

Gray Market Pengaruhnya Terhadap Saluran Distribusi Produk Elektronik di Indonesia

Budhi Tjahjono Yuwono, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20471190&lokasi=lokal>

Abstrak

Perkembangan perekonomian dunia dewasa ini semakin ke arah globalisasi perdagangan. Produk yang dihasilkan suatu negara tidak hanya diperdagangkan di negara tersebut, melainkan diperdagangkan pula di negara lain. Akibatnya orientasi pasar ditujukan ke seluruh dunia. produsen harus menyesuaikan desain produknya agar seseuai dengan kebutuhan global yaitu dengan menciptakan produk yang bersifat universal. Walaupun harus dilakukan penyesuaian, maka penyesuaian itu kecil dan tidak memerlukan biaya besar.

Tersedianya media komunikasi yang canggih akan mempercepat informasi suatu produk sampai pada calon pembeli. Informasi itu tidak hanya mengenai produk saja, namun juga harga jual di tiap negara. Demikian juga pola permintaan, penawaran, pola penyaluran serta karakteristik pemakai dari suatu produk dapat diketahui dengan cepat.

Faktor-faktor di atas akan mendorong gray marketer untuk melakukan kegiatan bisnisnya. Semua kegiatan yang menyangkur penyaluran suatu produk tanpa melalui saluran distribusi yang resmi, dikenal sebagai kegiatan gray market. Kegiatan yang dilakukan adalah dengan cara mengimpor dan menjual produk yang sama dari sumber di negara lain, dapat berasal dari produsen maupun distributor resmi, kemudian menjualnya di pasar dalam negeri dengan harga bersaing.

Di samping itu gray market dapat menekan biaya pemasaran dan operasinya dengan memanfaatkan citra produk yang memang sudah dikenal oleh calon pemakainya. Dengan harga bersaing, yaitu sekitar 40% di bawah harga jual resmi, pemakai umumnya berani mengambil resiko dengan mengabaikan pelayanan purna jualnya yang mencakup jaminan, pelayanan perbaikan dan tersedianya suku cadang.

Pembahasan ini dilakukan pada industri elektronika mengingat bahwa kegiatan ini merupakan masalah utama yang dihadapi oleh industri elektronika di Indonesia. Dari pengamatan LIPI dan Gabungan Pengusaha Elektronik, jumlah produk yang berasal dari kegiatan ini berkisar antara 40-60 % dari total permintaan produk elektronika di Indonesia.

Pada masa resesi, banyak produsen elektronika yang menghentikan produksinya karena menurunnya daya beli masyarakat dan mengecilnya pangsa pasar akibat kegiatan gray market. Ditambah pula, kebijakan pemerintah terhadap industri elektronika mengenai produk komponen elektronika sehingga menyebabkan harga jual tidak bersaing.

Namun dengan dikeluarkannya Paket Kebijakan 28 Mei 1990 (PAKMEI), industri elektronika di Indonesia mendapat peluang yang besar untuk melakukan perluasan usaha sehingga akan tercipta produk

yang murah dengan kualitas yang baik. Akibatnya, produk yang dihasilkan oleh produsen lokal dapat bersaing dengan produk luar negeri.

Dampak selanjutnya adalah kecenderungan berkurangnya peran kegiatan gray market, sehingga distorsi terhadap mekanisme pasar akan sangat berkurang. Namun demikian hal ini tidak terjadi secara langsung. Banyak faktor yang perlu dibenahi seperti misalnya kualitas distributor produk elektronika, kualitas produk rakitan lokal dan juga peranan investasi pada industri komponen elektronika.

Melihat peluang industri elektronika yang sangat besar, terutama dalam menunjang ekspor non migas, maka prospek kegiatan gray market menjadi tidak menarik lagi. Perbedaan harga produk elektronika rakitan dalam negeri cenderung menjadi lebih murah dari produk rakitan luar negeri, industri elektronika merupakan industri padat karya, sehingga komponen biaya tenaga buruh menjadi relatif lebih menguntungkan.