

**STRATEGI PELAKU BISNIS RITEL DALAM MENGEMBANGKAN
PRODUK *PRIVATE LABEL***



**OLEH:
RENDY NOVANDA SUMANTO LIEM
3103008123**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2013**

**STRATEGI PELAKU BISNIS RITEL
DALAM MENGEMBANGKAN
*PRIVATE LABEL BRANDS***

TUGAS AKHIR
Diajukan Kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk memenuhi sebagian persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen

OLEH:
RENDY NOVANDA SUMANTO LIEM
3103008123

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA

2013

LEMBAR PERSETUJUAN

**MAKALAH TUGAS AKHIR
STRATEGI PELAKU BISNIS RITEL
DALAM MENGEMBANGKAN
*PRIVATE LABEL BRANDS***

OLEH:

RENDY NOVANDA SUMANTO LIEM

3103008123

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH



PEMBIMBING, VERONIKA RAHMAWATI, SE., M.Si

Tanggal.....*4-Maret '13*.....

LEMBAR PENGESAHAN

Tugas akhir yang ditulis oleh: Rendy Novanda Sumanto Liem

NRP: 3103008123

Telah disajikan pada tanggal 20 April 2013 di hadapan Tim Penilai

Ketua Tim Penilai



Dra. Ec. Sri Yunan Budiarsi, MS

Mengetahui:

Dekan,

Ketua Jurusan,




Dr. Lodovicus Lasdi, MM
NIK. 321.99.0370


Herlina Yoka Roida, SE., M.Comm
NIK. 311.99.0362

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rendy Novanda Sumanto Liem

NRP : 3103008123

Judul Makalah : Strategi Pelaku Bisnis Ritel dalam
Mengembangkan *Private Label Brands*

Menyatakan bahwa tugas akhir makalah ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Saya juga menyetujui apabila karya tulis ini dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (*digital library*) Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan hak cipta.

Surabaya, Februari 2013

Yang Menyatakan



(Kendy Novanda Sumanto Liem)

KATA PENGANTAR

Syukur kehadiran Tuhan yang pengasih, sehingga penulis mampu menyelesaikan makalah ini dengan baik. Makalah ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Penulis menyadari bahwa terwujudnya makalah ini tidak terlepas dari kerjasama, dorongan dan bantuan dari pihak lain. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM, selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
2. Ibu Herlina Yoka Roida, SE., M.Comm, Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Unika Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Veronika Rahmawati, SE., M.Si, selaku Dosen Pembimbing yang sudah meluangkan banyak waktu untuk memberi arahan.
4. Seluruh Dosen di Fakultas Bisnis Unika Widya Mandala Surabaya yang pernah mengajar penulis selama kuliah.
5. Kedua orang tua dan saudara serta keluarga lainnya, yang telah memberikan dorongan dan doa.
6. Seluruh pihak lain yang telah memberikan bantuan dan dorongan.

Akhirnya penulis berharap agar makalah ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Surabaya, February 2013

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	ii
ABSTRAK.....	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
BAB 1: PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Pokok Bahasan.....	3
1.3. Tujuan Pembahasan.....	4
BAB 2: TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1. Bisnis Ritel.....	5
2.2. Pengertian <i>Private Label</i>	7
2.3. Keunggulan dan Keterbatasan <i>Private Label</i>	9
2.4. Strategi Pelaku Bisnis Ritel dalam Pengembangan <i>Private Label</i>	12
BAB 3: PEMBAHASAN.....	17
3.1. Pengembangan <i>Private Label</i> untuk Membangun Citra Merek.....	17
3.2. Strategi Pengembangan <i>Private Label</i>	21
BAB 4: SIMPULAN.....	26
DAFTAR PUSTAKA.....	27

ABSTRAK

Pembahasan makalah ini bertujuan untuk memberikan pemahaman mengenai strategi pelaku bisnis ritel dalam pengembangan *private label*. Hal yang menjadi pokok bahasan sehingga tujuan yang ditetapkan tercapai adalah mengenai pengembangan *private label* untuk membangun citra merek dan strategi pelaku bisnis ritel dalam mengembangkan *private label*.

Private label dapat dikembangkan oleh pelaku bisnis ritel dengan memanfaatkan kekuatan citra merek yang dimiliki. Kemampuan untuk mengembangkan *private label* akan mendatangkan kemampuan untuk memperluas produk yang akan ditawarkan kepada konsumen sehingga membuka peluang untuk membangun citra merek.

Pelaku bisnis ritel hendaknya memilih strategi yang tepat, agar berhasil mencapai tujuan pengembangan *private label*. Pemilihan produk yang tepat untuk dikembangkan dalam penjualan *private label* adalah hal yang penting, karena tidak semua produk dapat dijual dengan *private label*. Hal lain yang harus diperhatikan adalah kemampuan menciptakan kepuasan konsumen dan menciptakan keunggulan bersaing, karena dapat meningkatkan citra merek yang positif untuk menarik konsumen melakukan penjualan produk dengan *private label*.

Kata kunci: bisnis ritel, *private label*

**RETAIL BUSINESS STRATEGY IN THE DEVELOPMENT OF
PRIVATE LABEL**

ABSTRACT

This discussion paper aims to provide an understanding of the retail business strategy in the development of private label. It is a subject that objectives are being achieved is the development of private label to build brand image and strategy of the retail businesses in developing private label.

Can be developed by the private label retail businesses by leveraging the power of the brand image held. Ability to develop private label will bring in the ability to extend the product to be offered to consumers so that the opportunity to build a brand image.

Retail business person should choose the right strategy, in order to successfully achieve the goals of private label development. The selection of the right product to be developed in private label sales is important, because not all products can be sold with private label. Another thing to consider is the ability to create customer satisfaction and create competitive advantage, because it can increase positive brand image to attract consumers to products with private label sales.

Keywords: retail, private label