

# DISTRO (PAKAIAN)

- PENGERTIAN
- BENTUK

# PENGERertian

- **Distro**, singkatan dari ***distribution store*** atau ***distribution outlet***, adalah jenis toko di Indonesia yang menjual pakaian dan aksesori yang dititipkan oleh pembuat pakaian, atau diproduksi sendiri. Distro umumnya merupakan industri kecil dan menengah (IKM) yang sandang dengan merk independen yang dikembangkan kalangan muda. Produk yang dihasilkan oleh distro diusahakan untuk tidak diproduksi secara massal, agar mempertahankan sifat eksklusif suatu produk.

# SEJARAH PERKEMBANGAN DISTRO

---

- Konsep distro berawal pada pertengahan 1990-an di Bandung. Saat itu band-band independen di Bandung berusaha menjual *merchandise* mereka seperti CD/kaset, t-shirt, dan sticker selain di tempat mereka melakukan pertunjukan.
- Bentuk awal distro adalah usaha rumahan dan dibuat etalase dan rak untuk menjual t-shirt. Selain komunitas musik, akhirnya banyak komunitas lain seperti komunitas punk dan skateboard yang kemudian juga membuat toko-toko kecil untuk menjual pakaian dan aksesoris mereka. Kini, industri distro sudah berkembang, bahkan dianggap menghasilkan produk-produk yang memiliki kualitas ekspor. Pada tahun 2007 diperkirakan ada sekitar 700 unit usaha distro di Indonesia, dan 300 diantaranya ada di Bandung.

# TOKO (STORE)

---

- **Toko** adalah sebuah tempat tertutup yang di dalamnya terjadi kegiatan perdagangan dengan jenis benda atau barang yang spesifik, misalnya toko buku, toko buah, dan sebagainya.

# HIPERMARKET



Suasana di dalam sebuah hipermarket



Suasana di dalam sebuah supermarket

**Hipermarket** adalah bentuk pasar modern yang sangat besar, dalam segi luas tempat dan barang-barang yang diperdagangkan. Selain tempatnya yang luas, hipermarket biasanya memiliki lahan parkir yang luas.

# Hipermarket (lanjutan)

---

- Dari segi harga, barang-barang di hipermarket seringkali lebih murah dari pada supermarket, toko, atau pasar tradisional. Ini dimungkinkan karena hipermarket memiliki modal yang sangat besar dan membeli barang dari produsen dalam jumlah lebih besar dari pada pesaingnya, tetapi menjualnya dalam bentuk satuan.

# Hipermarket (lanjutan)

---

- Dalam prakteknya mulai sekitar tahun 2000-an, untuk menyeimbangkan antara pasar tradisional dan pasar modern, beberapa produsen consumer goods telah membedakan harga jual untuk kedua jenis pasar tersebut. Praktek ini meningkatkan daya saing di tingkat pedagang eceran sehingga harga eceran mereka bisa lebih murah atau sama dengan di pasar modern.
- Di negara maju, sebuah hipermarket biasanya terletak di pinggiran kota, agar tidak mematikan toko-toko yang lebih kecil.

# Bagaimana dengan hipermarket di Indonesia?

- Di Indonesia, menurut peraturan pemerintah, (Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI No. 107/MPP/Kep/2/1998 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pemberian Izin Usaha Pasar Modern) pasar modern dapat berdiri di semua Ibukota Provinsi dan Ibukota Kabupaten/Kota yang perkembangan kota dan ekonominya dianggap sangat pesat. Di kota-kota penyangga Ibukota Jakarta, yaitu Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi, berbagai hipermarket telah membuka gerainya.
- Beberapa hipermarket di Indonesia adalah: Carrefour, Giant Hypermarket, Hypermart, dan Makro.