



Surabaya, 6 Juli 2023

SEMINAR NASIONAL HASIL RISET DAN PENGABDIAN

"Peran Riset, Inovasi dan Pengabdian Kepada Masyarakat Bagi Pembangunan Indonesia Berkelanjutan"



ANALISIS INDUSTRI RITEL PADA PRODUK CASEL

Alifia Mozaya Raisha¹, Nita indrawati², Almaida Febrianti³, Baiq Nadya Salma Rizki⁴, Sunia Akrima Abducha⁵, Shinta Ratna Sari⁶

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, Indonesia

*Email: alifiamozayar@gmail.com¹, nitaaindrawati@gmail.com², almaidafebrianti2@gmail.com³, baiqnadyasamarizki@gmail.com⁴, soniasenth@gmail.com⁵, shintaratna015@gmail.com⁶

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang bisnis castel dengan daya tarik konsumen, bisnis ini termasuk bergerak dalam bidang konfeksi. Bisnis ini menjual bahan dari kain-kain perca yang dijadikan souvenir seperti contohnya dompet, tempat pensil dll. Penjualannya sendiri melalui media sosial seperti Instagram, website dan juga e-commerce.

Kata kunci: industri; retail; casel

Copyright © (2022) Seminar Hasil Riset dan Pengabdian ke 4

PENDAHULUAN

Era new normal pada kali ini banyak dijadikan peluang bisnis bagi pelaku usaha yang ber operasi di Indonesia. Satu sisi, new normal telah memperluas pasar produk bagi pelaku usahaan Indonesia, syarat ini mengakibatkan Persaingan yg semakin ketat antar perusahaan dalam negeri dan asing. Lingkungan ritel sangat dinamis saat ini, dan perusahaan dan pengusaha, UMKM dan produsen lain berjuang untuk memperkenalkan dan mengembangkan produknya, bersaing dengan sengit dan beberapa merumuskan strategi yang tepat pada waktu yang tepat. permintaan jangka panjang dan lebih besar untuk bersaing dengan produsen lain dan produk yang ditawarkan oleh pelanggan memiliki respon baik dan positif, serta penerimaan dan popularitas yang baik dari pelanggan.

Ritel merupakan suatu proses pengaturan dari semua faktor yang mampu mempengaruhi proses perdagangan barang dan jasa secara langsung kepada konsumen.

Fungsi dari ritel antara yaitu meminimalisir kegagalan penjualan, dan sebagai sistem proses regulasi system distribusi yang lebih baik. Industry ritel di Indonesia saat ini semakin berkembang dengan semakin banyaknya perkembangan gerai-gerai baru diberbagai tempat. Kegairaan para pengusaha ritel untuk berlomba-lomba menanamkan investasi dalam pembangunan gerai-gerai baru tidaklah sulit untuk dipahami. Dengan ekonomi rata-rata di atas 3% sejak tahun 2000 dan makin terkendalinya laju inflasi, bisa menjadi alasan mereka bahwa ekonomi Indonesia bisa menguat kembali di masa mendatang.

Bisnis di Indonesia sudah sangat banyak, dari perusahaan mikro sampai perusahaan besar sehingga persaingan bisnis semakin kompleks. Persaingan dalam menjual produk maupun jasa semakin banyak, sehingga banyak para pengusaha menawarkan produk maupun jasanya dengan berbagai macam cara agar konsumen tertarik untuk membeli produk atau jasa yang dijual. Banyak pengusaha yang bersebelahan dengan menjual barang yang sama sehingga persaingan pun semakin berat. Alat tulis merupakan alat yang digunakan oleh semua orang dan tidak memandang umur penggunaannya. Dengan berbagai merek yang bergerak di bidang alat tulis, sehingga memerlukan strategi pemasaran yang baik. Penting bagi persahaan menggunakan strategi pemasaran untuk memenangkan persaingan pasar. Salah satu strategi pemasaran yang dipakai oleh perusahaan adalah menciptakan produk sesuai dengan kebutuhan atau keinginan pelanggan. Pencil case atau tempat pensil merupakan tempat untuk menyimpan berbagai macam alat tulis mulai dari pensil, bolpoin, penghapus, asahan, penggaris, dan lain-lain. Pelanggan dapat menyimpan alat tulisnya kedalam satu tempat. Selain kotak pensil kita kerap membutuhkan dompet untuk menyimpan uang dan kartu kredit, agar memudahkan kita dalam membawa itu semua casel hadir dengan inovasi gabungan antara kotak pensil dan dompet dalam satu tempat. Casel merupakan produk yang membantu kita membawa barang lebih mudah dan praktis dalam satu tempat sehingga lebih mudah dalam mencari barang-barang dalam satu tempat.

Dengan begitu kami yakin dan merasa mampu bersaing dalam bisnis ritel dengan produk yang akan kami keluarkan yaitu Casel.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang bersifat deskriptif, yaitu penelitian yang berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data-data, penelitian deskriptif hanyalah memaparkan situasi atau peristiwa. Penelitian ini hanya mendeskripsikan atau merekonstruksikan wawancara-wawancara mendalam terhadap subyek penelitian sehingga dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai kredibilitas Brand Endorser dan kredibilitas perusahaan Terhadap sikap terhadap iklan dan sikap terhadap merek serta pengaruhnya terhadap Produk CASEL. Penelitian ini bersifat deskriptif, yaitu penelitian yang berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data-data, penelitian deskriptif hanyalah memaparkan situasi atau peristiwa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (APRINDO), bisnis ritel atau usaha eceran di Indonesia mulai berkembang pada kisaran tahun 1980 an seiring dengan mulai dikembangkannya perekonomian Indonesia. Hal ini timbul sebagai akibat dari pertumbuhan yang terjadi pada masyarakat kelas menengah, yang menyebabkan timbulnya permintaan terhadap supermarket dan departement store (convenience store) di wilayah perkotaan. Trend inilah yang kemudian diperkirakan akan berlanjut di masa-masa yang akan datang. Hal lain yang mendorong perkembangan bisnis ritel di Indonesia adalah adanya perubahan gaya hidup masyarakat kelas menengah ke atas, terutama di kawasan perkotaan yang cenderung lebih memilih berbelanja di pusat perbelanjaan modern. Perubahan pola belanja yang terjadi pada masyarakat perkotaan tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan berbelanja saja namun juga sekedar jalan-jalan dan mencari hiburan.

Berkembangnya usaha di industri ritel ini juga diikuti dengan persaingan yang semakin ketat antara sejumlah peritel baik lokal maupun peritel asing yang marak bermunculan di Indonesia. Industri ritel di Indonesia saat ini semakin berkembang dengan semakin banyaknya pembangunan gerai-gerai baru di berbagai tempat. Kegairahan para pengusaha ritel untuk berlomba-lomba menanamkan investasi dalam pembangunan gerai-gerai baru tidaklah sulit untuk dipahami.

Dengan pertumbuhan ekonomi rata-rata di atas 3% sejak tahun 2000 dan makin terkendalinya laju inflasi, bisa menjadi alasan mereka bahwa ekonomi Indonesia bisa menguat kembali di masa mendatang.

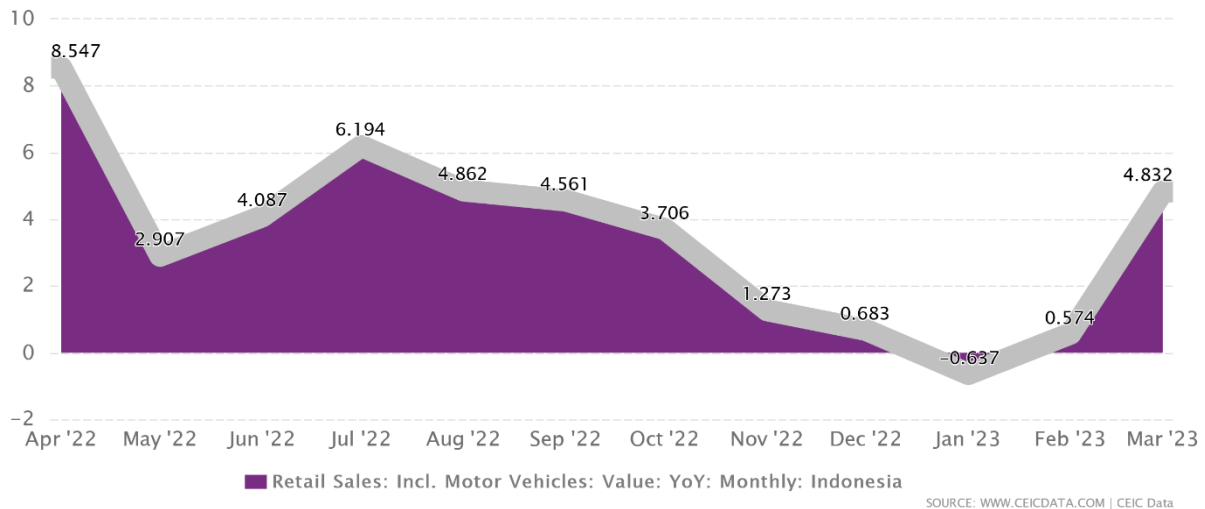
Penggolongan bisnis ritel di Indonesia dapat dikategorikan berdasarkan sifatnya, yaitu ritel yang bersifat tradisional atau konvensional dan yang bersifat modern. Ritel yang bersifat tradisional adalah sejumlah pengecer atau pedagang eceran yang berukuran kecil dan sederhana, misalnya toko-toko kelontong, pengecer atau pedagang eceran yang berada di pinggir jalan, pedagang eceran yang berada di pasar tradisional, dan lain sebagainya. Kelompok bisnis ritel ini memiliki modal yang sedikit dengan fasilitas yang sederhana. Ritel modern adalah sejumlah pedagang eceran atau pengecer berukuran besar, misalnya dengan jumlah gerai yang cukup banyak dan memiliki fasilitas toko yang sangat lengkap dan modern.

Konsep yang ditawarkan peritel modern beragam seperti supermarket (swalayan), hypermarket, minimarket, departement store, dan lain sebagainya. Bisnis ritel dapat pula dibagi menjadi tiga kelompok usaha perdagangan eceran yaitu:

1. Grosir (pedagang besar) atau hypermarket. Kelompok ini umumnya hanya ada di kota-kota besar dan jumlahnya sedikit. Di Indonesia yang termasuk dalam kelompok ini adalah:
 - a. PT Alfa Retailindo dengan nama gerai Alfa.
 - b. PT Makro Indonesia dengan nama gerai Makro.
 - c. PT Carrefour Indonesia dengan nama gerai Carrefour. D
2. Pengecer besar atau menengah dengan jumlah gerai sekitar 500 gerai.
3. Minimarket modern. Pelaku kelompok ini tidak banyak namun mengalami perkembangan pesat.

Berdasarkan perkembangan ritel di Indonesia sendiri memiliki pertumbuhan yang pesat hal ini dibuktikan dari laporan Pertumbuhan Penjualan Ritel Indonesia yang dilaporkan sebesar 4.8 % pada 2023-03. Rekor ini naik dibanding sebelumnya yaitu 0.6 % untuk 2023-02. Data Pertumbuhan Penjualan Ritel Indonesia diperbarui bulanan, dengan rata-rata 8.0 % dari 2011-01 sampai 2023-03, dengan 147 observasi. Data ini mencapai angka tertinggi sebesar 28.2 % pada 2013-12 dan rekor terendah sebesar -20.6

% pada 2020-05. Data Pertumbuhan Penjualan Ritel Indonesia tetap berstatus aktif di CEIC dan dilaporkan oleh CEIC Data.



Analisis lingkungan makro

1. **Ekonomi:** Kondisi ekonomi secara keseluruhan dapat berdampak pada bisnis ritel . Saat ekonomi tumbuh dengan baik, orang cenderung memiliki lebih banyak uang untuk membeli produk-produk non-kebutuhan, seperti casel. Namun, dalam situasi ekonomi yang lesu, permintaan mungkin menurun karena konsumen memiliki anggaran yang lebih ketat.
2. **Tren Mode dan Gaya Hidup:** Perubahan tren mode dan gaya hidup juga dapat mempengaruhi bisnis ritel. Jika casel sesuai dengan tren dan gaya hidup saat ini, permintaan dapat meningkat. Misalnya, jika masyarakat sedang memprioritaskan produk yang ramah lingkungan dan berkelanjutan, casel yang dibuat dari bahan-bahan alami atau daur ulang mungkin lebih diminati.
3. **Persaingan:** Tingkat persaingan dalam industri casel juga memainkan peran penting. Jika ada banyak pelaku usaha yang menawarkan produk serupa, bisnis casel perlu memiliki keunggulan kompetitif untuk membedakan diri dari pesaing. Ini dapat meliputi faktor seperti kualitas produk, desain unik, atau strategi pemasaran yang efektif.
4. **Peraturan dan Kebijakan:** Kebijakan dan regulasi pemerintah dapat mempengaruhi bisnis casel. Misalnya, ada peraturan tentang bahan yang dapat digunakan atau prosedur produksi yang harus diikuti. Selain itu, peraturan perdagangan

internasional juga dapat berdampak jika bisnis casel melakukan ekspor atau impor bahan baku.

5. **Teknologi:** Kemajuan teknologi dapat mempengaruhi produksi dan distribusi produk casel. Penggunaan teknologi dalam proses pembuatan dapat meningkatkan efisiensi dan kualitas produk. Selain itu, perkembangan teknologi e-commerce juga dapat memperluas pasar dan menciptakan peluang penjualan online bagi bisnis dompet handmade.
6. **Faktor Sosial dan Demografis:** Perubahan sosial dan demografis juga dapat



berdampak pada bisnis ritel casel. Misalnya, pergeseran preferensi konsumen terhadap produk lokal atau dukungan terhadap bisnis kecil dapat mendukung pertumbuhan bisnis ritel casel. Selain itu, faktor demografis seperti pertumbuhan populasi, distribusi usia, dan pendapatan rata-rata juga perlu dipertimbangkan.

7. **Lingkungan Hukum:** Faktor hukum, seperti peraturan lingkungan, hak kekayaan intelektual, atau perlindungan konsumen, juga dapat mempengaruhi bisnis ritel casel. Bisnis harus memastikan mereka mematuhi semua persyaratan hukum yang berlaku untuk menghindari masalah hukum dan membangun kepercayaan pelanggan.

Ancaman pesaing

Ancaman dari produk Casel dalam industri ritel dapat dikatakan bersifat “cukup kuat” karena dalam pemasaran moderen sudah banyak menjualnya tentunya pesaing-pesaing yang menjual dengan harga yang relatif rendah. Produk casel ini juga kapasitas

produksi yang terbatas, kurangnya pengetahuan tentang desain produk dan kurangnya pengetahuan tentang memasarkan produk.

Kekuatan-kekuatan yang mempengaruhi persaingan ritel di Indonesia

1. Globalisasi.

Dengan adanya era perdagangan bebas ASEAN (AFTA) maka akan mempengaruhi terjadinya perubahan dalam industri ritel yaitu dengan masuknya peritel asing dan juga perubahan pada perilaku konsumen. Konsep bisnis ritel asing biasanya lebih lengkap dan lebih modern. Pelajaran penting yang dapat dipetik oleh peritel lokal adalah berusaha untuk belajar dari kelebihan yang ada pada peritel asing dan selalu melakukan inovasi-inovasi baru secara terus menerus baik pada produk dan kualitas, teknologi, manajemen, dan hal-hal lain yang penting bagi bisnis ritel.

2. Kebijakan Pemerintah.

Peran pemerintah sangat diperlukan dalam pertumbuhan dan perkembangan industri ritel, terutama dalam menjaga stabilitas politik dan keamanan berinvestasi, merangsang pertumbuhan ekonomi Indonesia, peningkatan PDB, penegakan dan kepastian hukum melalui kebijakan, pengaturan, dan regulasi-regulasi penting yang dibutuhkan. Pemerintah telah mengeluarkan berbagai macam kebijakan dan aturan dalam bisnis ritel seperti: Keputusan Presiden No. 96/2000 yang diperbaharui dengan Keputusan Presiden No. 118/2000 mengenai penanaman modal asing dengan masuknya peritel asing. Untuk menumbuhkan kembangkan usaha ritel di Indonesia, pembinaan dan penataan Pasar Modern diatur melalui Surat Keputusan Bersama (SKB) Menteri Perindustrian dan Perdagangan dan Menteri dalam Negeri Nomor 145/MPP/Kep/5/1997 dan No. 57 tahun 1997 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar dan Pertokoan, dimana pemerintah daerah bertanggung jawab mengatur mengenai Rencana Tata Ruang Wilayah Kota (RTRWK) termasuk pengaturan wilayah bagi pengembangan pasar tradisional, pertokoan, ritel skala kecil, menengah maupun besar.

KESIMPULAN

Dari analisis di atas dapat disimpulkan bahwa industri ritel pada produk Casel bahwa memiliki kekuatan dan peluang untuk dapat bersaing dengan produk kerajinan yang lain. Di samping kekuatan dan peluang produk ini juga terdapat kekurangan dan ancaman

terhadap produk tersebut. Tetapi produk ini memiliki kekuatan untuk dapat menutupi kekurangan dan ancaman tersebut

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. 2012. "Manajemen Pemasaran". Cetakan ke 1. Rajawali Pers, Jakarta.
- Alma, Buchari. (2011). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. CV. Alfabeta. Bandung
- Andi. 2015. Strategi Pemasaran, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta.
- Dewi, N. K. A. S., & Wulandari, N. L. A. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Hidden Garden Agro Cafe Baturiti Tabanan Bali. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 1(2).
- Hanurdin, A. S., Arifin, M., & Qomariyah, S. N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi UMKM Pia Fenty Jombang). *Jurnal Ekonomi Dan Perkembangan Bisnis*, 4(1).
- Indrasari, Dr. M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. In Viotomo Press.
- Resna Napitu, Eva Sriwiyanti, Risma Nurhaini Munthe (2022). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Toko Miyukie Florist Pemantangsiantar. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(8).
- Sunyoto, Danang (2014), manajemen bisnis ritel teori, praktik, dan kasus ritel. Yogyakarta.