

LAPORAN KULIAH PRAKTIK BISNIS

MERCHANDISE DISPLAY UNTUK
MENINGKATKAN MINAT PEMBELIAN
KONSUMEN DI GRAMEDIA ROYAL PLAZA
SURABAYA



OLEH:
KATHARINA DIAN KRISTIANTI
3103013016

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2017

MERCHANDISE DISPLAY UNTUK MENINGKATKAN
MINAT PEMBELIAN KONSUMEN DI GRAMEDIA
ROYAL PLAZA SURABAYA

LAPORAN KULIAH PRAKTIK BISNIS
Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Jurusan Manajemen

OLEH :
KATHARINA DIAN KRISTIANTI
3103013016

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2017

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa
Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya :

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Katharina Dian Kristianti
NRP : 3103013016
Judul : *Merchandise Display* untuk Meningkatkan
Minat Pembelian Konsumen di Gramedia Royal
Plaza Surabaya

Menyatakan bahwa laporan tugas akhir ini adalah ASLI karya tulis saya.
Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima
sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya
Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini
dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library*
Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk
kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini
saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 2 Agustus 2017

Yang menyatakan



(Katharina Dian Kristianti)

HALAMAN PERSETUJUAN

LAPORAN KULIAH PRAKTIK BISNIS

***MERCHANDISE DISPLAY* UNTUK MENINGKATKAN
MINAT PEMBELIAN KONSUMEN DI GRAMEDIA
ROYAL PLAZA SURABAYA**

Oleh :

KATHARINA DIAN KRISTIANTI

3103013016

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Dosen Pembimbing,



Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M.Si

Tanggal.....19 Juni 2017.....

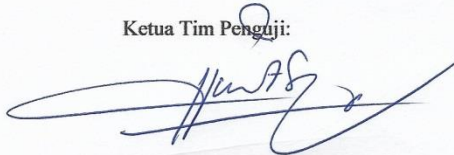
HALAMAN PENGESAHAN

Laporan KPB yang ditulis oleh: Katharina Dian Kristianti

NRP : 3103013016

Telah diuji pada tanggal 25 Juli 2017 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji:



Prof. Dr. Drs. EC. Teman Koesmono, MM

NIK. 311.87.0134

Mengetahui:



Dr. Lodovicus Lasdi, SE., MM.

NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan,



Robertus Sigit Haribowo Lukito,
SE.,M.Sc.

NIK. 311.11.0678

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat rahmat dan karuniaNya proses penulisan laporan Kuliah Praktik Bisnis (KPB) mengenai *Merchandise Display* untuk Meningkatkan Minat Pembelian Konsumen di Gramedia Royal Plaza Surabaya dapat terselesaikan dengan baik. Laporan Kuliah Praktik Bisnis ini disusun dalam rangka pemenuhan Tugas Akhir guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Penulis menyadari bahwa laporan penulisan ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa adanya banyak pihak yang mendukung penulis. Ucapan terima kasih dan penghormatan yang terbesar diberikan kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
2. Bapak Drs. EC. Yulius Koesworo, MM. Selaku Wakil Dekan I Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
3. Bapak Robertus Sigit Haribowo Lukito, SE.,M.Sc. selaku Ketua Jurusan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
4. Ibu Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran selama proses Kuliah Praktik Bisnis berlangsung hingga penulisan laporan Kuliah Praktik Bisnis.

5. Seluruh karyawan dan staf Gramedia Royal Plaza Surabaya yang telah memberikan kesempatan, dukungan, dan informasi sehingga proses Kuliah Praktik Bisnis dapat terlaksana dengan baik.
6. Keluarga penulis yang selalu memberikan dukungan doa, nasehat serta semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Kuliah Praktik Bisnis ini dengan baik.
7. Clara Nadya yang merupakan teman seperjuangan dengan saling memberikan doa, dukungan dan semangat dalam melaksanakan Kuliah Praktik Bisnis serta menyusun laporan sehingga dapat selesai dengan baik dan tepat waktu.
8. Seluruh pihak yang telah terlibat dalam pelaksanaan Kuliah Praktik Bisnis dan penulisan laporan yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari sempurna sehingga penulis mengharapkan saran dan kritik guna pengembangan selanjutnya. Akhir kata, penulis berharap semoga laporan Kuliah Praktik Bisnis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Surabaya,

Katharina Dian Kristianti

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
ABSTRAK	xi
<i>ABSTRACT</i>	xii
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup Proyek	6
1.3 Tujuan Proyek	6
1.4 Manfaat Proyek	7
1.5 Sistematika Penulisan	7
BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN	
2.1 <i>Specialty Store</i>	9
2.2 <i>Display</i>	9
2.3 Minat Pembelian	15

BAB 3. METODE PELAKSANAAN	
3.1 Desain Penelitian	16
3.2 Jenis dan Sumber Data	16
3.3 Alat dan Metode Pengumpulan Data	17
3.4 Teknik Analisis Data	19
BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
4.1 Deskripsi Profil Gramedia	20
4.1.1 Sejarah Gramedia	20
4.1.2 Visi dan Misi	30
4.1.3 Tenaga Kerja	31
4.1.4 Pemasok	32
4.1.5 Kode Departemen	33
4.1.6 <i>Layout</i>	35
4.2 Kegiatan yang Dilakukan di Mitra Usaha	37
4.3 Eksplorasi Akar Masalah dan Pendekatan yang Dipilih	41
4.4 Pembahasan dan Pemecahan Masalah	43
4.4.1 Pembahasan	43
4.4.2 Pemecahan Masalah	45
BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	50
5.2 Saran	50
5.2.1 Saran Akademis	50
5.2.2 Saran Praktis	51

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Daftar Cabang Gramedia	21
Tabel 4.2 Nilai Keutamaan Gramedia	30
Tabel 4.3 Daftar Penerbit Eksternal	32
Tabel 4.4 Kode Departemen	34
Tabel 4.5 Jadwal dan Pelaksanaan Kuliah Praktik Bisnis	37

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Rak Buku <i>Home & Garden</i>	3
Gambar 1.2 Rak Majalah dan Buku tentang Ternak	3
Gambar 1.3 Peletakkan Buku Tidak pada Tempatnya	4
Gambar 1.4 <i>Floor Display</i> di Area Promo	5
Gambar 1.5 <i>Floor Display</i> untuk Buku <i>Active Selling</i>	5
Gambar 4.1 Gramedia Royal Plaza Surabaya	20
Gambar 4.2 Logo Lama Gramedia	29
Gambar 4.3 Logo Baru Gramedia	29
Gambar 4.4 Struktur Organisasi Gramedia Royal Plaza	31
Gambar 4.5 Layout bagian buku Gramedia Royal Plaza	35
Gambar 4.6 <i>Space</i> Kosong pada <i>Floor Display</i>	46

ABSTRAK

Permasalahan pada *display* ditemukan setelah peneliti melakukan observasi serta wawancara dan permasalahan ini menyebabkan kurangnya minat konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Gramedia Royal Plaza Surabaya yang merupakan *specialty store* berupa toko buku perlu menerapkan strategi *merchandise display* secara lebih kreatif untuk meningkatkan minat pembelian konsumen.

Penggunaan strategi *merchandise display* dapat membantu toko ritel untuk meningkatkan minat pembelian konsumen. Gramedia Royal Plaza Surabaya dapat menambah *signage*; memaksimalkan penggunaan *wall display*, *floor display*, serta *endcap*; melakukan perbaikan *display* secara berkala; dan menggunakan *theme display* agar produk yang ditawarkan terlihat lebih menarik.

Kata Kunci : *Merchandise display*, Minat pembelian, *Specialty store*

ABSTRACT

The problem about display was found after researcher observed and interviewed customers and staffs in Gramedia Royal Plaza Surabaya, and problem of the displays cause customer's purchase intention decreasing. Gramedia Royal Plaza Surabaya is a specialty store in the form of bookstore, need to apply merchandise display's strategy creatively to increase customer's purchase intention.

Using merchandise display's strategy can help the retailers to increase customer's purchase intention. Gramedia Royal Plaza Surabaya can add some signages; maximize the usage of wall displays, floor displays, and also the endcaps; organize the displays periodically; and using theme displays so that the products offered can look more attractive.

Keywords : *Merchandise display, Purchase intention, Specialty store*