

Private Label di Indonesia

Saat ini di Carrefour private label mereka sudah mencapai 7.5% dengan pertumbuhan 5 – 10% per tahun diharapkan segera mencapai 10% dari seluruh total SKU mereka atau 4.000 SKU (10% dari 40.000 SKU), Alfamart juga sudah mulai meluncurkan private label mereka.



60% dari private label di Carrefour bukan golongan makanan minuman, seperti baju, kontainer plastik dan hal lain diluar makanan. Sisanya produk makanan, seperti beras, kecap, minyak goreng, gula, abon. Sementara Indomarco (Indomaret) setiap tahun meluncurkan 100-200 SKU private label. Pembeli menyukai private label karena harganya lebih ekonomis hingga 30% dibandingkan dengan harga produk yang bermerek terkenal.

Private label juga merupakan jembatan / kesempatan bagi SME untuk menjual produk mereka langsung ke supermarket, karena SME tidak mempunyai dana untuk marketing/iklan maupun distribusi. Sebagai contoh Carrefour memberikan pengarahan kepada SME bagaimana membuat produk yang baik dan sesuai standar yang seharusnya

