

## INTISARI

Bisnis ritel merupakan bisnis yang menjual barang dan jasa secara ecer kepada konsumen, di mana pembelian dalam skala ecer biasanya bertujuan untuk dikonsumsi secara pribadi. Industri ini terus berkembang seiring dengan bertambahnya jumlah penduduk yang berdampak pada meningkatnya kebutuhan masyarakat. Semakin beragamnya produk yang ditawarkan juga mempengaruhi keinginan konsumen untuk membeli produk tersebut. Gaya hidup masyarakat Indonesia yang konsumtif dan kebutuhan primer yang harus terpenuhi setiap harinya menjadi peluang bagi pelaku bisnis ritel untuk membuka usaha baru, termasuk melalui bisnis *online*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi rantai nilai dan *ICT Capability* di Toserba Mulia yang menjadi keunggulan bersaing, serta menilai apakah rantai nilai dan kemampuan ICT tersebut memenuhi *building blocks of competitive advantage*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh aktivitas rantai nilai di Toserba Mulia dan mayoritas kemampuan ICT di Toserba Mulia membangun keunggulan efisiensi. Aktivitas rantai nilai yang memiliki keunggulan bersaing secara lengkap adalah *inbound logistics* dan *procurement*. Namun, untuk *ICT Capability*, infrastruktur dan pengukuran ICT dari sistem *computerized* menunjukkan keunggulan bersaing. Meskipun demikian, Toserba Mulia belum siap untuk memasuki bisnis *online* karena terdapat kesenjangan antara keinginan salah satu pemilik dengan manajemen. Keunggulan kompetitif Toserba Mulia saat ini adalah keunggulan biaya rendah.

**Kata Kunci:** rantai nilai, *ICT Capability*, keunggulan kompetitif.

## ***ABSTRACT***

*Retail business refers to the sale of goods and services in small quantities directly to consumers, where purchases are typically intended for personal use. This industry continues to grow in line with the increasing population, which impacts the rising needs of society. The increasing variety of products offered also influences consumers' desire to purchase these products. The consumptive lifestyle of the Indonesian society and the daily primary needs create opportunities for retail business players to open new ventures, including through online businesses.*

*This research aims to identify the value chain and ICT capability at Toserba Mulia that contribute to competitive advantage and to assess whether these value chains and ICT capabilities meet the building blocks of competitive advantage. The study uses a descriptive qualitative approach.*

*The results indicate that all value chain activities at Toserba Mulia and the majority of ICT capabilities at Toserba Mulia contribute to building efficiency advantages. The value chain activities that fully possess competitive advantage are inbound logistics and procurement. However, for ICT capability, the infrastructure and computerized system measurements demonstrate a competitive edge. Nonetheless, Toserba Mulia is not yet ready to enter the online business due to a gap between the desires of one of the owners and the management. Toserba Mulia's current competitive advantage is low-cost leadership.*

***Keywords:*** *value chain, ICT capability, competitive advantage.*