

INTISARI

Bangkitnya kembali industri ritel di Indonesia, setelah dilanda krisis ekonomi yang cukup panjang, ditandai dengan pembukaan gerai-gerai ritel baru oleh sejumlah pengecer, baik itu pengecer asing maupun lokal. Bagi pengecer asing, kondisi krisis ini memberikan peluang yang cukup besar untuk memasuki pasar ritel Indonesia karena dengan nilai tukar rupiah yang sangat lemah terhadap dolar Amerika, pengecer asing memiliki keleluasaan untuk melakukan ekspansi ataupun pembelian saham pengecer lokal. Dengan keadaan tersebut, jumlah pengecer asing di Indonesia pun semakin meningkat, terutama karena mulai diberlakukannya era perdagangan bebas ASEAN (AFTA).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengidentifikasi struktur industri ritel di Indonesia, terutama dalam kaitannya dengan kehadiran sejumlah pengecer asing dalam pasar ritel Indonesia. Data yang digunakan adalah data sekunder, yang diperoleh dari sumber data yang terkait atau dari literatur lainnya. Analisis dalam studi ini dilakukan dengan menggunakan 4 metode, yaitu *industry characteristics analysis*, *five forces model analysis*, *driving forces analysis*, dan *key success factors analysis*.

Hasil analisis karakteristik industri menunjukkan bahwa industri ritel di Indonesia merupakan industri yang tingkat persaingannya cukup ketat, terutama karena adanya sejumlah pengecer asing yang cukup banyak berhadapan dengan pengecer lokal. Untuk analisis lima kekuatan bersaing, empat kekuatan di antaranya termasuk kategori tinggi dan satu kekuatan lainnya, yaitu kekuatan tawar-menawar dari pemasok yang terhitung rendah. Bagi industri ritel, faktor-faktor penyebab terpenting yang dapat merubah keseluruhan struktur industri dan kondisi persaingan atau yang disebut dengan *driving forces* adalah teknologi, globalisasi, dan kebijakan pemerintah. Sedangkan faktor-faktor kunci kesuksesan atau *key success factors* dalam industri ritel antara lain lokasi, manajemen ritel (yang meliputi manajemen outlet-outletnya setiap waktu, *scheduling system*, *delivery system*, dan sebagainya), manajemen SDM, segmentasi pasar, *cost competitive*, membina hubungan yang baik dengan pelanggan, kemampuan manajerial dan kepemimpinan, serta kekuatan teknologi.

Kata kunci: industri ritel, pengecer asing, pengecer lokal

ABSTRACT

The come up of retail industry in Indonesia after having the long enough economical crisis, signed by the opening of the small outlets of new retail by a number of retailers, both the foreign or local retailer. For the foreign one, this condition gave the big enough chance retailer to come into the retail market of Indonesia because with the lowest exchanged value toward American dollar, the foreign retailers has the free chance to do the expansion or purchase the local retiler stock. By this condition, the amount of foreign retailer in Indonesia was also more and more increase, mainly after the global era of free trade in ASEAN (AFTA).

This research was aimed to analyze and identify the structure of retail industry in Indonesia, mainly related to the existence of a number of foreign retailers in the retail market in Indonesia. Data used was *the secondary data*, obtained from the related data source or the other literature. The analysis in this study was done by using 4 methods, namely *the industry characteristics analysis, five forces model analysis, driving forces analysis, and key success factors analysis*.

The result of industry characteristics indicated that the retail industry in Indonesia was the industry that its competitive level was tight enough, mainly because there was a number of more enough foreign retailers faced to the local ones. For the five forces model analysis, four forces among them including the high category and the other one, that was the bargaining power from the low counted suppliers. For the retail industry, the reason important factors that could change the entirely structural industry and the competitive condition or called with driving forces were the technology, globalization, and the policy of government. While the key success factors in the retail industry among them were the location, retail management (including the management of its outlets very time, scheduling system, delivery system, and so forth), the human resource management, market segementation, cost competition, managing the good relationship with customer, the managerial and leadership capable, and the power of technology.

Key words: retail industry, foreign retailer, local retailer