

Strategi pemasaran retailing: suatu bahasan pada tiga department store di Jakarta

Nita Loreta Lanasier, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20442193&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Industri retail di Jakarta telah mengalami perkembangan yang pesat.

Semula retailer modern hanya merupakan alternatif pilihan tempat belanja bagi masyarakat Jakarta, kini telah menjadi tempat yang tepat untuk berbelanja.

Didukung pula oleh munculnya berbagai mal atau pusat perbelanjaan modern yang menyajikan konsep one-stop-shopping serta masuknya para retailer asing yang umumnya masuk melalui sistem franchise.

Masuknya retailer asing menimbulkan pro kontra baik di kalangan para pengamat industri retail maupun di dalam asosiasinya sendiri sehingga sempat menimbulkan perpecahan antara kubu yang pro dan yang kontra.

Untuk mendukung pendapat bahwa dengan masuknya retailer asing tidak akan mematikan retailer lokal, maka penulis mencoba membahas permasalahan tersebut dengan mengambil subyek pada tiga department store, yaitu Metro dan Seibu sebagai retailer asing dan Matahari sebagai retailer lokal.

Berdasarkan hasil analisis, ternyata retail lokal dalam hal ini Matahari tidak terlaui banyak terpengaruh dengan masuknya Retail Asing karena pada dasarnya pangsa pasar yang mereka bidik adalah berlainan. Retail Asing membidik pasar atas sedangkan retail lokal membidik pasar menengah yang besarnya 60%. Salah satu tujuan dari Retail asing masuk ke Indonesia adalah untuk menjaring konsumen yang biasa pergi ke luar negeri untuk berbelanja, maka dengan menyediakan merchandise yang eksklusif dan bertaraf Internasional mereka berkeyakinan dapat mengalihkan tujuan belanja mereka, sekaligus menawarkan suatu gaya hidup baru. Sedangkan Matahari untuk menghadapi retail asing yang masuk berusaha untuk menguatkan diri pada segmen yang sudah mereka kuasai tetapi juga merambah untuk melayani pasar kelas atas dengan konsep yang sama sekali lain yaitu Galleria.

Keberhasilan strategi Matahari dapat dilihat dari kenyataan bahwa total sales turn over untuk industri retail adalah sebesar Rp 5,3 trilyun dimana Rp 2 trilyun merupakan kontribusi dari Matahari