

ABSTRACT

AC Nielsen Indonesia, in their research journal with title "Shopper Trend 2003", concludes that there is tendency of consumers increasing that shopped in modern retail. Retail industries in Indonesia grow average 15% every year. Moreover according to Euromonitor, a global research institute, retail sector in Indonesia will grow up to 20% for future. This phenomenon make traditional retail had more pushed with modern retail presence. Even based on AC Nielsen's research on 2001, traditional market still 85% from almost 2 million outlet, but the estimation of total transaction value had away by modern retail.

Modern retail industries which more glow indicated that this business is still interesting. For example in supermarket class, amount of store if compare with Indonesian people quantity is 1:400.000, a large opportunity if compared with Malaysia that reaches out 1:53.000. But it doesn't mean that retail manager not faced some challenge in doing business. This thesis will learn the influence of internal aspects in modern retail management, especially franchisee minimarket retail. All it once is to know how the ideal condition for minimarket that could achieve high sales level and profitability.

Research object include 21 minimarket outlet i.e. Indomaret, Alfamart and Ceriamart in Harapan Indah residents area, Taman Harapan Baru and Pondok Ungu Permai resident. This research is descriptive research with questionnaire media as instruments to collect data. There are 30 data variables that needed which divide in general data, operational data and financial data.

Research result show that variables of internal aspect which affect significantly to sales level, like retail location, retail structure model, retail status, retail capacity that measured from retail room wide or shelve amount, competitor position, and ATM existence. From the analysis, suggested to investor candidate to choose Indomaret for who that oriented in profit result, and to be Alfamart franchisees for who that emphasize payback period. In addition, investor candidates should refer to ideal conditions for minimarket retail, as located in resident business complex that no competitor in 500 m up to 1 km radius, the ATM existence, and keep efficient to push down operational cost, also optimizing asset to increase rent revenue for profit increasing.

ABSTRAK

AC Nielsen Indonesia, dalam laporan risetnya yang berjudul *Shopper Trend 2003*, daintaranya menyimpulkan bahwa terdapat kecenderungan meningkatnya jumlah konsumen yang berbelanja di toko modern. Industri ritel di Indonesia tumbuh rata-rata 15% per tahun. Bahkan menurut Euromonitor, sebuah lembaga riset global, pada tahun-tahun kedepan sektor ritel di Indonesia akan tumbuh hingga 20%. Fenomena inilah yang menyebabkan keberadaan pasar tradisional terus terdesak dengan hadirnya ritel modern. Meski berdasarkan riset AC Nielsen tahun 2001, bahwa jumlah pasar tradisional masih 85% dari total sekitar 2 juta outlet, namun total nilai transaksinya diperkirakan sudah jauh tertinggal dari ritel modern.

Semakin maraknya industri ritel modern ini, memang menunjukkan bahwa bisnis ini masih menjanjikan. Sebagai contoh di kelas supermarket, jumlah tokonya bila dibandingkan jumlah penduduk Indonesia baru 1:400.000, masih cukup besar bila dibanding Malaysia yang sudah mencapai 1:53.000. Namun bukan berarti pengelola ritel tidak menghadapi tantangan dalam menjalankan usaha bisnisnya. Penelitian ini akan mengkaji pengaruh aspek-aspek internal pada manajemen ritel modern, khususnya ritel minimarket waralaba. Sekaligus ingin mengetahui kondisi terideal yang bagaimanakah sebuah minimarket dapat memperoleh tingkat penjualan dan profitabilitas yang tinggi.

Objek penelitian meliputi 21 gerai minimarket baik Indomaret, Alfamart maupun Ceriamart di area perumahan Harapan Indah, Taman Harapan Baru dan perumahan Pondok Ungu Permai Bekasi. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan memakai media kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data. Terdapat 30 variabel data yang diinginkan yang terbagi dari data umum, data operasional dan data financial.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel-variabel aspek internal yang berpengaruh signifikan pada tingkat penjualan antara lain adalah lokasi ritel, bentuk bangunan ritel, status kepemilikan ritel, kapasitas ritel yang diwakili luas ritel maupun jumlah atau tipe rak, lokasi ritel dari keberadaan pesaing, dan keberadaan ATM. Dari hasil analisa, disarankan bagi para calon investor untuk memilih Indomaret bagi yang berorientasi hasil profit, dan menjadi terwaralaba Alfamart bagi yang lebih mementingkan cepatnya waktu balik modal. Disamping itu para calon pengelola ritel disarankan untuk mengacu pada kondisi terideal ritel, seperti berlokasi di komplek ruko sebuah perumahan dengan lokasi tidak terdapat pesaing dalam radius 500 m sampai 1 km, keberadaan ATM, kemudian terus berefisiensi untuk menekan biaya operasional, serta mengoptimalkan keberadaan aset untuk peningkatan jumlah pendapatan sewa demi peningkatan profitabilitas ritel.