

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan semakin majunya berbagai sektor ekonomi di Indonesia, perkembangan usaha mal juga mengalami kemajuan yang cukup pesat. Hal ini ditandai dengan bertumbuhnya *shopping centre*, mal serta tempat hiburan lainnya. Kondisi seperti ini menuntut mal-mal tersebut untuk tidak kehabisan nafas bersaing dengan mal lainnya. Maraknya bidang usaha mal tersebut mengalami persaingan yang semakin ketat.

Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat itu, mal harus memiliki keunikan tersendiri yang bisa dijual. Bisnis mal akan sukses apabila memiliki diferensiasi serta konsep yang bagus dan kuat yang membedakannya dengan mal lainnya, mal tersebut juga harus tetap mempertahankan konsep awal yang telah dibangun. Secara tidak langsung hal tersebut menimbulkan persaingan yang ketat di antara mal yang satu dengan mal yang lainnya.

Cihampelas Walk (CiWalk) merupakan mal di Bandung yang sering dikunjungi oleh muda-mudi, pengusaha dan banyak kalangan masyarakat lainnya. Banyak yang hanya berbelanja, menikmati hiburan yang tersedia dan menikmati suasana dari mal tersebut. CiWalk merupakan tempat berbelanja dengan suasana yang berbeda karena mal ini didirikan di tengah-tengah areal terbuka (*open air*), sehingga merupakan perpaduan antara gedung perbelanjaan modern dengan suasana alam yang asri dan menyenangkan. CiWalk mengadaptasi *open mall*

concept yang sehingga sangat cocok bagi yang suka jalan-jalan di udara terbuka di antara café, restoran sambil melihat-lihat etalase.

Sebagai mal yang pertama kali menerapkan *open mall concept* di Bandung, CiWalk harus berusaha untuk menyesuaikan diri dengan persaingan yang ada. CiWalk juga harus memperhatikan perkembangan dari *tenant-tenant* yang berada di dalam bangunan utama CiWalk itu sendiri, tidak hanya terfokus pada yang berada di sisi kanan dan kiri bangunan utama. Alasan lainnya juga karena CiWalk merupakan pendatang baru dengan konsep yang baru terutama di Bandung, CiWalk harus mengetahui iklim persaingan antara mal yang ada.

Singkatnya, dalam menghadapi persaingan yang serba kompetitif saat ini, setiap pelaku bisnis yang ingin memenangkan kompetisi di dalam dunia mal tersebut harus tanggap terhadap karakteristik, khususnya strategi, tujuan, kekuatan, dan kelemahan, serta pola reaksi mereka. Analisis nilai pelanggan dilakukan untuk menyingkapkan kekuatan dan kelemahan perusahaan relatif terhadap pesaing. Perusahaan harus mengidentifikasi atribut-atribut utama yang dihargai pelanggan, menilai tingkat kepentingan kuantitatif dari atribut yang berbeda tersebut, menilai dan mengkaji bagaimana pelanggan dalam segmen tertentu membuat peringkat mengenai kinerja perusahaan dibandingkan pesaing dan memantau nilai pelanggan dari waktu ke waktu. Diferensiasi juga sangat diperlukan dalam merancang perbedaan yang berarti untuk membedakan kita dari pesaing.

Dalam menghadapi persaingan yang ketat ini, CiWalk harus mengetahui dimana posisi perusahaan dan kemudian menentukan beberapa strategi untuk

dapat bertahan dari persaingan tersebut dan melanjutkan usahanya. Oleh karena itu penulis tertarik untuk membahas dan menuangkannya dalam penelitian yang berjudul “Analisis Persaingan dan Usulan Strategi untuk Meningkatkan Kemampuan Bersaing” yang diharapkan dapat membantu CiWalk memecahkan masalah-masalah yang dihadapi.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasi permasalahan mengenai persaingan yaitu:

1. Bagaimanakah CiWalk mengoptimalkan *strengths* (kekuatan) yang dimilikinya dalam menghadapi persaingan?
2. Bagaimanakah CiWalk mengatasi *weaknesses* (kelemahannya) dalam menghadapi persaingan?
3. Bagaimanakah strategi bersaing CiWalk dalam menghadapi persaingan?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah untuk:

1. Menganalisis bagaimana CiWalk mengoptimalkan *strengths* (kekuatan) yang dimilikinya dalam menghadapi persaingan.
2. Menganalisis bagaimana CiWalk mengatasi *weaknesses* (kelemahannya) dalam menghadapi persaingan.

3. Menganalisis bagaimana strategi bersaing CiWalk dalam menghadapi persaingan.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan suatu sumbangan penelitian yang bermanfaat bagi:

1. Perusahaan

Dapat memberikan masukan (*input*) bagi manajemen perusahaan mengenai persaingan yang dihadapi serta strategi bersaing yang dapat diterapkan.

2. Penulis

Dapat digunakan untuk menambah pengetahuan dan memperdalam pemahaman tentang konsep-konsep serta teori-teori mengenai masalah yang diteliti serta bagaimana menerapkan berbagai teori yang telah diberikan di bangku perkuliahan dan memadukannya dengan kenyataan di lapangan.

3. Pihak lain

Diharapkan penelitian ini dapat berguna bagi pihak lain yang ingin melakukan penelitian tentang manajemen pemasaran dan sebagai referensi yang diharapkan, sehingga dapat menambah wawasan pengetahuan dalam memahami dunia pemasaran.

1.5 Lingkup Penelitian

Agar ruang lingkup penelitian lebih terinci dan jelas maka diperlukan asumsi dan batasan. Adapun batasan yang digunakan:

1. Responden yang diamati adalah konsumen yang berada di lokasi CiWalk, Paris van Java dan Istana Plaza.
2. Analisis yang akan dilakukan hanya analisis *strength* dan *weakness* dari CiWalk (internal perusahaan).
3. Tingkat kepuasan konsumen tidak diteliti terlebih lanjut karena dianggap terlalu luas.

1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di CiWalk yang berlokasi di Jalan Cihampelas 160 Bandung. Waktu penelitian adalah dari bulan September sampai dengan bulan Oktober 2006.

1.7 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bagian pendahuluan yang menguraikan secara singkat mengenai gambaran umum dari penelitian ini seperti: latar belakang masalah, identifikasi masalah, perumusan masalah, pembatasan dan asumsi, tujuan penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang teori-teori dan studi literatur yang mendukung dalam penelitian dan pemecahan masalah yang sedang diteliti.

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

Bab ini berisi uraian secara singkat mengenai gambaran umum perusahaan, sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi serta langkah-langkah penelitian secara prosedural mulai dari penentuan topik sampai penarikan kesimpulan dan saran, dengan memuat langkah-langkah mengenai teknik penelitian, pengumpulan data, pengolahan data, dan analisis pengolahan data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi pengolahan data dan pembahasan dari hasil pengolahan data yang telah dilakukan pada bab sebelumnya kemudian dilakukan analisis dengan cara membandingkan antara teori yang ada dengan hasil yang didapat sehingga hasilnya dapat digunakan untuk membantu dalam memecahkan masalah yang dihadapi.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Mengemukakan kesimpulan dari penelitian serta saran -saran yang didapat dengan memecahkan masalah dan saran-saran untuk penelitian selanjutnya.