

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
INTISARI	xii
ABSTRACT	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
1.6 Lingkup Penelitian.....	7
1.7 Sistematika Penelitian.....	7
BAB 2 LANDASAN TEORI.....	9
2.1 Pengertian dan Pengelompokan Ritel Menurut Teori dan Pemerintah	9
2.2 Analisis Lingkungan Eksternal: PESTEL Analysis.....	12
2.3 Analisis Lingkungan Industri: Analisis Lima Kekuatan Porter.....	16
2.4 Analisis SWOT dan TOWS.....	19
2.5 Analisis Kekuatan Pendorong (Driving Forces).....	21
2.6 Kewirausahaan dan Manajemen Strategis	22
2.7 Strategi Ritel di Era Disrupsi Teknologi dan Pandemi Covid-19.....	24
2.8 Teori Model Bisnis	30
2.8.1 Business Model Canvas	32
2.8.2 Inovasi Model Bisnis	36
2.9 Kajian Penelitian Terdahulu	38
2.9.1 Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Pelanggan untuk Membeli dari Format Ritel yang Berbeda	38
2.9.2 Motivasi yang Mendorong Konsumen untuk Berbelanja Online	39

2.9.3 Alasan Berbelanja di Tempat Baru Sejak Pandemi COVID-19 di Indonesia	40
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	42
3.1 Desain Penelitian	42
3.2 Metodologi Penelitian.....	42
3.3 Metoda Pengumpulan Data	43
3.3.1 Pengumpulan Data Primer.....	43
3.3.2 Pengumpulan Data Sekunder.....	44
3.3.3 Metode Penyampelan.....	44
3.3.4 Teknik dan Waktu Pengumpulan Data.....	46
3.4 Pembentukan Variabel.....	47
3.5 Skala dan Pembentukan Kuesioner.....	48
3.6 Metode Pengukuran dan Uji Reliabilitas	53
3.7 Metoda Analisis dan Kerangka Penelitian.....	54
3.8 Profil Objek Penelitian.....	56
3.8.1 Sejarah Hero Group	56
3.8.2 Tujuan, Visi dan Nilai Perusahaan.....	58
3.8.3 Struktur Bisnis.....	58
3.8.4 Kondisi Perusahaan Saat Ini.....	60
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	62
4.1 Analisis Lingkungan Eksternal: PESTEL Analysis.....	62
4.1.1 Politik	62
4.1.2 Ekonomi.....	67
4.1.3 Sosial	71
4.1.4 Teknologi.....	75
4.1.5 Environmental/Lingkungan.....	76
4.1.6 Legal.....	78
4.2 Analisis Lingkungan Industri: Porter Five Forces.....	78
4.2.1 Ancaman Masuknya Pendetang Baru.....	79
4.2.2 Intensitas Persaingan di antara Pesaing yang Ada.....	80
4.2.3 Ancaman dari Produk Substitusi.....	85
4.2.4 Daya Tawar Pembeli.....	86
4.2.5 Daya Tawar Pemasok	87
4.3 Analisis Driving Forces.....	88

4.3.1 Kemajuan Teknologi Gawai, Jaringan Internet dan Piranti Lunak.....	89
4.3.2 Sosial Demografi dan Perubahan Perilaku Berbelanja	90
4.3.3 Pandemi Covid-19	90
4.4 Profil Responden Survei Preferensi Saluran Berbelanja.....	92
4.5 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	93
4.6 Model Bisnis Hero Group Saat Ini.....	94
4.6.1 Proposisi Nilai.....	95
4.6.2 Segmen Pelanggan.....	95
4.6.3 Saluran.....	95
4.6.4 Hubungan dengan Pelanggan	98
4.6.5 Aliran Penerimaan	98
4.6.6 Sumber Daya Utama.....	98
4.6.7 Aktivitas Utama.....	99
4.6.8 Kemitraan Utama.....	99
4.6.9 Struktur Biaya	100
4.7 Analisis SWOT dan TOWS.....	100
4.8 Analisis Preferensi Saluran Belanja Pelanggan dan Alasannya	105
4.9 Perumusan Usulan untuk Inovasi Model Bisnis.....	110
4.10 Usulan Rancangan Inovasi Model Bisnis	123
4.10.1 Proposisi Nilai.....	123
4.10.2 Segmen Pelanggan	125
4.10.3 Saluran.....	125
4.10.4 Hubungan dengan Pelanggan	126
4.10.5 Aliran Penerimaan.....	126
4.10.6 Sumber Daya Utama.....	127
4.10.7 Aktivitas Utama	128
4.10.8 Kemitraan Utama	129
4.10.9 Struktur Biaya.....	129
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN.....	132
5.1 Simpulan.....	132
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	134
5.3 Saran.....	135
DAFTAR PUSTAKA.....	137

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Pemilihan Saluran Berbelanja Sebelum Pandemi Covid-19	39
Tabel 2.2 Alasan Berbelanja di Tempat Baru Sejak Pandemi Covid-19 di Indonesia (per September 2020).....	41
Tabel 3.1 Variabel Alasan Pemilihan Saluran Berbelanja Kebutuhan Sehari-hari	48
Tabel 3.2 Usulan Inovasi yang Ditawarkan pada Supermarket.....	50
Tabel 3.3 Kinerja Keuangan PT. Hero Supermarket Tbk. (dalam juta Rupiah) ...	61
Tabel 4.1 Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Selama 5 Tahun Terakhir.....	68
Tabel 4.2 PDB per Kapita Menurut Harga Berlaku Selama 5 Tahun Terakhir	69
Tabel 4.3 Jumlah Gerai Ritel Grosir berdasarkan Tipe di Indonesia.....	81
Tabel 4.4 Nilai Penjualan Gerai Ritel Grosir berdasarkan Tipe di Indonesia (dalam USD Juta).....	81
Tabel 4.5 Supermarket dan Hipermarket Segmen Menengah Atas Terbesar di Indonesia.....	83
Tabel 4.6 Pangsa Pasar Supermarket dan Hipermarket Terbesar di Indonesia.....	84
Tabel 4.7 Ringkasan Analisis Lima Kekuatan Porter Ritel Konvensional.....	88
Tabel 4.8 Uji Validitas Instrumen Usulan Inovasi.....	94
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas Instrumen Usulan Inovasi pada gerai supermarket.....	94
Tabel 4.10 Analisis TOWS Hero Supermarket.....	104
Tabel 4.11 Uji Marginal Homogeneity	106
Tabel 4.12 Preferensi Utama Saluran Berbelanja Selama Masa Pandemi dan Sesudah Pandemi.....	107
Tabel 4.13 Alasan Utama Pemilihan Saluran Berbelanja Selama Masa Pandemi dan Sesudah Pandemi.....	109
Tabel 4.14 Alasan Utama Pemilihan Saluran Berbelanja Selama Masa Pandemi dan Sesudah Tidak Ada Pandemi.....	110
Tabel 4.15 Proporsi Karyawan Hero Group menurut Kelompok Usia	128

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Penjualan Ritel Indonesia dari 2016 sampai 2021	2
Gambar 2.1 Kerangka PESTEL.....	12
Gambar 2.2 <i>The Porter's Five Forces</i>	16
Gambar 2.3 Kanvas Model Bisnis	32
Gambar 3.1 Kerangka Penelitian.....	55
Gambar 4.1 Komposisi Penduduk Indonesia Menurut Generasi Tahun 2020.....	72
Gambar 4.2 Persentase Pengguna Internet dalam Setiap Kelompok Umur yang Melakukan Pembelian melalui E-commerce dalam Satu Bulan Terakhir per Januari 2021	73
Gambar 4.3 Persentase Perubahan Nilai Total Pembelanjaan melalui E-Commerce pada Tahun 2020 dibandingkan dengan Tahun 2019	74
Gambar 4.4 Penggunaan Telepon Seluler, Jaringan Internet dan Media Sosial di Indonesia Tahun 2021	76
Gambar 4.5 Model Bisnis Hero Supermarket Saat Ini	100
Gambar 4.6 Analisis SWOT pada Model Bisnis Hero Supermarket.....	105
Gambar 4.7 Rancangan Inovasi Model Bisnis Hero Supermarket	131

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I	KUESIONER PREFERENSI SALURAN BERBELANJA KEBUTUHAN SEHARI-HARI	145
LAMPIRAN II	UJI MARGINAL HOMOGENEITY	157
LAMPIRAN III	UJI VALIDITAS	158
LAMPIRAN IV	UJI RELIABILITAS.....	159
LAMPIRAN V	HASIL PENGOLAHAN DATA KUESIONER	160