

MAGAZINE

Hippindo Gelar Harmony Award 2024, 11 Entitas Sabet Peritel Terbaik Indonesia

RIO ARDIAN - MAGZ.CO.ID

Sep 11, 2024 - 13:14



Penerima penghargaan Hippindo Harmony Award 2024 di Jakarta, Kamis (29/8/2024)/Foto: Hippindo.

JAKARTA - Himpunan Peritel dan Penyewa Pusat Perbelanjaan Indonesia (Hippindo) melaksanakan Harmony Award 2024 untuk mengapresiasi dedikasi dan kontribusi para pelaku industri ritel di Indonesia.

Penghargaan yang berlangsung di hari kedua Indonesia Retail Summit (IRS)

2024 ini, digelar Hippiendo untuk menjadi momentum apresiasi atas inovasi, kepemimpinan dan capaian terbaik pelaku dari berbagai sektor ritel tanah air.

Dalam sambutannya, Deputi Bidang Industri dan Investasi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Rizki Handayani Mustafa, mengapresiasi dan mendukung penuh acara yang mampu mendorong peningkatan inovasi dan kolaborasi ini. Ia berharap Harmony Award dapat berkelanjutan dan menjadi sumber inspirasi bagi kalangan peritel terus berinovasi dan berkolaborasi.

“Pemerintah mengajak seluruh pemangku kepentingan terus berkontribusi dalam membangun Indonesia yang lebih baik. Mari kita lanjutkan semangat Harmony ini untuk melanjutkan industri pariwisata dan ekonomi kreatif. Termasuk industri bidang lainnya, agar dapat terus maju, makin tangguh, dan berdaya saing tinggi,” jelas Rizki, dalam keterangan tertulis, Rabu (11/9/2024).

Di masa depan ia berharap lebih banyak brand Indonesia yang mampu berkarya dan tampil di luar negeri. Tujuannya, agar usaha berbagai brand lokal terus berekspansi baik di dalam maupun luar negeri. “Itu juga sejalan dengan program pemerintah untuk mendukung banyaknya brand lokal bisa go international dalam sektor perdagangan. Tentunya menjadi partner untuk kita menuju Indonesia yang lebih baik,” lanjutnya.

Data memang menunjukkan industri ritel di Indonesia terus mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), sektor perdagangan besar dan eceran tumbuh sebesar 5,05 persen secara year-on-year (YoY) pada kuartal kedua tahun 2024.

Pertumbuhan ini didorong oleh peningkatan daya beli masyarakat dan berbagai inovasi yang dilakukan oleh para pelaku ritel, termasuk adopsi teknologi digital dan strategi omnichannel.

Senada dengannya, Wakil Ketua Umum Hippiendo sekaligus Ketua Panitia Harmony Award, Fetty Kwartati, menekankan pentingnya semangat harmoni dan kolaborasi, sesuai dengan tema acara penghargaan kali ini.

"Pada acara ini sesuai dengan judulnya Harmony, karena memang kita semua ada di sini. Karena kita merasa adanya harmoni. Harmony yang dimaksud di sini adalah Hari Ritel Modern, yang kita kemas menjadi acara Harmony Award untuk mengapresiasi para anggota dan peritel. Termasuk pula untuk para non anggota, atas karya nyata yang sudah dilakukan oleh mereka," ujar Fetty.

Fetty menambahkan, Harmony Award sudah menjadi acuan dan motivasi bagi para peritel untuk terus berkembang.

“Program demi program, acara demi acara dan juga inisiatif-inisiatif terus dilakukan oleh Hippiendo sebagai bentuk komitmen untuk terus menggerakkan roda ekonomi dan juga menjadi mitra pemerintah serta membantu para anggota untuk bersama-sama, bermitra bersama, dalam memajukan ritel Indonesia,” tambahnya.

Dalam kesempatan yang sama, Pengamat Komunikasi Pemasaran dan CEO

Fortuna, Ratna Puspitasari, menyatakan, penghargaan seperti Harmony Award ini tidak hanya menjadi bentuk apresiasi tetapi juga motivasi bagi seluruh pelaku industri ritel untuk terus berinovasi dan berkontribusi bagi kemajuan ekonomi.

"Dengan kolaborasi dan dukungan dari berbagai pihak, saya optimis industri ritel Indonesia akan semakin maju dan mampu bersaing di pasar global," kata dia.

Gelaran penghargaan yang telah masuk tahun ketiga ini, memiliki berbagai kategori nominasi.

Para pelaku industri ritel dipilih berdasarkan kontribusi dan inovasi mereka dalam memajukan industri ritel di Indonesia.

Berbagai kategori dan peraih Harmony Award tahun ini meliputi:

Food and Beverages Retail of The Year 2024 Kafe: J.CO Donuts & Coffee (PT J.CO Donuts & Coffee, Johnny Andrean Group) diterima oleh Natasia Liu, International Franchise Director.

Food and Beverages Retail of The Year 2024 Restaurant: Sate Khas Senayan (CV. Sari Rasa Nusantara) diterima oleh Hady Gautama Gumulia, Business Development Director.

Convenience Store Retail of The Year 2024: Indomaret (PT Indomarco Prisma) diterima oleh Feki Oktavianus, Executive Director.

Retail Big Store of The Year 2024: UNIQLO (PT Fast Retailing Indonesia) diterima oleh Irma Yunita, Corporate Affairs Director.

Electronic Retail of The Year 2024: Electronic City (PT Electronic City Indonesia Tbk) diterima oleh Lyvia Mariana, President Director.

Speciality Store Retail of The Year 2024: May May Salon (PT Mayindo Tritunggal) diterima oleh Lily Tanie, Founder.

UMKM Retail of The Year 2024: Batik Warisan (CV Anugrah Warisan Indonesia) diterima oleh Eli Djohan, Direktur.

Rookie Retail of The Year 2024: Janji Jiwa (PT Kurnia Boga Narayan) diterima oleh William Susanto, Direktur.

Fashion Retail of The Year 2024: Charles & Keith (PT. Kurnia Ciptamoda Gemilang) diterima oleh Haryanto Pratantara, Business & Operation Director.

Health and Beauty Retail of The Year 2024: Watsons Indonesia (PT Duta Intidaya Tbk) diterima oleh Lilis Mulyawati, President Director.

Lifetime Achievement "Lifetime Retail Achievement of The Year 2024"

Brand Legend: Bakmi GM (PT. Griya Miesejati) diterima oleh Marsudi Singgih Lie, Komisaris Utama.

Tokoh retail:

Rachmat Sutiono, President Director Funworld

Marietta W. Narpati, Founder Madonna Accessories

Pengumuman penghargaan Harmony Award ini juga menandai penutupan Indonesia Retail Summit (IRS) dan Harmony Award 2024 yang telah

terselenggara dengan sukses.

Fetty Kwartati menyampaikan apresiasinya kepada semua pihak yang telah mendukung IRS 2024.

“Saya ingin menyampaikan rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kelancaran pelaksanaan IRS 2024. Terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang mendukung acara ini, termasuk sponsor, pembina, pengurus, dan seluruh ekosistem Hippindo, terutama mitra strategis seperti BRI, Indosat, Coca-Cola, Skintific, ShopComm, ETP, PWC, dan lainnya. IRS 2024 yang berlangsung selama dua hari ini berhasil melibatkan 27 sesi, 30 exhibitor, 100 pembicara, 40 sponsor, dan sekitar 400 pengunjung. Peningkatan partisipasi sebesar 30% dibandingkan tahun sebelumnya menunjukkan kontribusi konkret Hippindo dalam menggerakkan perekonomian, khususnya di sektor ritel,” katanya.

“Kami berharap IRS berikutnya akan berkembang menjadi ajang nasional bahkan internasional, dengan kolaborasi bersama negara-negara tetangga seperti Thailand, Vietnam, dan Malaysia, membuka peluang baru bagi pelaku ritel Indonesia untuk berkembang di pasar internasional,” tambah Fetty.

Rizki Handayani Mustafa menekankan peran penting Hippindo bagi masyarakat Indonesia dan kepercayaannya terhadap institusi ini.

“Hippindo adalah asosiasi yang memainkan peran vital dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia, terutama dalam memenuhi kebutuhan pangan dan papan. Dengan hubungan yang erat dengan banyak kementerian dan lembaga, Hippindo menjadi tulang punggung berbagai sektor ekonomi, termasuk 17 sektor industri kreatif yang didorong oleh Kemenparekraf. Saya percaya Hippindo akan terus tumbuh dan berkembang, berinovasi serta berkolaborasi dengan berbagai pihak untuk memperkuat posisi produk-produk lokal dan menghadapi kompetisi global. Kehadiran merek-merek asing di pasar Indonesia juga menjadi kesempatan untuk meningkatkan daya saing dan menciptakan lapangan kerja yang lebih luas,” terangnya.

“Saya selalu mengapresiasi semangat inovasi dan kolaborasi yang ditunjukkan oleh Hippindo, serta energi positif yang tercermin dalam setiap acara yang mereka selenggarakan. Pada acara hari ini, saya berharap semakin banyak anggota Hippindo yang turut serta, terutama dalam ajang penghargaan yang akan mengangkat brand-brand terbaik Indonesia. Dengan populasi lebih dari 240 juta orang, Indonesia memiliki potensi pasar yang luar biasa besar, dan Hippindo berada di posisi strategis untuk memunculkan dan mendorong brand-brand lokal yang dapat bersaing di kancah nasional maupun internasional,” tutup Kiki.