

Strategi Bersaing Retail Indomaret Di Era Pasar Digital

Dedy Iswanto

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Mataram

Article Info <i>Article history:</i> Received : 30 Maret 2022 Publish: 30 Maret 2022	Abstract <i>The purpose of this research is to find out the competitive strategy of Indomaret retail in the digital market era in order to be able to excel with mini market competitors. Liquidity and the inhibiting factors of Indomaret mini market in beating competitors in today's digital marketing era. This research method is qualitative method. This type of research is descriptive research using secondary data. Data collection techniques used in the form of study documentation, interviews and observations. Data analysis techniques used are Data Reduction, Data Presentation, and Verification.</i>
Keywords: Strategi Bersaing Retail Indomaret, Era Pasar Digital	<i>The results of this study indicate that the strategy used by the Indomaret mini market in competing in the digital era is to use a marketing strategy that includes several ways including: Creating an online store with the name Klik Indomaret, i-saku strategy, increasing RTE (ready to eat) products and Point Coffee Points. Constraints faced by Indomaret</i>
Article Info <i>Article history:</i> Received : 30 Maret 2022 Publish: 30 Maret 2022	Abstrak Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi bersaing retail indomaret di era pasar digital guna bisa unggul dengan mini market competitor Likuiditas dan Faktor-faktor penghambat mini market indomaret dalam menguguli kompetitor di era marketing digital sekarang ini. Metode penelitian ini adalah metode Kualitatif, Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan menggunakan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan berupa studi dokumentasi, wawancara dan observasi. Teknik analisis data yang digunakan yaitu Reduksi Data, Penyajian Data, dan Verification. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang digunakan oleh mini market indomaret dalam bersaing di era digital adalah dengan menggunakan strategi marketing yang meliputi beberapa cara diantaranya : Membuat toko online dengan nama klik indomaret, strategi i-saku, memperbanyak produk RTE (ready to eat) dan Point Cofee point. Kendala yang dihadapi oleh Indomaret
	<i>This is an open access article under the Lisensi Creative Commons Atribusi-BerbagiSerupa 4.0 Internasional</i>



Universitas Muhammadiyah Mataram

Email: dedyiswanto.st@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Era digital telah terbuka pertanda pintu perdagangan antar negara di dunia menjadi tidak terbatas. Berkaitan dengan itu maka sebagai pengusaha kita memiliki peluang yang cukup besar untuk mengembangkan usaha bisnis yang kita miliki. Senada dengan itu pula, artinya jumlah pesaing atau kompetitor juga bertambah. Oleh karena itu, strategi bisnis merupakan hal penting yang wajib buat agar dapat menghadapi persaingan bisnis. Beberapa tahun terakhir kemajuan teknologi telah menjadi ikon perubahan dunia. Hampir di semua sektor kehidupan perubahan terasa signifikan, tidak terkecuali dalam lingkup pemasaran. Pola konsumsi sulit ditebak, hal ini ditandai oleh banyak perusahaan kecil dan besar gulung tikar. Peran teknologi telah menjadi candu bagi perubahan sikap dan perilaku konsumsi (Rohimah, 2019; Alriani, 2014; Kusniadji, 2018).

Mirisnya, tidak semua pelaku usaha tidak memahami perubahan tersebut, terutama untuk pelaku usaha konvensional. Banyak diantara mereka yang tidak ikut melakukan perubahan dan

mengalami penurunan omzet . Era digital yang seharusnya menjadi sebuah peluang justru menjadi ancaman untuk mereka. Untuk itu diperlukan sebuah langkah perubahan yakni salah satu nya melalui strategi bisnis.

Indonesia memiliki banyak pengguna sosial media seperti Twitter, Instagram, Facebook, Bbm, Line dan sebagainya. Karena itu *social media* dapat dijadikan alat dalam strategi bisnis. *Social media* dapat Anda terapkan langsung melalui strategi pemasaran usaha Anda. Selain murah, cara penggunaannya pun mudah, Kata kuncinya adalah menghadirkan nilai lebih baik dari cara-cara konvensional (Sidharta& Sidh, 2014).

Bisnis waralaba kini telah menjamur di Indonesia. Perkembangannya yang pesat mengindikasikan sebagai salah satu bentuk investasi yang menarik, sekaligus membantu pelaku usaha dalam memulai suatu usaha sendiri dengan tingkat kegagalan yang rendah. Meski bisnis waralaba yang ditawarkan semakin beragam, namun untuk menjatuhkan pilihan terhadap bisnis waralaba secara tepat, terkadang mengalami kesulitan. Padahal pilihan awal akan sangat menentukan. Ada hal mendasar dalam menentukan pilihan. Paling tidak bidang usahanya stabil dan berprospek serta track record pewaralaba (franchisor) baik dan berpengalaman.

Sebagai strategi ekspansi yang melibatkan modal pihak lain, bisnis waralaba mau tidak mau harus transparan dan konsepnya saling menguntungkan serta saling percaya di antara pewaralaba dengan terwaralaba (franchisee). Minimal selama 5 tahun bisnis waralaba tersebut mampu membuktikan sebagai perusahaan sehat, yang didukung oleh sistem dan format bisnis yang telah teruji. Bidang usaha yang relatif stabil adalah bisnis ritel. Di Indonesia bisnis ini terus berkembang seiring dengan kebutuhan penduduk yang jumlahnya terus meningkat. Salah satu bisnis ritel yang melayani kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari adalah minimarket. Indomaret yang tetap konsisten berkecimpung di bidang minimarket (lokal) dikelola secara profesional dan dipersiapkan memasuki era globalisasi. Persaingan yang ketat ini dipandang abnormal, sulit dihadapi dengan cara-cara biasa. Pemasaran harus masuk pada perilaku baru, perilaku di mana memenuhi harapan konsumen. Artinya, pola lama memerlukan sebuah modifikasi, namun hal ini disadari sebagai cara yang kurang menguntungkan dari sisi pengusaha. Mereka harus lebih banyak kehilangan keuntungan dari pada kehilangan banyak pelanggan. Mereka harus dapat melihat kuantitas sebagai basis pemasarannya dengan upaya yang lebih keras dan biaya yang lebih besar (Hotana, 2018)

Tahun 1997 indomaret melakukan pola kemitraan (waralaba) dengan membuka peluang bagi masyarakat luas untuk turut serta memiliki dan mengelola sendiri gerai Indomaret. Pola waralaba ini ditawarkan setelah indomaret terbukti sehat dengan memiliki lebih dari 700 Gerai yang didukung oleh sistem dan format bisnis yang baik. Sistem bisnis yang sudah teruji yang ditawarkan oleh indomaret sangat diminati oleh masyarakat dan terbukti sekarang gerai yang dimiliki oleh indomaret terus menjamur di hampir seluruh pelosok di wilayah Indonesia, ini membuktikan program waralaba indomaret tidak rumit dan dapat diterima masyarakat.

Konsep bisnis waralaba indomaret adalah yang pertama dan merupakan pelopor dibidang minimarket di Indonesia. Kehadiran minimarket indomaret disambut positif oleh masyarakat, terbukti peningkatan jumlah terwaralaba indomaret dari waktu ke waktu terus bertambah, konsep bisnis ini juga diakui oleh pemerintah sebagai pola bisnis yang sehat sehingga pada tahun 2003 indomaret mendapat penghargaan Perusahaan Waralaba Unggul. Penghargaan semacam ini adalah yang pertama kalinya diberikan kepada perusahaan minimarket di Indonesia dan sampai saat ini hanya indomaret yang menerimanya.

Saat ini indomaret telah memiliki 8.814 gerai di wilayah Jawa, Madura, Bali Sumatra, Sulawesi dan Nusa Tenggara Barat, sistem pembagian kepemilikannya adalah 60% gerai milik perusahaan dan 40% gerai milik Terwaralaba. Kini keberadaan indomaret semakin diperkuat dengan kehadiran indogrosir yang merupakan anak perusahaan dengan konsep bisnis pusat perkulakan. Sebagian besar pasokan barang untuk seluruh gerai berasal dari 17 pusat distribusi indomaret yang menyediakan lebih dari 4.800 produk. Produk yang disediakan berupa produk food, nonfood, general merchandise dan fresh product. Pengadaan produk indomaret didukung lebih dari 1.000 pemasok berskala nasional termasuk UMKM indomaret pun mengembangkan

lebih dari 200 produk private label dengan harga ekonomis dan kualitas prima. Janah & Wahyuni (2017) menegaskan, pelayanan menjadi perhatian konsumen meski bukan faktor internal produk atau jasa. Namun, empati konsumen sangat sensitif terhadap hal-hal yang dapat mengganggu kepuasan atau kenyamanan berbelanja. Oleh karenanya, konsumen akan selalu memperhitungkan sejauh mana kepantasan dan rasa hormat perusahaan kepada konsumen

Dengan semakin banyaknya minimarket –minimarket retail yang tumbuh berjamuran di nusa tenggara barat membuat para pelaku usaha dibidang retail harus mampu menciptakan strategi yang tepat dan jitu agar mampu bersaing ditengah pasar yang semakin kompetitif ini. Stategi digital marketing saat ini tidak menjadi kendala sebuah perusahaan atau organisasi untuk bisa meraih pasar yang lebih luas terutama dalam hal memberikan infomasi dan pelayanan bagi konsumen, siap yang bisa memanfaatkan teknologi di era digital ini dialah yang akan menguasai pangsa pasar yang lebih luas disbanding dengan para kompetitornya.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif dilakukan untuk memberikan gambaran yang lebih rinci mengenai suatu masalah, gejala yang diteliti, mengidentifikasi dan menjelaskan data yang ada secara sistematis. Tipe deskriptif didasarkan pada peristiwa yang terjadi pada saat peneliti sedang melakukan penelitian di lokasi. Kemudian menganalisisnya dan membandingkannya dengan kenyataan yang ada di teori dan selanjutnya menarik kesimpulan. Dasar penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara kepada narasumber atau informan yang berisi pertanyaan-pertanyaan mengenai hal yang berhubungan dengan rumusan masalah penelitian. Dalam penelitian ini yang dikaji adalah bagaimana strategi bersaing retail indomaret di era digital marketing.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bisnis waralaba kini telah menjamur di Indonesia. Perkembangannya yang pesat mengindikasikan sebagai salah satu bentuk investasi yang menarik, sekaligus membantu pelaku usaha dalam memulai suatu usaha sendiri dengan tingkat kegagalan yang rendah. Meski bisnis waralaba yang ditawarkan semakin beragam, namun untuk menjatuhkan pilihan terhadap bisnis waralaba secara tepat, terkadang mengalami kesulitan. Padahal pilihan awal akan sangat menentukan. Ada hal mendasar dalam menentukan pilihan. Paling tidak bidang usahanya stabil dan berprospek serta trackrecord pewaralaba (franchisor) baik dan berpengalaman.

Hasil riset mengemukakan bahwa pola pikir berdagang saat ini adalah digital, maka seluruh konsep konvensional harus secara perlahan dirubah kepada konsep kekinian (Aprilya, 2017; Alriani, 2014). Sebagai strategi ekspansi yang melibatkan modal pihak lain, bisnis waralaba mau tidak mau harus transparan dan konsepnya saling menguntungkan serta saling percaya di antara pewaralaba dengan terwaralaba (franchisee). Minimal selama 5 tahun bisnis waralaba tersebut mampu membuktikan sebagai perusahaan sehat, yang didukung oleh sistem dan format bisnis yang telah teruji. Bidang usaha yang relatif stabil adalah bisnis ritel. Di Indonesia bisnis ini terus berkembang seiring dengan kebutuhan penduduk yang jumlahnya terus meningkat. Salah satu bisnis ritel yang melayani kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari adalah minimarket. Indomaret yang tetap konsisten berkecimpung di bidang minimarket (lokal) dikelola secara profesional dan dipersiapkan memasuki era globalisasi.

Tahun 1997 Indomaret melakukan pola kemitraan (waralaba) dengan membuka peluang bagi masyarakat luas untuk turut serta memiliki dan mengelola sendiri gerai Indomaret. Pola waralaba ini ditawarkan setelah Indomaret terbukti sehat dengan memiliki lebih dari 700 gerai, yang didukung oleh sistem dan format bisnis yang baik. Pengalaman panjang yang telah teruji itu mendapat sambutan positif masyarakat, terlihat dari meningkat tajamnya jumlah gerai waralaba Indomaret, dari 2 gerai pada tahun 1997 menjadi 1097 gerai pada Mei 2008. Program waralaba Indomaret yang tidak rumit terbukti dapat diterima masyarakat. Bahkan, sinergi pewaralaba (Indomaret) dan terwaralaba (masyarakat) ini merupakan salah satu keunggulan

domestik dalam memasuki era globalisasi. Dalam mencermati bisnis baru, kadang pebisnis hanya terfokus pada keuntungan finansial. Padahal banyak keuntungan lain yang bisa diperoleh, khususnya yang membeli hak waralaba, dan Indomaret memberikan berbagai keuntungan sehingga dapat menjadi kekuatan bagi yang hendak memasuki dunia wirausaha. Dalam beberapa riset kemudahan diterjemahkan sebagai indikator utama dalam pemasaran digital. Pasalnya ini adalah langkah khas dari era digital, kenapa demikian? Para konsumen menganggap era konvensional cukup merepotkan dan banyak membuang hal-hal yang tidak perlu, sehingga dampaknya adalah kerugian, baik secara finansial maupun non finansial (Ardyanto, 2015).

Indomaret merupakan jaringan minimarket yang menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari dengan luas penjualan kurang dari 200 M2. Dikelola oleh PT Indomarco Prismatama, cikal bakal pembukaan Indomaret di Kalimantan dan toko pertama dibuka di Ancol, Jakarta Utara. Tahun 1997 perusahaan mengembangkan bisnis gerai waralaba pertama di Indonesia, setelah Indomaret teruji dengan lebih dari 230 gerai. Pada Mei 2003 Indomaret meraih penghargaan “Perusahaan Waralaba 2003” dari Presiden Megawati Soekarnoputri.

Hingga Juli 2009 Indomaret mencapai 3531 gerai. Dari total itu 1998 gerai adalah milik sendiri dan sisanya 1533 gerai waralaba milik masyarakat, yang tersebar di kota-kota di Jabotabek, Jawa Barat, Jawa Timur, Jawa Tengah, Jogjakarta, Bali dan Lampung. Di DKI Jakarta terdapat sekitar 488 gerai. Indomaret mudah ditemukan di daerah perumahan, gedung perkantoran dan fasilitas umum karena penempatan lokasi gerai didasarkan pada motto “mudah dan hemat”.

Lebih dari 3.500 jenis produk makanan dan nonmakanan tersedia dengan harga bersaing, memenuhi hampir semua kebutuhan konsumen sehari-hari. Didukung oleh 12 pusat distribusi, yang menggunakan teknologi mutakhir, Indomaret merupakan salah satu aset bisnis yang sangat menjanjikan. Keberadaan Indomaret diperkuat oleh anak perusahaan di bawah bendera grup INTRACO, yaitu Indogrosir, BSD Plaza dan Charmant.

Perkembangan Bisnis Minimarket Indomaret

Indomaret merupakan salah satu perusahaan waralaba ritel kebutuhan sehari-hari yang bisa dikatakan sebagai yang terbesar dengan jaringan terluas di Indonesia. Perusahaan tersebut pertama kali dikembangkan sebagai anak perusahaan dari Grup Salim, korporat usaha besar yang di pimpin oleh pengusaha sukses asli Indonesia Sudono Salim.

Berbekal pengetahuan mengenai kebutuhan konsumen, keterampilan pengoperasian toko dan pergeseran perilaku belanja masyarakat ke gerai modern, maka muncul keinginan untuk memperluas jaringan Indomaret. Niat ini diwujudkan dengan mendirikan badan hukum PT. IndomarcoPrismatama dengan brandIndomaret yang memiliki visi “Menjadi jaringan ritel yang unggul” serta moto “Mudah dan Hemat”.

Pada mulanya Indomaret hanya mendirikan gerai di perumahan, mereka menyediakan kebutuhan pokok sehari-hari, serta memiliki luas toko sekitar 200 m2 yang ada di wilayah Kalimantan pada tahun 1988. Seiring dengan berjalannya waktu dan meningkatnya kebutuhan pasar, Indomaret terus menambah gerai di berbagai kawasan perumahan, perkantoran, niaga, wisata dan apartemen.

Setelah mempunyai pengetahuan dan keterampilan mengoperasikan jaringan ritel dalam skala besar, manajemen berkomitmen untuk menjadikan Indomaret sebagai aset nasional. Seluruh pemikiran dan pengoperasian perusahaan pun ditangani sepenuhnya oleh putra putri Indonesia. Indomaret ingin berbagi kepada masyarakat Indonesia melalui bisnis waralaba dan juga mampu bersaing dalam persaingan global. Hal ini sesuai dengan visi perusahaan yaitu “menjadi aset nasional dalam bentuk jaringan ritel waralaba yang unggul dalam persaingan global”.

Konsep bisnis waralaba Indomaret adalah yang pertama dan merupakan pelopor di bidang minimarket di Indonesia. Masyarakat pun menyambut positif hadirnya Indomaret ini, terbukti dengan peningkatan jumlah terwaralaba Indomaret dari waktu ke waktu. Konsep bisnis ini juga diakui oleh pemerintah melalui penghargaan yang diberikan kepada Indomaret selaku

“Perusahaan Waralaba Unggul 2003”. Penghargaan semacam ini adalah yang pertama kalinya diberikan kepada perusahaan minimarket di Indonesia dan sampai saat ini hanya Indomaret yang menerimanya.

Awalnya pada tahun 1997, Indomaret memperkenalkan sistem kemitraan dengan membuka peluang bagi masyarakat untuk turut serta memiliki dan mengelola sendiri gerai Indomaret. Mitra usaha waralaba ini meliputi koperasi, badan usaha dan perorangan. Persyaratan bisnis waralaba dirancang sederhana dan ekonomis sehingga memudahkan masyarakat untuk berpartisipasi dan memiliki usaha ini dengan sikap saling percaya dan menguntungkan. Hingga Agustus 2013, gerai waralaba Indomaret telah mencapai 2.910 buah.

Saat ini Indomaret telah memiliki 8.814 gerai di wilayah Jawa, Madura, Bali, Sumatera dan Sulawesi. Pembagian kepemilikannya adalah 60% gerai milik perusahaan dan 40% gerai milik Terwaralaba. Kini keberadaan Indomaret semakin diperkuat dengan kehadiran Indogrosir yang merupakan anak perusahaan dengan konsep bisnis Pusat Perkulakan. Sebagian besar pasokan barang untuk seluruh gerai berasal dari 17 pusat distribusi Indomaret yang menyediakan lebih dari 4.800 produk. Produk yang disediakan berupa produk food, nonfood, generalmerchandise, dan freshproduct. Pengadaan produk Indomaret didukung lebih dari 1.000 pemasok berskala nasional termasuk UMKM. Indomaret pun mengembangkan lebih dari 200 produk private label dengan harga ekonomis dan kualitas prima.

Setelah peneliti melakukan penelitian selama lebih kurang 2 bulan dengan menggunakan tehnik dokumentasi, observasi dan wawancara maka peneliti dapat menyajikan hasil penelitian mengenai strategi yang digunakan oleh mini market indomaret dalam bersaing di era digital adalah dengan menggunakan strategi marketing yang meliputi beberapa cara diantaranya:

1. Membuat toko online dengan nama KLIK INDOMARET dengan berbagai macam kegunaan.

Strategi KLIK INDOMARET maksudnya memberikan kemudahan bagi konsumen untuk bertransaksi dengan menggunakan pemesanan online bagi para konsumen yang ingin berbelanja ke indomaret tanpa harus datang ke tokonya. Berikut tata cara penggunaan strategi KLIK INDOMARET



A. General

1. Apa itu Klik Indomaret?

Klik Indomaret merupakan inovasi belanja online yang dikembangkan oleh PT Indomarco Prisma Utama sebagai pemilik jaringan toko Indomaret yang sudah dipercaya oleh konsumen selama lebih dari 25 tahun. Klik Indomaret adalah *one stop online store* yang menyediakan berbagai macam produk dalam satu website.

2. Produk apa saja yang ada di Klik Indomaret?

Klik Indomaret menyediakan berbagai macam produk seperti *grocery, fashion, technology, electronic*, pulsa, paket data internet, dan juga *voucher game*.

3. Apa keuntungan saya berbelanja di Klik Indomaret?

Klik Indomaret memiliki berbagai keunggulan diantaranya:

- *One stop shop*, memberikan pengalaman berbelanja online layaknya dalam sebuah mall yang menyediakan berbagai macam kebutuhan konsumen.
- *Free shipping* (khusus untuk wilayah jabodetabek).
- Pembayaran dapat dilakukan di seluruh toko Indomaret.
- *Secure e-Payment*, memberikan keamanan atas transaksi online yang Anda lakukan.

4. Apakah data pribadi dan data pembayaran saya aman?

Kami menjamin keamanan data pribadi dan data pembayaran Anda karena kami bekerja sama dengan bank-bank dan *payment gateway* terpercaya.

5. Berapa batas minimum pembelian produk Grocery (produk dikirim dari Toko Indomaret) di website KlikIndomaret.com?

Minimum pembelian produk *grocery/ i-store* (produk dikirim dari Toko) senilai Rp 50,000,-

6. Berapa batas minimum transaksi produk Grocery (produk dikirim dari Toko) untuk mendapatkan gratis ongkir di KlikIndomaret.com?

Anda bisa mendapatkan gratis ongkir jika melakukan pembelian **minimum Rp 100.000,-** (kecuali pembelian Elpiji tabung gas atau Isi Ulang 12kg & Bright Gas tabung atau Isi ulang 5.5kg). Gratis ongkir tidak berlaku jika Anda belanja kurang dari Rp 100.000,-.

B. Registrasi

1. Bagaimana cara menjadi member di Klik Indomaret?

Untuk menjadi member, silakan klik [Signup](#) lalu lengkapi data diri Anda sesuai form yang tersedia. Setelah mendaftar, kami akan mengirimkan email verifikasi untuk mengaktifkan akun Anda.

2. Keuntungan apa yang saya dapatkan ketika menjadi member di Klik Indomaret?

Keuntungan yang Anda dapatkan adalah:

- Melakukan transaksi pembelian di website Klik Indomaret dengan pilihan produk yang bervariasi.
- Melakukan transaksi dengan pembayaran yang mudah dan aman.
- Menerima *newsletter email* yang berisi informasi promosi menarik dari kami.

C. Cara Berbelanja

1. Bagaimana cara berbelanja di Klik Indomaret ?

- a. Anda bisa **Login** terlebih dahulu atau juga bisa langsung pilih barang yang Anda inginkan kemudian klik **Add to Cart**.
- b. Anda bisa cek data keseluruhan pesanan di **Keranjang Belanja (Pesanan & Promo)**. Jika sudah selesai belanja, lanjutkan proses **Check Out**.
- c. Apabila Anda sudah login maka Anda akan masuk pada halaman **Pengiriman & Pengambilan**. Namun apabila belum login, maka Anda akan diarahkan ke halaman Pendaftaran [Member \(Sign Up\)](#) atau **Login**. Pada bagian **Pengiriman & Pengambilan**, pilih metode & alamat tujuan pengiriman atau tambahkan alamat baru jika belum ada.
- d. Untuk pembelian produk **grocery (Produk Toko)**, Anda dapat memilih **Pesan Ambil di Toko/Pickup Point** atau **Pesan Antar**. Sedangkan untuk pembelian **Produk Non Toko**, Anda dapat memilih **Pesan Ambil di Toko** menggunakan **IndoPaket***, atau **Pesan Antar** sesuai alamat tujuan Anda.

Setelah melengkapi informasi Pengiriman & Pengambilan, silahkan klik **Lanjut Pilih Pembayaran**.

- e. Pilih metode pembayaran yang Anda inginkan, lalu klik **Bayar Sekarang**.
- f. Transaksi Anda berhasil diproses.

D. Cara Pengambilan & Pengiriman

1. Bagaimana proses pengiriman barang dan berapa lama?

- Untuk pembelian **produk grocery** (produk dikirimkan dari Toko), pesanan Anda akan dikirim atau dapat juga pesan ambil di Indomaret terdekat. Waktu pengiriman atau pengambilan tergantung dari jadwal yang Anda tentukan. Pesanan akan Anda terima dalam waktu 4-6 jam setelah Anda menyelesaikan transaksi.
- Sedangkan untuk pembelian **produk non toko** (selain produk grocery toko) tersedia [Pesan ambil](#) di toko Indomaret menggunakan layanan IndoPaket* dan **Pesan antar** dimana pesanan Anda akan dikirim dari warehouse kami yang berlokasi di Jl. Ancol 1 No. 9-10, Ancol Barat - Jakarta Utara. Informasi mengenai waktu pengiriman akan kami tampilkan pada halaman [Shipping](#). Jika dalam jangka waktu pengiriman tersebut Anda belum menerima pesanan silakan menghubungi **Call Center** kami di nomor **(021) 1500 280**.

2. Berapakah biaya pengiriman yang harus saya bayar untuk pesanan saya?

- Untuk pembelian **produk grocery** yang dikirim dari toko Indomaret terdekat. Personil toko kami akan menghubungi konsumen jika pesanan sudah siap diantar, Jika konsumen tidak berada di tempat pada pengantaran pertama, kami akan lakukan pengantara kedua untuk konsumen yang telah melunasi pembayaran. Saat ini kami memberikan **free shipping** untuk pembelian **produk grocery (produk dikirim dari Toko)** minimum **Rp 100.000,-** (kecuali pembelian Elpiji tabung gas atau Isi Ulang 12kg & Bright Gas tabung atau Isi ulang 5.5kg).
- Untuk pembelian **selain produk grocery (produk non toko)**, tersedia **pesan ambil** di toko Indomaret pilihan yang tersedia IndoPaket (khusus produk tertentu), serta **pesan antar IndoPaket** ke alamat pengiriman. Khusus kurir pengiriman lain seperti JNE, dimana biaya pengiriman ditentukan berdasarkan berat barang dan lokasi alamat pengiriman. Saat ini kami memberikan fasilitas **free shipping** untuk pengiriman wilayah **Jabodetabek**.

E. Cara Pembayaran

Metode pembayaran apa sajakah yang diterima oleh Klik Indomaret?

Kami menyediakan berbagai metode pembayaran untuk mempermudah transaksi online Anda, seperti :

- Bayar di semua toko Indomaret
- Kartu kredit berlogo Visa dan MasterCard
- BCA Klikpay
- Mandiri Clickpay
- Rekening Ponsel CIMB Niaga
- i-Saku
- BCA Virtual Account
- ATM berlogo Prima, Alto atau ATM Bersama
- COD (khusus untuk pembelian produk grocery)

Dalam hal ini kami bekerja sama dengan BCA, Bank Mandiri, Bank CIMB Niaga, Bank BNI, Visa dan Master Card. Panduan untuk masing-masing metode pembayaran dapat Anda lihat [di sini](#).

F. Voucher Belanja Klik Indomaret

1. Apa fungsi dari 'Voucher Belanja Klik Indomaret' / VBK yang saya dapatkan?

Voucher yang anda dapatkan, bisa digunakan untuk mendapatkan potongan harga di KlikIndomaret.com.

2. Bagaimana cara mendapatkan voucher belanja?

Anda bisa mendapatkan Voucher Belanja Klik Indomaret dengan berpartisipasi dalam salah satu program promosi kami yang memiliki mekanisme: **“GRATIS Voucher Belanja Klik Indomaret”** atau **“CASHBACK dengan Voucher Belanja Klik Indomaret”**.

3. Bagaimana cara mengetahui ketentuan/ kebijakan penggunaan voucher belanja?

Anda bisa mengecek pada Syarat & Ketentuan penggunaan voucher selengkapnya pada [Kebijakan Voucher Belanja Klik Indomaret](#).

4. Berapa minimum pembelanjaan untuk voucher yang saya dapatkan?

Minimum pembelanjaan voucher mengacu pada Syarat & Ketentuan yang berlaku pada masing-masing voucher. Kebijakan penggunaan Voucher Belanja Klik Indomaret dapat dilihat selengkapnya pada [Kebijakan Voucher Belanja Klik Indomaret](#).

5. Bagaimana cara penggunaan voucher di Klik Indomaret?

Penggunaan Voucher Belanja Klik Indomaret hanya dapat dilakukan di website pada **halaman pembayaran dengan input kode voucher** padamenu yang tersedia.

6. Apakah voucher berlaku untuk pembelian Kategori Produk Pulsa & Voucher Game?

Mohon maaf, Voucher Belanja Klik Indomaret **tidak berlaku** untuk semua kategori produk **Pulsa & Voucher Game** atau **produk virtual** Klik Indomaret (**Produk Pulsa, Paket Data Internet, Voucher Game dan Voucher Facebook**).

7. Apakah voucher belanja Klik Indomaret dapat diuangkan?

Mohon maaf, Voucher Belanja Klik Indomaret **tidak dapat** diuangkan.

G. Tiket Kereta Api

1. Mengapa Anda perlu membeli tiket Kereta Api di Klik Indomaret?

Dengan membeli tiket Kereta Api di Klik Indomaret, Anda dapat dengan mudah melakukan pemesanan tiket KAI online dengan **pencarian tiket dan jadwal terlengkap**. Tersedia rute tujuan lengkap dari berbagai kelas (ekonomi, bisnis, dan eksekutif). **Tidak perlu antri di Stasiun!** Anda dengan mudah mengakses pembelian tiket KAI melalui perangkat smartphone, dan Anda dapat memilih kursi sendiri. Tersedia beragam metode pembayaran sehingga **transaksi aman & terpercaya**.

2. Bagaimana cara memesan tiket Kereta Api di Klik Indomaret?

- i. Anda dapat **mendaftarkan & masuk ke Akun** Anda di [Klik Indomaret.com](http://KlikIndomaret.com).
- ii. Anda dapat mengakses <https://travel.klikindomaret.com> atau Klik kategori **'Kereta Api'** pada menu **'Semua Kategori'**, lalu Anda akan diarahkan ke website [Klik Indomaret Kereta Api](#).
- iii. Selanjutnya Anda dapat memilih **jadwal rute perjalanan, tanggal pergi dan tanggal pulang, jumlah penumpang**, kemudian klik **'Cari Tiket'**.
- iv. **Pilih jadwal kereta** yang Anda inginkan, lalu klik **'Pilih Tiket'**.
- v. **Isi data diri** Anda, pastikan **data diri dan nomor identitas** Anda sudah lengkap & benar.
- vi. **Pilih kursi** sesuai keinginan Anda.
- vii. Lanjutkan **proses pembayaran & pilih metode pembayaran** yang Anda gunakan.
- viii. Anda akan diarahkan untuk menyelesaikan pembayaran Anda.
- ix. Setelah **pembayaran berhasil** dan Kami terima, **e-ticket akan terkirim** ke **alamat email** Anda.

3. Bagaimana cara menukarkan e-ticket Kereta Api?

Silahkan cetak e-ticket yang telah terkirim pada alamat email Anda. Tukarkan di loket stasiun KAI atau Anda dapat mencetak tiket pada mesin cetak tiket mandiri (CTM) yang terdapat di stasiun dengan memasukkan kode booking dan informasi data diri sesuai yang tertera pada tiket. Penukaran tiket dapat dilakukan paling lambat 1 jam sebelum keberangkatan.

4. Bagaimana cara saya membayar untuk pemesanan tiket?

Kami menerima pilihan metode pembayaran sebagai berikut:

1. **Transfer via ATM**
2. **Internet Banking** (BCA Klikpay, Mandiri Clickpay, BCA Virtual Account)
3. **Payment Point Indomaret**
4. **Uang Elektronik** (i-Saku dan CIMB Niaga Rekening Ponsel)

Berikut halaman [cara pesan tiket kereta api](#) di Klik Indomaret.

5. Apakah pembayaran tiket kereta menggunakan kartu kredit bisa diterima?

Mohon maaf, untuk sementara Kami belum menerima pembayaran menggunakan kartu kredit.

6. Apakah Voucher Belanja bisa dipakai untuk pembelian tiket Kereta Api?

Mohon maaf, untuk sementara penggunaan voucher belanja **tidak berlaku** untuk pembelian tiket kereta api.

7. Bagaimana cara membatalkan tiket Kereta Api yang telah saya beli?

KlikIndomaret.com **tidak dapat melakukan pembatalan tiket** kereta api. Jika Anda sudah membeli tiket dan tujuan Anda salah, mohon Anda dapat mengajukan permohonan **refund** ke [pihak KAI](#) di nomor telepon **021-121**. Biaya pembatalan dan pengembalian biaya tiket yang dibatalkan tersebut mengikuti ketentuan dari **PT KAI**. Silahkan kunjungi [halaman](#) berikut untuk info lebih lengkap.

Jika Anda ragu, Anda dapat menayakan terlebih dahulu ke **Call Center Klik Indomaret.com** di nomor telepon **1500280**.

8. Bagaimana cara mengubah tiket Kereta Api yang telah saya beli?

KlikIndomaret.com **tidak dapat melakukan perubahan informasi booking tiket** kereta api. Jika Anda salah memilih jadwal keberangkatan, Untuk perubahan tersebut, Anda dapat menghubungi [pihak KAI](#) di nomor telepon **021-121**. Biaya perubahan jadwal tersebut mengikuti ketentuan dari **PT KAI**.

9. Dapatkah saya mendapatkan pengembalian dana untuk pembatalan pesanan tiket saya?

Untuk pengembalian dana tiket, kemungkinan ada biaya untuk pembatalan yang besarnya tergantung dari **kebijakan PT KAI**. Untuk perihal tersebut, Anda dapat menghubungi [pihak KAI](#) di nomor telepon **021-121**. Silahkan kunjungi [halaman](#) berikut untuk info lebih lengkap.

10. Bagaimana jika transaksi Anda mengalami kendala?

Apabila terjadi kendala di pihak Klik Indomaret, setelah melakukan pembayaran lunas tetapi kode pemesanan atau kode booking tidak keluar, Anda dapat langsung menanyakan hal tersebut ke pihak kami [klik indomaret.com](#). Jika terdapat kesalahan teknis di pihak kami, dimana saldo Anda terpotong namun status transaksi gagal, maka uang Anda akan direfund 100% dari pihak kami.

Jika Anda perlu bantuan, Anda dapat menayakan perihal tersebut ke **Call Center [Klik Indomaret.com](#)** di nomor telepon **1500280**.

4. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang dipaparkan diatas diketahui bahwa dengan melihat hasil penelitian dan pembahasan maka penelitian ini peneliti simpulkan sesuai dengan tema yang di angkat yakni strategi yang digunakan Indomaret di era digital Strategi toko on line adalah strategi yang dibuat indomaret untuk memudahkan konsumen atau masyarakat yang berbelanja ke indomaret tanpa harus datang ke Grai Indomaret, para konsumen cukup memesan melalui aplikasi Klik Indomaret di HP Adroid maka semua produk yang ada di Grai Indomaret akan muncul dan konsumen bisa memilih produk sesuai dengan kebutuhannya dengan cara menandai kode produk yang ingin di beli, Strategi I- Saku di buat untuk memmudahkan para masyarakat yang ingin mentrasfer, membayar tagihan litrik, PDAM, Bank, BPJS dan sebagainya, cukup dengan datang ke Grai- Grai Indomaret semua proses yang menyangkut dengan keuangan akan mudah di layani dengan aplikasi I- SAKU ini karena sudah di Linkkan dengan semua Bank, Finance, PDAM, PLN, BPJS dan lian-lain, strategi Paint Caffe, strategi ini dibuat oleh pihak Indomaret karena melihat pola hidup masyarakat sekarang yang suka nongkrong sambil menikmati kopi, sehingga strategi Paint Coffe di anggap efektif untuk menarik masyarakat berbelanja ke indomaret, Strategi Memperbanyak produk RTE (READY TO EAT) Merupakan strategi Penjualan Makanan Siap Saji Seperti Buah Lokal, Roti Fresh From The Open, Sosis. Makanan siap saji untuk kedepan memiliki peluang yang bagus kedepan karena mengingat kesibukan dan pola hidup manusia yang ingin cepat tanpa menunggu dan membuang-buang waktu.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Alriani, I. M. (2014). Model Pemasaran Di Era *New Wave Marketing*. JURNAL EKONOMI MANAJEMEN AKUNTANSI, 21(36).
- Aprilya, T. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Nadyasfashop Melalui Instagram Dalam Meningkatkan Kepercayaan Customer Di Samarinda. *EJournal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 13-23.
- Ardyanto, D. (2015). Pengaruh kemudahan dan kepercayaan menggunakan Ecommerce terhadap keputusan pembelian online (Survei Pada Konsumen [www. petersaysdenim. com](http://www.petersaysdenim.com)). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 22(1).
- Hotana, M. S. (2018). Industri E-Commerce Dalam Menciptakan Pasar Yang Kompetitif Berdasarkan Hukum Persaingan Usaha. *Jurnal Hukum Bisnis Bonum Commune*, 1(1), 28-38.
- Janah, M., & Wahyuni, D. U. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Dewi Hijab. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(4).
- Sidharta, I., & Sidh, R. (2014). Pengukuran persepsi manfaat dan persepsi kemudahan terhadap sikap serta dampaknya atas penggunaan ulang online shopping pada e-commerce. *Jurnal Computech & Bisnis*, 8(2), 92-100.