

	News Title : Terjadi Pergeseran Perilaku Konsumen, Kemendag Dorong Transformasi Ritel Modern di Era Digital	
	Media Name : jakartadaily.id	Journalist : Sontry Napitupulu
	Publish Date : 15 August 2024	Tonality : Positive
	News Page :	News Value : 1,500,000
	Resources : Kasan (Plt. Kepala Bappebti), Roy Nicholas Mandey (Ketua Umum Aprindo)	Ads Value : 500,000
	Section/Rubrication : Ekonomi Digital	Topic :

Terjadi Pergeseran Perilaku Konsumen,
Kemendag Dorong Transformasi Ritel
Modern di Era Digital

Sontry Napitupulu - Kamis, 15 Agustus 2024 | 19:16 WIB



Plt. Kepala Bappebti Kasan berbicara di podium. (Kemendag/Perdagangan)

JAKARTADAILY.ID - Badan Kebijakan Perdagangan (BKPerdag)

Kementerian Perdagangan mendorong transformasi ritel modern di era digital. Saat ini telah terjadi pergeseran pola perilaku konsumen dalam membeli produk ritel, hal ini menjadi tantangan sekaligus peluang bagi pelaku usaha sektor ritel agar tetap bertahan dalam menjalankan bisnis.

Hal ini dijelaskan Kepala BKPerdag Kasan dalam sambutannya pada pembukaan Gambir Trade Talk (GTT) #15 yang digelar secara hibrida di Hotel Borobudur, Jakarta, Rabu, 14 Agustus. GTT #15 mengusung tema "Transformasi Ritel Modern di Era Digitalisasi: Peluang dan Tantangan".

"Kementerian Perdagangan mendorong transformasi ritel modern di era digital dalam memanfaatkan semua sarana pemasaran, termasuk ritelgo-el (e-commerce). Pergeseran pola perilaku konsumen dalam membeli produk ritel menjadi suatu tantangan sekaligus peluang bagi para pelaku usaha sektor ritel," ujar Plt. Kepala Bappebti, Kasan.

Baca Juga: Transformasi Perdagangan Berjangka Komoditi, Bappebti Dorong Transaksi Multilateral

Kasan mengungkapkan, digitalisasi menjadi keharusan pada era baru pascapandemi di dalam sistem perekonomian dunia, termasuk Indonesia. Berbagai sektor perdagangan harus terus beradaptasi dan berinovasi untuk memanfaatkan situasi saat ini, termasuk ritel modern.

Berdasarkan data Bank Indonesia, penjualan produk ritel pascapandemi sudah mengalami peningkatan, hal ini tercermin dari indeks Penjualan Ritel (PRI) pada Juli 2024 yang diprakirakan mencapai 212. Angka tersebut tumbuh 4,3 persen (year-on-year).

"Meningkatnya penjualan eceran didorong oleh kelompok makanan, minuman, dan tembakau, serta subkelompok sandang. Selain itu, indeks Keyakinan Konsumen (KK) pada Juli 2024 tercatat senilai 123,4. Angka ini mengalami sedikit penurunan dibandingkan pada tahun lalu sebesar 123,5. Meski demikian, angka tersebut masih berada dalam posisi optimistis terhadap kondisi ekonomi ke depan. Dengan melihat potensi konsumsi masyarakat yang masih tinggi dan tingkat penjualan ritel yang masih prospektif, perlu upaya mendorong sektor ritel modern," terang Kasan.



Direktur Perdagangan, Investasi, dan Kerja Sama Ekonomi Internasional Bappebti, Laksana Kusumawati, Ketua Umum APRINDO, Roy Nicholas Mandey, dan Ekonom Senior INDEF, Taulhid Ahmad. Diskusi ini dipromosikan oleh Perdagangan Kementerian Perdagangan, Ritu Usama. (Kemendag/Perdagangan)

Hal ini sebagai narasumber dalam GTT #15 yaitu Direktur Perdagangan, Investasi, dan Kerja Sama Ekonomi Internasional Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas) Pande Nyoman Laksmi Kusumawati, Ketua Umum Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (Aprindo) Roy Nicholas Mandey, dan Ekonom Senior Institute for Development of Economics and Finance (INDEF) Taulhid Ahmad.

Baca Juga: Kemendag dan Hipindo Ajak Pelaku Ritel Indonesia Masuk Lokapasar Negeri Jiran

Direktur Perdagangan, Investasi, dan Kerja Sama Ekonomi Internasional Bappenas Pande Nyoman Laksmi Kusumawati mengatakan, ritelgo-el diproyeksikan menjadi solusi ritel dengan pertumbuhan tercapai. Ritelgo-el diproyeksikan mampu memberikan kontribusi sebesar 24 persen pada penjualan ritel di tahun 2027. Angka tersebut meningkat dibandingkan pada 2023 yang nilai kontribusinya mencapai 21 persen.

"Ritel dengan sarana pemasaran ritelgo-el juga diproyeksikan menunjukkan peningkatan penjualan yang kuat yaitu mencapai USD 14 triliun pada 2022–2027. Potensi ini diperkirakan datang dari pasar negara berkembang senilai lebih dari 64 persen. Selain itu, dampak-el terus menjadi pilihan pembayaran. Penggunaan dampak-el diperkirakan akan meningkat dari 49 persen pada 2022 menjadi 54 persen pada 2026," ungkap Laksmi.

Laksmi menambahkan, saat ini pelaku usaha sektor ritel semakin banyak yang berinvestasi dalam mengembangkan strategi omnichannel guna mendorong terciptanya ekosistem perdagangan digital.

Omnichannel adalah strategi yang memadukan penjualan luring dan daring. Menurut Laksmi, negara-negara di Asia Pasifik diperkirakan akan memimpin perdagangan digital dengan pertumbuhan pesat di China, Indonesia, Malaysia, Vietnam, Thailand, dan India.

Ketua Umum Aprindo Roy Nicholas Mandey menerangkan, dikotomi antara toko luring dan toko daring seharusnya sudah tidak lagi ada di era digital saat ini. Hal ini karena sudah banyaknya transformasi yang dilakukan dari toko luring menjadi toko daring dan sebaliknya. Menurut Roy, transformasi mampu memberikan kemudahan kepada konsumen dalam berbelanja. Hal ini mendorong ritel untuk mengikuti tren berbelanja yang ada saat ini.

Baca Juga:

Kunci Agar UMKM Naik Kelas, Kolaborasi dengan Lokapasar dan Ritel Modern

“Toko ritel harus mengikuti tren berbelanja saat ini atau toko ritel akan menjadi punah. Aprindo sebagai asosiasi dan korporasi ritel tentunya memiliki keberpihakan kepada pelaku usaha ritel, khususnya bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) untuk berkembang dan naik kelas di era digital, baik pada level nasional maupun global,” imbuh Roy.

Ekonom Senior INDEF Tauhid Ahmad menyatakan, transformasi digital memiliki manfaat bagi bisnis ritel yang meliputi peningkatan loyalitas pelanggan, memberikan informasi pasar yang bermanfaat, dan menerapkan kampanye pemasaran yang efisien. Selain itu, transformasi digital juga dapat meningkatkan layanan kepada pelanggan dan manajemen inventaris yang lebih mudah.

“Digitalisasi merupakan suatu keniscayaan dan menuntut adanya inovasi, serta perubahan sistem bisnis model ritel. Meski demikian, diperlukan kebijakan yang adaptif terhadap perkembangan teknologi dan penguatan kapasitas pelaku usaha ritel, khususnya bagi UMKM dalam mengakselerasi dunia teknologi yang cepat,” ujar Tauhid.

Kegiatan GTT menjadi salah satu kolaborasi bersama antara pemangku kebijakan dengan kalangan akademisi serta pemangku kepentingan lainnya. Kolaborasi ini diharapkan dapat merumuskan kebijakan yang perlu dipersiapkan dalam menghadapi berbagai tantangan, isu, dan fenomena baru dalam dinamika perdagangan baik domestik maupun internasional saat ini. GTT #15 dihadiri 150 peserta secara hibrida.
