

Strategi Efektif untuk Mengelola Bisnis Ritel di Era Digital



Dixian Bhikuning, S.E., M.M
Dosen Prodi : Manajemen Ritel
Universitas Teknologi Digital Indonesia
(Dahulu STMIK AKAKOM)
Bidang Penelitian dan Keminatan:
Manajemen Ritel dan Perilaku Konsumen

DI ZAMAN serba digital ini, bisnis ritel menghadapi berbagai tantangan baru, tetapi juga peluang besar untuk berkembang. Dengan semakin banyaknya pelanggan yang beralih ke platform digital dalam mencari dan membeli produk, pemilik usaha ritel harus beradaptasi dengan cepat agar tetap relevan dan bersaing. Berikut

beberapa strategi yang bisa diterapkan agar bisnis ritel tetap sukses di era digital.

- 1. Hadir Secara Digital dan Mudah-Akses Pelanggan.**
Saat ini, sebagian besar konsumen mencari produk dan layanan secara online sebelum memutuskan untuk membeli. Oleh karena itu, bisnis ritel wajib memiliki kehadiran digital yang kuat melalui website yang responsif, media sosial yang aktif, dan toko di marketplace populer. Pastikan pelanggan dapat dengan mudah menemukan informasi tentang produk dan layanan Anda, serta melakukan transaksi dengan cepat dan aman.
- 2. Gunakan Data untuk Memahami dan Menjangkau Pelanggan.**
Data adalah aset berharga dalam bisnis ritel modern. Dengan menganalisis pola pembelian pelanggan, preferensi, dan tren pasar, Anda bisa membuat strategi pemasaran yang lebih efektif dan personal. Gunakan alat Customer Relationship Management (CRM) untuk mengelola interaksi dengan pelanggan dan membangun hubungan jangka panjang yang lebih kuat.
- 3. Manfaatkan Model Omnichannel.**
Pelanggan masa kini ingin pengalaman belanja yang mulus, baik secara online maupun offline. De-



- ngan menerapkan strategi omnichannel, bisnis Anda bisa mengintegrasikan berbagai saluran penjualan, seperti toko fisik, e-commerce, media sosial, dan aplikasi mobile. Contoh yang bisa diterapkan adalah layanan "click and collect," di mana pelanggan bisa membeli secara online dan mengambil barangnya langsung di toko.
- 4. Gunakan Teknologi untuk Efisiensi Operasional.**
Teknologi bisa membantu bisnis ritel berjalan lebih efisien dan minim kesalahan. Sistem Point of Sale (POS) berbasis cloud, otomatisasi manajemen stok, serta kecerdasan buatan (AI) untuk rekomendasi produk bisa meningkatkan produktivitas dan kenyamanan pelanggan. Investasi dalam teknologi yang tepat akan memberikan keuntungan jangka panjang.
 - 5. Maksimalkan Pemasaran Digital.**
Agar bisnis ritel lebih dikenal, pemasaran digital harus menjadi

fokus utama. Gunakan strategi Search Engine Optimization (SEO) untuk meningkatkan visibilitas di mesin pencari, manfaatkan media sosial untuk berinteraksi dengan pelanggan, dan jalankan kampanye iklan digital seperti Google Ads dan Facebook Ads. Selain itu, email marketing dan program loyalitas berbasis aplikasi juga bisa membantu menjaga hubungan dengan pelanggan.

- 6. Ciptakan Pengalaman Pelanggan yang Berkesan.**
Dalam persaingan ritel yang ketat, pengalaman pelanggan bisa menjadi faktor pembeda utama. Respons cepat terhadap pertanyaan pelanggan, layanan chatbot yang efisien, serta program loyalitas yang menarik bisa meningkatkan kepuasan pelanggan dan membuat mereka kembali berbelanja.
- 7. Selalu Beradaptasi dengan Tren dan Inovasi Baru.**
Dunia ritel terus berkembang dengan munculnya berbagai inovasi seperti Augmented Reality (AR) untuk mencoba produk secara virtual, pembayaran berbasis QR Code, dan model bisnis berlangganan. Bisnis yang mampu beradaptasi dengan tren terbaru akan lebih mudah menarik perhatian pelanggan dan bertahan dalam persaingan pasar.

Jadi kesimpulannya bahwa mengelola suatu bisnis ritel di era digital ini memerlukan strategi yang fleksibel dan inovatif. Dengan memanfaatkan teknologi, mengoptimalkan pemasaran digital, serta memberikan pengalaman pelanggan yang unggul, maka bisnis ritel dapat bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang semakin ketat. Jadi ternyata digitalisasi bukan lagi sekadar pilihan, tetapi suatu keharusan bagi bisnis yang ingin sukses di dunia ritel modern.

Nah jika Anda ingin mempersiapkan diri untuk menghadapi dunia bisnis digital yang semakin berkembang, bergabunglah dengan Universitas Teknologi Digital Indonesia (UTDI) Yogyakarta! UTDI menawarkan pendidikan berkualitas di bidang teknologi, bisnis digital dan manajemen ritel, membekali Anda dengan keterampilan yang relevan untuk masa depan. Yuk, jadilah bagian dari generasi inovatif yang siap menghadapi era digital bersama UTDI!

GABUNG BERSAMA



UNIVERSITAS TEKNOLOGI DIGITAL INDONESIA

pmb.utdi.ac.id

TKA HARUS BERBASIS KOMPETENSI

Siswa Tak Cukup Hanya Menghafal

JAKARTA (KR) - Pusat Studi Pendidikan dan Kebijakan (PSPK) menyoroti Tes Kemampuan Akademik (TKA) yang akan menjadi alat ukur serta pemetaan hasil belajar siswa menggantikan Ujian Nasional (UN). TKA diharapkan selaras dengan kurikulum, termasuk indikator Asesmen Nasional (AN) yang juga akan dijalankan bersamaan. "TKA dimaksudkan untuk memastikan terselenggaranya proses pembelajaran yang mendalam dan bermakna un-

tuk anak," tulis pernyataan PSPK di akun @pspk_id yang dikutip Rabu (2/4). PSPK menekankan pengukuran TKA perlu dilakukan dengan basis kompetensi. Tujuannya, agar siswa tidak sekadar menghafal ketika menjalani TKA. "Pengukuran TKA perlu berbasis kompetensi agar anak tidak sekadar menghafal materi untuk ujian," ujarnya pernyataan tersebut. Anak diharapkan memahami konsep dan mengembangkan keterampilan melalui

TKA. Dengan demikian, anak mesti diuji kemampuan berpikir kritisnya. Sebagaimana AN juga menekankan pada penguasaan keterampilan secara menyeluruh. Dengan begitu, guru juga dapat fokus pada pembelajaran. PSPK mengingatkan pembelajaran tak boleh lagi terjebak pada 'belajar untuk ujian'. "Guru juga fokus pada pembelajaran yang bermakna tanpa terjebak dalam *teaching to the test*," kata pernyataan PSPK. (Ati)-f



KR-Rini Suryati

TINGKATKAN MINAT BACA: Membaca buku bermutu diharapkan menjadi pengalaman mengesankan dan menjadi kenangan bagi anak-anak. Selain itu, diyakini meningkatkan minat baca dan aktivitas literasi.
Dalam gambar, baru-baru ini Mendikdasmen Abdul Mu'ti memberikan buku bacaan gratis kepada salah satu anak di Stasiun Pasar Senen Jakarta yang turut mudik lebaran bersama orangtuanya.

EKONOMI

MENYIASATI PELUANG

Digital Marketing: Influencer Marketing (2)

KELEBIHAN pemasaran influencer, Anda dapat memanfaatkan khalayak influencer yang sudah ada, daripada Anda membangun khalayak sendiri. Bermitra dengan tokoh populer dapat memberi Anda 'nilai tambah' secara instan, terutama dengan khalayak yang lebih muda. Kekurangan pemasaran influencer, tidak semudah membayar banyak uang untuk mendatangkan selebritas terkenal, jauh lebih efektif jika Anda memilih influencer yang tepat berdasarkan merek dan khalayak Anda, dan menemukan cara yang autentik untuk bermitra dengan mereka. Ada ketidakpercayaan yang berkembang terhadap influencer dan Anda harus sangat berhati-hati dan transparan tentang fakta bahwa Anda membayar mereka untuk mempromosikan merek Anda. Pemasaran influencer juga penting melalui teori perbandingan sosial. Menurut, psikolog Chae, influencer berfungsi sebagai alat perbandingan. Konsumen dapat membandingkan gaya hidup influencer dengan ketidaksempurnaan mereka. Sementara itu, para pengikut mungkin memandang influencer sebagai orang-orang dengan gaya hidup, minat, dan gaya berpakaian yang sempurna. Dengan demikian, produk yang dipromosikan dapat berfungsi sebagai jalan pintas menuju gaya hidup yang lengkap. Studi Chae menemukan bahwa wanita dengan harga diri yang rendah membandingkan diri mereka dengan para influencer. Mereka mengangkat status influencer di atas diri mereka sendiri. Saat menggunakan influencer, sebuah merek dapat memanfaatkan ketidakamanan konsumen untuk keuntungannya. Karena alasan ini, pemasaran influencer dapat menyebabkan iklan yang salah. Mayoritas warga Amerika Gen Z menganggap menjadi influencer sebagai "pilihan karier yang bereputasi baik". Seorang influencer adalah seorang individu yang membangun kehadiran daring akar rumput melalui konten yang menarik seperti foto, video, dan pembaruan, menggunakan interaksi khalayak langsung untuk

membangun keaslian, keahlian, dan daya tarik, dan menonjol dari selebritas tradisional dengan mengembangkan platform mereka melalui media sosial daripada ketenaran yang sudah ada sebelumnya. Referensi modern dari istilah ini umumnya adalah peran berbayar di mana entitas bisnis membayar aktivitas influencer-untuk-sewa media sosial untuk mempromosikan produk dan layanannya, yang dikenal sebagai pemasaran influencer. Jenis-jenis influencer termasuk influencer mode, influencer perjalanan, dan influencer virtual, dan melibatkan pembuat konten dan streamer. Beberapa influencer dikaitkan dengan aplikasi media sosial tertentu seperti influencer TikTok, influencer Instagram, atau influencer Pinterest, dan banyak juga yang dianggap sebagai selebritas internet. Pada tahun 2023, Instagram adalah platform media sosial tempat bisnis menghabiskan sebagian besar uang iklan untuk pemasaran dengan influencer. Namun, influencer dapat menggunakan pengaruhnya pada semua jenis jaringan media sosial. Dengan demikian, kepemimpinan Instagram dalam ruang pemasaran influencer telah diserang oleh platform seperti LinkedIn, TikTok, Snapchat, dan Roblox. Aktivitas daring dapat memainkan peran utama dalam pengambilan keputusan luring, yang memungkinkan konsumen untuk meneliti produk. Media sosial telah menciptakan peluang baru bagi pemasar untuk memperluas strategi mereka di luar saluran media massa tradisional. Banyak yang menggunakan influencer untuk meningkatkan jangkauan pesan pemasaran mereka. Influencer daring yang mengkurasi merek pribadi telah menjadi aset pemasaran karena hubungan mereka dengan pengikut mereka. Influencer media sosial membangun diri mereka sebagai pemimpin opini dengan pengikut mereka dan mungkin memiliki kekuatan persuasif seperti daya tarik, disukai, keahlian khusus, dan selera yang baik. □f
*) Prof Dr M Suyanto, Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.

HARGA PANGAN DI PASAR Setelah Lebaran Kembali Normal

JAKARTA (KR) - Menko Bidang Pangan Zulkifli Hasan (Zulhas) menyatakan, harga komoditas pangan di tanah air bakal kembali normal satu minggu setelah Lebaran/Idul Fitri 1446 H. Ditemui di Jakarta, Senin (31/3), Zulhas menyatakan, kenaikan harga pangan yang terjadi saat ini merupakan hal yang wajar pada periode Lebaran, mengingat banyak distributor dan penjual yang libur atau pulang kampung untuk merayakan Idul Fitri. "Seminggu setelah lebaran mudah-mudahan normal. Jangan kaget, hari ini (kemarin) bisa maha. Karena tidak ada yang datang sayur. Jadi kalau mau beli sayur susah, mahal pasti. Mungkin minyack goreng juga, karena distribusinya dari pabrik juga libur," jelas Menteri. Zulhas mengatakan, meski komoditas pangan mengalami sedikit kenaikan, namun untuk stok semua komoditas yang dibutuhkan masyarakat pada masa Lebaran aman terkendali. "Stok aman, tersedia dan harga cukup terkendali," katanya. Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) menyatakan, stok komoditas pangan yang dibutuhkan masyarakat menjelang Lebaran terpantau aman, meski rata-rata mengalami kenaikan harga. Anggota KPPU Eugenia Mardanugraha dalam pernyataan di Jakarta, menyebutkan stok komoditas pangan tersebut sudah dipastikan melalui survei yang dilakukannya di pasar modern dan tradisional di tujuh Kantor Wilayah KPPU. Daerah tersebut antara lain yakni, Me-

dan, Lampung, Bandung, Surabaya, Samarinda, Makassar dan Yogyakarta. Berdasarkan data yang dihimpun, diketahui cabai rawit mengalami kenaikan signifikan hampir di seluruh wilayah Indonesia. Terutama di Bandung harga di pasar tradisional mencapai Rp 115.000 per kilogram atau naik sebesar 53 persen. Sementara di pasar mo-

dan juga mengalami kenaikan dengan harga kenaikan tertinggi di wilayah Samarinda yaitu mencapai Rp 167.450 per kilogram, disusul Bandung dan Yogyakarta. (Ant/Ria)-f

Info Bank Jateng

Sabet Penghargaan Indonesia Best Sharia 2025

UNIT Usaha Syariah (UUS) Bank Jateng kembali meraih prestasi membanggakan di kancah nasional dengan memenangkan penghargaan Indonesia Best Sharia Business Unit of Regional Bank 2025, dalam ajang Indonesia Sharia and Halal Top Brand Awards 2025. Acara yang diselenggarakan oleh Warta Ekonomi pada 25 Februari 2025 di Sultan Hotel Jakarta ini mengunggulkan tema iCreating Halal and Sharia Ecosystem through Digitalization to Increase Economic Resilience. Penghargaan diberikan sebagai bentuk apresiasi atas kontribusi Bank Jateng Syariah dalam memperkuat ekosistem pemerintah daerah melalui inovasi produk dan layanan berbasis syariah. Penghargaan ini juga menjadi bukti komitmen Bank Jateng Syariah dalam mendukung pertumbuhan ekonomi syariah di Indonesia, khususnya di Jawa Tengah. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat, kapitalisasi pasar keuangan syariah Indonesia pada 2024 mencapai Rp6.825,3 triliun, mengalami kenaikan 11,1%. Pertumbuhan ini juga tercermin dari kinerja Bank Jateng Syariah yang terus mengoptimalkan layanan digital untuk menjangkau masyarakat lebih luas. Penghargaan itu menumbuhkan kebanggaan mendalam di jajaran direksi, tiada terkecuali saya sebagai Direktur Utama Bank Jateng. Apalagi di awal tahun 2025, Banknya masyarakat Jawa Tengah ini juga menyabet tiga penghargaan bergengsi yang digelar Indonesia Human Capital Brilliance Awards (IHCB-A) 2024, pada Januari 2025. Terdiri 1. Brilliant HC Team of The Year 2024 2. Penghargaan untuk tim SDM yang menunjukkan keunggulan dalam mendukung tujuan organisasi melalui strategi dan inovasi. 2. Brilliant Company Agility of The Year 2024 3. Penghargaan untuk perusahaan yang mampu beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan pasar dan tantangan global. 3. Brilliant Director of The Year 2024 4. Penghargaan ini diberikan kepada Ony Suharsono, Direktur Bisnis Kelembagaan, Treasury, dan Unit Usaha Syariah Bank Jateng, atas kepemimpinannya yang inspiratif dalam mengelola transformasi SDM. Eksekutif Senior Syariah Bank Jateng, Agus Sapto



Irianto Harko Saputro

Prasetyo, termasuk yang berucap syukur atas pencapaian tersebut. Sebagai Dirut saya tegaskan, penghargaan ini adalah hasil kerja keras tim dalam menghadirkan solusi keuangan syariah yang inovatif dan inklusif. Kami fokus memperkuat ekosistem lokal melalui produk dan layanan yang selaras dengan kebutuhan masyarakat Jawa Tengah. Digitalisasi menjadi tulang punggung strategi kami untuk memastikan akses layanan yang cepat dan mudah bagi nasabah. Saya juga menambahkan, Bank Jateng Syariah berkomitmen terus bersinergi dengan pemerintah daerah dan lembaga terkait guna mendukung visi Indonesia sebagai pusat ekonomi syariah global. Direksi tidak hanya ingin menjadikan bank syariah yang terpercaya, tetapi juga sebagai mitra strategis bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan di Jawa Tengah. CEO Warta Ekonomi Group, Muhamad Ihsan, dalam sambutannya di acara penghargaan menyatakan, digitalisasi dan tata kelola yang baik menjadi pilar utama pertumbuhan industri syariah. Inovasi ini menunjukkan kesiapan perusahaan dalam menghadapi perubahan pasar. Selain itu, 89,62% perusahaan telah menerapkan GCG (Good Corporate Governance), sementara 44,34% aktif dalam program CSR, kata Ihsan. Wakil Ketua Badan Pelaksana Hariwan Dewan Syariah Nasional (DSN) MUI 2024/2025, Adiwaman A. Karim, menyoroti perbedaan mendasar antara ekonomi syariah dan konvensional. iHal ini mencegah pertumbuhan ekonomi semu yang tampak cepat tetapi rapuh. Selain itu, keunggulan ekonomi syariah akan sia-sia jika tidak mudah diakses oleh masyarakat. Oleh karena itu, digitalisasi menjadi kunci agar ekonomi syariah lebih inklusif dan tidak dianggap sebagai sesuatu yang kuno, tutur Adiwaman. Sementara itu, Direktur Infrastruktur Ekosistem Syariah Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS), Sutan Emir Hidayat, menambahkan, industri halal memiliki potensi besar secara global. □f (Disampaikan Direktur Utama Bank Jateng Irianto Harko Saputro kepada wartawan KR Isdiyanto)

