



## INTISARI

*Bricks and clicks* (batu bata dan klik) adalah istilah untuk model bisnis dimana perusahaan mengintegrasikan baik offline (*bricks*) dan secara online (*clicks*). Sistem *bricks and clicks* dinilai efektif untuk perusahaan-perusahaan *start up* di negara berkembang seperti Indonesia karena masyarakat Indonesia sudah melek teknologi namun seringkali masih suka berbelanja di toko offline (*bricks*). Salah satu perusahaan yang menggunakan sistem ini adalah PT Molay Satrya Indonesia, produsen seragam militer dan asesoris militer lainnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan toko online (*clicks*) maupun toko offline (*bricks*) pada PT Molay Satrya Indonesia, dan mengetahui daya tarik yang ditawarkan toko offline (*bricks*) PT Molay Satrya Indonesia yang menarik minat beli airsofter Yogyakarta. Peneliti melakukan penelitian menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada 50 airsofter Yogyakarta. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif, penelitian dilakukan dengan observasi, kuesioner dan wawancara untuk mengkonfirmasi hasil kuisisioner. Jenis data penelitian ini adalah data kualitatif, dengan data yang disajikan dalam bentuk kata-kata yang mengandung makna. Hasil penelitian menunjukkan bahwa airsofter Yogyakarta secara umum puas berbelanja di toko offline (*bricks*) PT Molay. Responden juga puas dengan kualitas produk yang ditawarkan oleh PT Molay.

Kata kunci: *bricks and clicks*



## ABSTRACT

*Bricks and clicks is the term for a business model where a company integrates both offline (bricks) and online (clicks). System bricks and clicks is considered effective for start-up companies in developing countries like Indonesia because the Indonesian people have technological literacy but often they like to shop in stores offline. One of the companies that use this system are PT Molay Satrya Indonesia, a manufacturer of military uniforms and other military accessories. The objective of this study was to determine the advantages and disadvantages of online stores and offline stores at PT Molay Satrya Indonesia and determine the attractiveness of an offline store offered Indonesia PT Molay Satrya that attract the buying interest of airsofters in Yogyakarta. Researcher conducted the study using a questionnaire distributed to 50 Yogyakarta airsofters. The research is a descriptive study, the research done by observation, questionnaires and interviews to confirm the results of the questionnaire. The type of data this study is qualitative data, with the data presented in the form of words that implies. The results showed that Yogyakarta airsofters generally satisfied to shop at offline store of PT Molay. Respondents were also satisfied with the quality of the products offered by PT Molay.*

*Key words: bricks and clicks*