Digitalisasi Bisnis Ritel

Dara Kusumawati, S.E.,M.M.
Kaprodi dan Dosen Manajemen Ritel
Universitas Teknologi Digital Indonesia
Bidang Keminatan Penulis :
Sistem Informasi Akuntansi, Manajemen, e-Business

BISNIS ritel merupakan bisnis penjualan produk dan jasa pelayanan bernilai tambah untuk memenuhi kebutuhan pemakai akhir. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik jumlah ritel di Indonesia yang terdiri dari pusat perbelanjaan dan toko swalayan pada tahun 2020 mencapai 2.133 unit. Besarnya jumlah ritel tersebut menunjukkan tingginya peranan ritel dalam menunjang aktivitas perekonomian dan pemenuhan kebutuhn konsumen. Menurut Menteri Perdagangan pada tahun 2021, Pertumbuhan ekonomi digital akan tumbuh delapan kali pada tahun 2030 dari Rp 632 triliun menjadi Rp 4.531 triliun. E-commerce akan memerankan peran yang sangat besar yaitu 34% atau setara dengan Rp 1.900 triliun. Dengan tingginya jumlah ritel di Indonesia dan besarnya potensi digitalisasi ritel, maka percepatan digitalisasi ritel akan berkontribusi positif terhadap percepatan ekonomi digital Indonesia.

Perubahan gaya hidup serba digital (digital lifestyle) dan dampak dari pandemi covid-19 memberikan pengaruh pada bisnis ritel disektor operasional diberbagai bentuk usaha dimana akses (accessbility), keterjangkuan (affordability) dan mobilitas (mobility) merupakan 3 (tiga) kunci dalam penyediaan produk usaha sehingga bisnis retail selain menyediakan tempat dan lokasi yang strategis agar konsumen dapat berbelanja secara luring (offline), usaha ritel juga perlu memasarkan dan mempromosikan barang dan jasanya melalui daring peritel (online retailer). Strategi digitalisasi salah satunya dengan menggunakan strategi O2O (Offline to Online). Strategi O2O mengkombinasikan usaha dengan basis offline dan online, disamping itu strategi O2O memiliki konsep menghadirkan toko fisik namun konsumen dapat juga melakukan transaksi secara online.

Pada dunia bisnis, layanan digital saat ini mempuyai banyak keunggulan untuk menjadikan sesuatu yang dulunya rumit menjadi lebih mudah, praktis dan cepat. Bisnis ritel dalam operasionalnya juga tidak terlepas dari penggunaan internet. Layanan digital menjadikan setiap tansaksi kegiatan, baik transaksi mengenai penjualan, pembelian, promosi dan pemasaran produk atau jasa dapat dilakukan secara elektronik yang biasa disebut sebagai bisnis e-commerce. Sistem e-commerce menjadikan kemudahan baik dari sisi produsen maupun dari sisi konsumen. Produsen dapat menawarkan produk atau jasanya tanpa bertemu langsung dengan konsumen cukup dari perangkat mobile, demikian juga bagi konsumen dapat memilih dan membeli produk tanpa melihatnya secara langsung fisik barang terlebih dahulu tapi cukup dari perangkat mobile.

Ada beberapa model bisnis e-commerce diantaranya adalah B2C (Business to Consumers) dan C2C (Consumers to Consumers). B2C (Business to Consumers) dimana proses transaksi yang dilakukan antara produsen barang atau jasa ke konsumen akhir secara online. Yang membedakan dengan toko ritel biasa adalah proses transaksi dilakukan secara online, memberikan informasi yang lebih banyak, harga yang lebih murah dan proses transaksi jual beli dan pengiriman ke konsumen lebih cepat. B2C lebih mudah dan dinamis sehingga mampu berkembang dengan sangat cepat. Produsen bisa membuat online shop untuk menjangkau pelanggannya langsung secara online. E-commerce Shopee, Tokopedia, Lazada, Bukalapak memberikan peluang bagi pelaku ritel usaha kecil dan menengah untuk ikut menerapkan model penjualan B2C. C2C (Consumers to Consumers) merupakan transaksi jual beli barang atau jasa yang dilakukan oleh konsumen kepada konsumen. model C2C yaitu marketplace. Pada model marketplace, konsumen sebagai penyedia barang dan jasa membutuhkan sebuah platform sebagai wadah transaksinya. Pada platform tersebut konsumen yang posisinya sebagai penjual dapat memposting berbagai produk untuk dibeli oleh konsumen lainnya. E-commerce Shopee, Tokopedia, Lazada, Bukalapak memberikan peluang bagi pelaku ritel untuk ikut menerapkan model penjualan C2C.

New retail merupakan konsep yang dipopulerkan raksasa e-commerce Alibaba untuk menggambarkan perpaduan ritel online dan offline melalui digitalisasi proses perdagangan atau disebut dengan retail value chain. Tujuannya adalah menjadikan pengalaman pengguna (User Experience) yang lebih baik untuk kepentingan pedagang, konsumen, dan berbagai mitra yang terlibat dalam proses bisnis. Konsep new retail untuk beberapa dimensi di bisnis ritel antara lain: (1) rantai pasokan dan logistik distribusi, (2) layanan nilai tambah bagi produsen/pengecer, (3) pengalaman berbelanja yang terintegrasi bagi konsumen. Realisasi new retail dengan cara menjalin sinergi antara startup, teknologi dan perusahaan ritel. Sinergi dimulai dengan membangun data warehouse yang nantinya akan digunakan dalam proses bisnis ritel untuk membantu sistem pengambilan keputusan seperti data transaksi, data pembayaran, data produk, data promosi, data logistik dan rantai pasokan. Big Data menjadi salah satu aspek teknologi terpenting dalam realisasi konsep new retail. **(*)**

UNIVERSITAS TEKNOLOGI DIGITAL INDONESIA
www.utdi.ac.id

FKIK UMY Sumpah 30 Dokter Baru

KR-Istimewa

Penyerahan ijazah profesi kepada dokter baru.

BANTUL (KR) - Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan (FKIK) UMY memberikan apresiasi kepada dua dokter muda berprestasi. Keduanya, dr Dewi Aprilia Nur Listiowati dengan prestasi IPK tertinggi serta dr Dina Nurfitria Ulfah, dengan nilai CBT Uji Kompetensi Mahasiswa Pendidikan Profesi Dokter (UKMPPD) tertinggi. Pemberian apresiasi dilakukan bersamaan dengan sumpah profesi dan pelantikan 30 dokter baru FKIK UMY di Sportorium, Rabu (18/5).

Pelantikan dan Sumpah Dokter LXXII secara hybrid dihadiri Majelis Diktilitbang PP Muhammadiyah Prof Dr H Sutrisno MAg, Ketua Umum Ikatan Dokter Indonesia (IDI) Yogyakarta dr Joko Mudiyanto SpAn MPH dan Wakil Ketua Majelis Pembina Kesehatan Umum (MPKU) Muhammadiyah dr Slamet Budiarto SH MH.

Wakil Rektor Bidang Akademik Prof Dr Ir Sukamta MTIPM berpesan kepada para dokter muda untuk tidak bertinggi hati dan tetap mempersiapkan diri dengan baik menuju kesuksesan. **(Fsy)**

MERIAHKAN DIES NATALIS KE-58

UNY Adakan Bakti Sosial di Piyungan

BANTUL (KR) - Memperingati dies natalis ke-58, Universitas Negeri Yogyakarta (UNY) menggelar bakti sosial di Science Techno Park UNY Dusun Pagergunung 2 Sitimulyo Piyungan Bantul, Rabu (18/5). Dalam kegiatan tersebut diberikan bantuan 100 paket pendidikan dan bantuan 400 paket sembako bagi warga setempat.

Rektor UNY Prof Sumaryanto mengatakan, kegiatan ini menjadi penanda, keberadaan UNY, baik individunya maupun lembaganya harus berguna bagi lingkungan. "Baksos UNY paling banyak dilakukan di daerah Bantul seperti Imogiri, Dlingo dan sekarang di STP Piyungan," kata Sumaryanto.

Dipilihnya Dusun Pager Gunung 2 Desa Sitimulyo sebagai desa lokasi pelaksanaan baksos ini, karena Desa Sitimulyo saat ini telah meraih predikat sebagai Desa Budaya, Desa Prima dan Desa Preuner. Dengan kondisi tersebut, UNY ingin turut berkontribusi dalam meningkatkan puncak prestasi yang harus diraih, yakni menjadi Desa Wisata.

Untuk menuju Desa Wisata, dalam kegoatan kemarin juga digelar produk kreatif berupa kegiatan pameran hasil pelatihan eco-print, produk-produk hasil kerajinan tangan dan kuliner dari masyarakat. Selain itu juga ditampilkan kesenian-kesenian yang berkembang di Desa Sitimulyo dan kesenian hasil pelatihan oleh dosen dan mahasiswa UNY. **(Hit)**

KR-Adhitya Asros

Sejumlah warga menerima bantuan paket sembako dari UNY.

EKONOMI

Kebutuhan Pembiayaan Korporasi Meningkat

JAKARTA (KR) - Survei Permintaan dan Penawaran Pembiayaan Perbankan Bank Indonesia menyebutkan, kebutuhan pembiayaan korporasi dan penyaluran kredit pada April 2022 terindikasi meningkat dibandingkan Maret 2022. Hal tersebut tercermin dari saldo bersih tertimbang (SBT) sebesar 29 persen lebih tinggi dari SBT Maret 2022 sebesar 15,6 persen.

Demikian diungkapkan Direktur Eksekutif Departemen Komunikasi Bank Indonesia Erwin Haryono dalam rilisnya di Jakarta, Kamis (19/5). "Sejalan dengan itu, pada periode yang sama, kebutuhan pembiayaan baru oleh rumah tangga juga terindikasi meningkat. Dari sisi perbankan, penyaluran kredit baru pada April 2022 terindikasi tumbuh positif," jelasnya.

Peningkatan pembiayaan baru sektor korporasi pada April 2022, menurut Erwin, bersumber dari dana sendiri, yang masih menjadi mayoritas pembiayaan, diikuti oleh pemanfaatan fasilitas kelonggaran tarik, dan penjualan aset tetap non-produktif. Dari sektor rumah tangga, mayoritas memilih bank umum sebagai sumber utama penambahan pembiayaan, dengan jenis pembiayaan yang diajukan mayoritas berupa kredit multi guna.

"Faktor utama yang memengaruhi perkiraan meningkatnya penyaluran kredit baru yaitu permintaan pembiayaan dari nasabah, serta prospek kondisi moneter dan ekonomi ke depan. Penyaluran kredit baru terindikasi tumbuh positif pada seluruh kategori bank dan pada seluruh jenis kredit," kata Erwin. **(Has)**

BEBAN SUBSIDI DAN KOMPENSASI BERPOTENSI MENINGKAT

Pendapatan Negara Diperkirakan Ada Tambahan Rp 420,1 T

JAKARTA (KR) - Penerimaan negara pada Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) tahun 2022 diperkirakan terdapat penambahan sebesar Rp 420,1 triliun. Dengan demikian, outlook pendapatan negara tahun ini akan mencapai Rp 2.266,2 triliun atau meningkat dari target yang telah ditetapkan sebelumnya, yakni Rp 1.846,1 triliun.

"Indonesia menghadapi masalah tetapi tetap relatif lebih baik, karena kalau negara lain menghadapi krisis dan tidak punya uang dengan kebutuhan banyak, kita paling tidak punya tambahan Rp 420,1 triliun," ujar Menteri Keuangan (Menkeu) Sri Mulyani dalam Rapat Kerja dengan Badan Anggaran DPR RI di Jakarta, Kamis (19/5).

Menkeu memerinci, tambahan pendapatan negara tersebut berasal dari penerimaan perpajakan Rp 274 triliun dan penerimaan negara bukan pajak Rp 146,1 triliun. Oleh karena itu, tambahan pendapatan negara tersebut akan dialokasikan dengan tujuan utama melindungi rakyat, melindungi ekonomi, dan melindungi APBN.

"Dengan begitu, dana sebesar Rp 420,1 triliun akan dibagi untuk mengurangi defisit, menambah subsidi, menambah anggaran perlindungan sosial, hingga meningkatkan anggaran pendidikan. Untuk penurunan defisit APBN, dialokasikan dana sebesar Rp 27,8 triliun, sedangkan alokasi peningkatan penerimaan negara yang akan masuk kepada belanja negara adalah sebesar Rp 392,3 triliun," bebernya.

Melalui tambahan tersebut, menurut Sri Mulyani, outlook belanja negara tahun 2022 pun akan meningkat menjadi Rp 3.106,4 triliun dari target sebelumnya Rp2.714,2 triliun. Outlook kenaikan belanja negara tahun ini terjadi pada pos belanja pemerintah pusat sebesar Rp 357,1 triliun serta transfer ke daerah dan dana desa Rp 35,2 triliun.

"Peningkatan belanja pemerintah pusat antara lain karena adanya tambahan untuk belanja kementerian/lembaga sebesar Rp 3 triliun, subsidi energi Rp 74,9 triliun, kompensasi bahan bakar minyak (BBM) dan listrik Rp 275 triliun, penyesuaian anggaran pendidikan Rp 23,9 triliun, dan penebalan perlindungan sosial Rp 18,6 triliun," ungkapnya.

Namun demikian, potensi beban subsidi dan kompensasi menahan gejolak harga komoditas tahun 2022 mencapai Rp443,6 triliun. "Kami menggunakan harga minyak mentah atau ICP sebesar 100 dolar AS per barel. Tetapi sepertinya implisit termasuk dalam hal ini batu bara dan komoditas yang lain, ada di dalam situ," jelasnya.

Dengan demikian, terdapat kenaikan kebutuhan beban subsidi dan kompensasi senilai Rp 291 triliun dari target Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) 2022 yang sebesar Rp 152,5 triliun. Target kebutuhan beban subsidi dan kompensasi dalam anggaran tahun ini menggunakan asumsi harga ICP yang sebelumnya telah ditetapkan sebesar 63 dolar AS.

"Namun, meningkatnya harga minyak dan tidak adanya kebijakan penyesuaian harga menyebabkan beban subsidi dan kompensasi meningkat signifikan. Maka dari itu, pemerintah perlu segera melakukan penyesuaian pagu subsidi dan kompensasi, sehingga keuangan badan usaha menjadi sehat dan dapat menjaga ketersediaan energi nasional," ujarnya.

Sri Mulyani memerinci, kenaikan beban subsidi dan kompensasi tersebut terdiri dari subsidi energi yang naik dari Rp134 triliun menjadi Rp 208,9 triliun dan kompensasi yang meningkat dari Rp 18,5 triliun menjadi Rp 234,6 triliun. "Untuk kompensasi meningkat sangat tinggi karena barang-barang yang tadinya tidak diatur juga tidak dinaikkan, pertalite dalam hal ini tidak diubah harganya," jelasnya. **(Lmg)**

Pascalebaran, Harga Sembako Mulai Normal

TEMANGGUNG (KR) - Harga komoditas bahan pokok terutama daging ayam dan sapi di Kabupaten Temanggung mulai turun pascalebaran 2022. Pantauan di Pasar Kliwon Temanggung, harga daging sapi Rp 140.000/kg dari Rp 150.000/kg atau turun Rp 10.000/kg. Harga daging ayam ras dari Rp 40.000/kg turun menjadi Rp 32.000/kg. Sedangkan harga telur naik menjadi Rp 28.000/kg dari Rp 26.000/kg.

Sumarsih, pedagang daging sapi di Pasar Kliwon mengatakan, harga daging sapi turun Rp 10.000 mulai Kamis (19/5). Harga tersebut karena permintaan telah normal, dalam satu hari dirinya berhasil menjual 1 kuintal. "Turunnya harga daging sapi tidak ada kaitannya dengan isu penyakit mulut dan kuku (PMK) akhir-akhir ini. Semoga tidak ada PMK di Temanggung," katanya.

Sementara pedagang daging ayam Rofi menyampaikan, harga daging ayam pascalebaran terus berangsur turun. Kalau pekan lalu masih di harga Rp 36.000 hingga Rp 40.000/kg, kini hanya Rp 32.000/kg.

Berdasarkan pantauan, harga telur ayam juga turun dari Rp 28.000/kg menjadi Rp26.000/kg. Sedangkan harga bawang putih jenis kating bertahan Rp 38.000/kg dan bawang merah Rp 40.000/kg. Sementara harga cabai keriting merah Rp 40.000/kg, cabai keriting hijau Rp 25.000/kg, harga kentang stabil Rp 12.000-Rp15.000/kg, dan wortel Rp 8.000 hingga Rp1 0.000/kg.

Kepala Dinas Koperasi, UKM, dan Perdagangan Kabupaten Temanggung Entargo Yutri Wardono mengatakan, harga kebutuhan pokok seperti daging dan telur setelah Lebaran cenderung turun dan kembali normal. **(Osy)**

KR-Zaini Arrosyid

Pedagang mempersiapkan daging ayam untuk pelanggan.

BSM ENTERTAINMENT DAN DIGITAL WORK RENTAL

Resmi Jadi Canon Rental Partner

JAKARTA (KR) - Pada kesempatan peluncuran kamera hybrid EOS Cinema R5 C, Canon melalui PT Datascrip sebagai authorised distributor produk pencitraan digitalnya di Indonesia secara resmi menunjuk BSM Entertainment dan Digital Work Rental (DWR) sebagai Canon Rental Partner. Para pelanggan yang membutuhkan perangkat video dan fotografi dari Canon dapat dengan mudah menemukan di kedua Canon Rental Partner ini.

Canon Rental Partner adalah mitra dari Canon yang menyediakan jasa penyewaan berbagai produk kamera dan lensa dari Canon bergaransi PT Datascrip. Berbagai produk seperti kamera Canon EOS Cinema, kamera DSLR dan mirrorless hingga jajaran lensa EF, RF dan lensa EOS Cinema, lengkap tersedia di sini. "BSM Entertainment dan DWR sudah dikenal di kalangan para pelaku industri kreatif, mulai dari PH (production house), broadcasting, event organizer hingga para profesional foto dan videografi lainnya. Dengan menjadi Canon Rental Partner, kami harap semakin meningkatkan kepercayaan para pelanggan untuk mendapatkan kemudahan dan kenyamanan dalam menggunakan produk Canon," ujar Monica Aryasetiawan, Director of Canon Business Unit PT Datascrip di Jakarta, Kamis (19/5).

Produk kamera dan lensa yang digunakan dalam suatu produksi merupakan faktor utama yang menentukan kualitas gambar yang akan dihasilkan. Canon sebagai pemimpin industri pencitraan digital global menghadirkan berbagai produk berkualitas untuk kebutuhan videografi maupun fotografi. Canon Rental Partner merupakan mitra yang mendukung dalam menyediakan perangkat kamera dan lensa berkualitas dari Canon untuk berbagai macam kebutuhan, seperti produksi film, serial televisi, iklan, dokumentasi acara, pernikahan hingga dokumentasi pribadi. **(Rsv)**