	86
H. Evaluasi / Soal Latihan.....	90
BAB 5 Strategi Pemasaran <i>Retail</i> .....	92
A. Tujuan Pembelajaran .....	92
B. Pendahuluan.....	92
C. <i>Marketing mix</i> untuk <i>Retail</i> (7P's Model) .....	94
D. Perencanaan Promosi dan <i>Event Retail</i> .....	98
E. <i>Pricing strategy</i> dan <i>Psychological pricing</i> .....	101
F. <i>Social Media Marketing</i> untuk Bisnis <i>Retail</i> .....	104
G. <i>Influencer, Affiliate, dan Community Marketing</i> .....	108
H. Soal Latihan.....	111
BAB 6 Sumber Daya Manusia dalam <i>Retail</i> .....	113
A. Tujuan Pembelajaran .....	113
B. Pendahuluan.....	113
C. Peran SDM dalam Keberhasilan Operasional <i>Retail</i> .....	115
D. Rekrutmen, Pelatihan, dan Pengembangan Staf <i>Retail</i> .....	118
E. Manajemen Kinerja dan <i>Reward System</i> .....	120
F. <i>Leadership</i> di Lingkungan <i>Retail</i> .....	123
G. Tantangan Tenaga Kerja dalam Era <i>Digital</i> .....	126
H. Soal Latihan.....	128
BAB 7 Teknologi Terdepan dan Transformasi <i>Retail</i> .....	130
A. Tujuan Pembelajaran.....	130
B. Pendahuluan.....	131
C. <i>E-commerce, M-commerce, dan Omnichannel Retailing</i> .....	133
D. <i>Artificial Intelligence</i> dan <i>Machine Learning</i> dalam <i>Retail</i> .....	136
E. <i>Internet of Things</i> dan <i>Smart Retail</i> .....	139

F.	<i>Blockchain</i> dan Sistem Pembayaran <i>Digital</i> .....	142
G.	<i>Retail</i> Masa Depan: <i>Metaverse</i> dan <i>Experiential Retail</i> .....	145
H.	Soal Latihan.....	147
<b>BAB 8 Strategi Pemasaran <i>Digital</i> dan Media Sosial dalam <i>Retail</i></b> .....		149
A.	Tujuan Pembelajaran .....	149
B.	Pendahuluan.....	150
C.	<i>Digital Marketing</i> untuk <i>Retail</i> .....	151
D.	<i>Social Media Marketing</i> untuk Bisnis <i>Retail</i> .....	155
E.	<i>Influencer Marketing</i> dan <i>Affiliate Programs</i> .....	158
F.	Manajemen Reputasi <i>Digital</i> .....	161
G.	Soal Latihan.....	164
<b>BAB 9 Manajemen Keuangan dan Analisis Kinerja <i>Retail</i></b> .....		166
A.	Tujuan Pembelajaran .....	166
B.	Pendahuluan.....	167
C.	Sistem Keuangan dalam <i>Retail</i> .....	168
D.	Pengukuran Kinerja <i>Retail</i> dengan <i>Big data</i> .....	171
E.	Pengendalian Biaya dan Profitabilitas dalam <i>Retail</i> .....	174
F.	Manajemen Risiko Keuangan dalam <i>Retail</i> .....	177
G.	Soal Latihan.....	180
<b>BAB 10 Masa Depan <i>Retail</i> dan Tren Global</b> .....		182
A.	Tujuan Pembelajaran .....	182
B.	Pendahuluan.....	182
C.	Evolving <i>Retail</i> Business Models .....	184
D.	Tren Globalisasi dalam <i>Retail</i> .....	187
E.	Keberlanjutan dalam <i>Retail</i> .....	190
F.	Peran Teknologi Menyongsong Masa Depan <i>Retail</i> .....	193
G.	Soal Latihan.....	196
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....		198
<b>GLOSARIUM</b> .....		201
<b>INDEKS</b> .....		207
<b>HASIL SCANNING SIMILARITY</b> .....		211
<b>BIOGRAFI PENULIS</b> .....		212