

Analisis faktor kunci keberhasilan bisnis ritel (studi kasus pada PT Hero Supermarket Tbk)

Puncky Purdatiningrum, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=71944&lokasi=lokal>

Abstrak

Bisnis Eceran/Ritel dinilai memiliki pertumbuhan mengesankan, dan mencapai hasil yang pesat dalam perkembangannya. Dalam waktu relatif singkat, muncul pusat perbelanjaan baru, toserba, pasar swalayan, yang kira-kira sepuluh tahun lalu masih menjadi barang yang langka.

Para pengusaha ritel tidak sekedar menjual saja namun mereka berusaha berpacu dalam hal melayani sistem distribusi untuk memberikan nilai lebih. Mereka ingin menjadi yang utama dan memiliki keunggulan yang kompetitif, terutama dalam melayani kebutuhan pelanggannya.

Atas dasar itulah, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui lebih jauh faktor-faktor keberhasilan bisnis ritel dengan studi kasus PT Hero Supermarket.

Penelitian dan pengumpulan data dilakukan melalui telaah pustaka dan teknik wawancara (in depth interview). Analisis data dilakukan secara kualitatif. Temuan penelitian menunjukkan hal-hal sebagai berikut:

Pertama, Bisnis Ritel ini merupakan ritel nasional yang cukup memiliki prestasi yang membanggakan sejak didirikan tahun 1971 dan telah mampu menunjukkan kemampuannya dengan pendahulunya dan peritel baru bahkan peritel asing.

Kedua, Bisnis Ritel Multi Grosir Hero, saling timbal balik menjalankan usahanya dengan pengembangan usaha lainnya yang cukup ekspansif dapat menunjang Hero dalam mempertahankan kelanggengan usaha diantara pesaingnya.

Ketiga, Hero dalam beberapa hal dapat dikategorikan cukup berhasil, karena sebagai ritel nasional Hero menunjukkan hasil penjualan yang cukup baik, dan menempatkannya sebagai ritel yang ekspansif.

Berdasarkan hasil temuan penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa:

Pertama, Hero sebagai sebuah ritel menganut bermacam-macam tipe yaitu bentuk Supermarket, Convenience Store, Specialty Store, dan memiliki sistem distribusi yang canggih dengan memperpendek rantai distribusi.

Kedua, pendapat yang mengatakan bahwa yang terbesar yang terbaik tidak dapat disebut sebagai ukuran sukses, karena tanpa efisiensi dan kontrol yang ketat hal ini menjadi tidak berguna. Hero harus mempertimbangkan keinginan ekspansinya untuk menekan biaya pengeluaran umum hingga kondisi

perekonomian membaik.

Untuk masa mendatang disarankan agar Hero tetap konsisten dengan bisnis intinya (core business) di bidang pasar swalayan dan tetap unggul di bidangnya. Selain itu Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia juga harus memainkan perannya agar dapat menentukan batasan dan kebijakan bagi ritel asing sehingga tidak mengancam keberadaan ritel nasional.

Di samping itu keberhasilan Hero dapat menjadi contoh yang baik bagi riteler nasional lainnya, termasuk PD Pasar Jaya dalam mengelola pasar-pasar tradisional mau belajar dari cara-cara pengelolaan pasar modern seperti Hero Supermarket ini.