

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Gambaran Umum Objek Observasi

1.1.1. Sejarah Perusahaan Bali Heaven

The Big Price Cut Group adalah perusahaan yang awalnya bergerak dibidang produk yaitu menjual busana sisa *ekspor* yang dikemas dalam *outlet/factory outlet* besar khusus busana sisa *ekspor*. Pemilik dari *factory outlet* yang berada di dalam manajemen The Big Price Cut group adalah seorang laki-laki, kelahiran Bandung, 22 Februari 1960 bernama Perry Trisianto Tedja yang dimulai bisnisnya sejak berada di bangku kuliah. Dalam perkembangannya, bisnis *factory outlet* atau dikenal dengan sebutan *FO* yang dilakukan pemiliknya sangat berkembang pesat, hal ini membuat pemiliknya berkeinginan untuk mendirikan *outlet-outlet FO* lain dengan konsep yang berbeda.

Bali Heaven merupakan salah satu bisnis *FO* dari manajemen The Big Price Cut Group yang berkonsep budaya Bali yang hadir di Kota Bandung sejak tanggal 22 Desember 2010. Bali Heaven terletak di persimpangan jalan Pasteur-Pasirkaliki, Bandung, yaitu di Jl. HOS Tjokroaminoto 185-189 Bandung. Bali Heaven menempati bangunan bergaya arsitektur dan *interior* Bali diatas tanah seluas 7000 m² yang terdiri dari bangunan *factory outlet, cafe*, serta layanan *spa* dan perawatan kecantikan khas Bali. Setiap akhir pekannya Bali Heaven dapat menampung pengunjung sebanyak 300 s.d. 400 orang.

GAMBAR 1.1.

Tata Letak Bali Hevaen Factory Outlet



Sumber: Data Perusahaan Bali Heaven Bandung

GAMBAR 1.2.

Bangunan Bali Heaven Factory Outlet
Tampak Depan Bali Heaven Factory Outlet



Tampak Samping Bali Heaven Factory Outlet



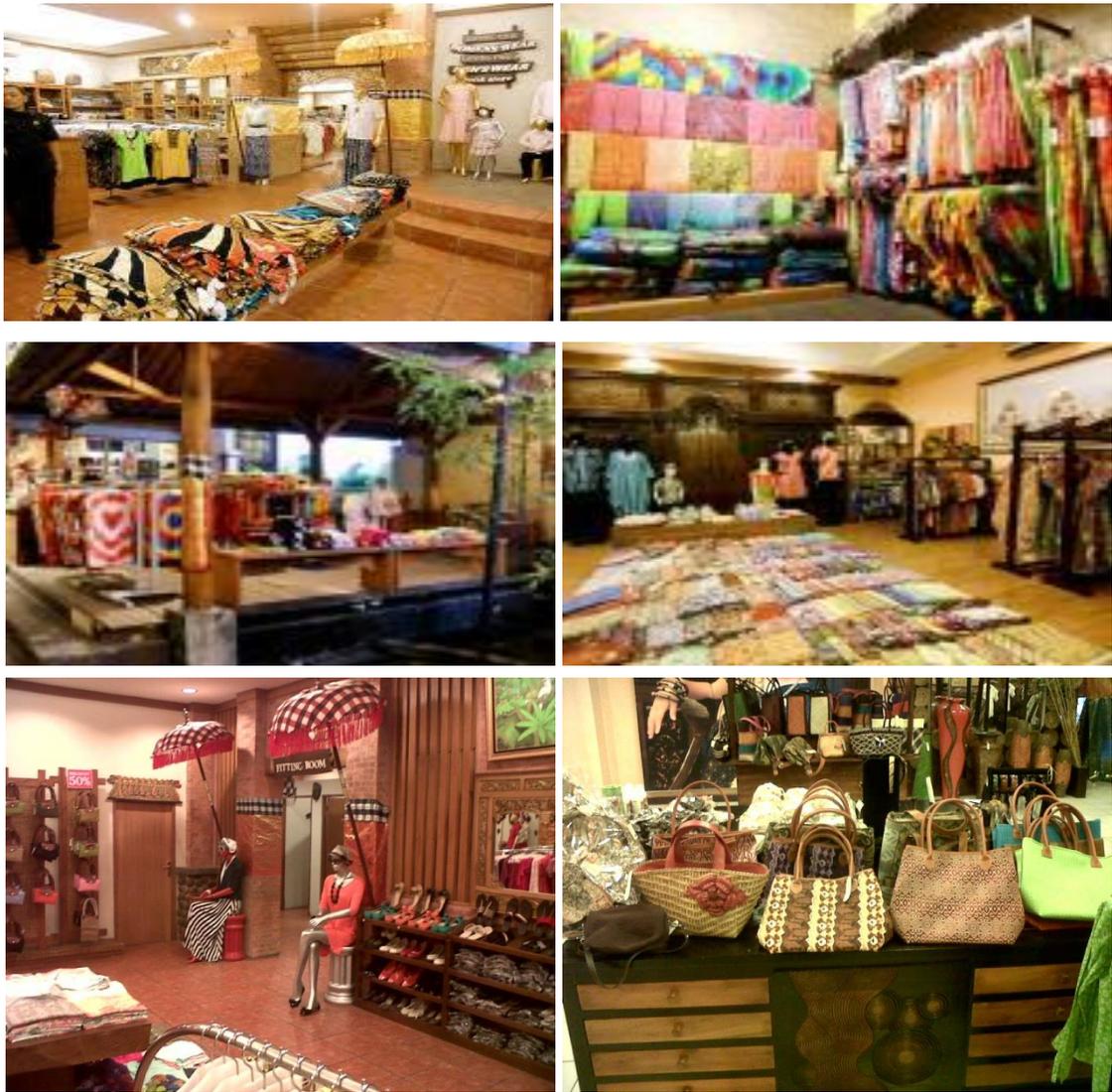
Tampak Dalam Bali Heaven Factory Outlet



Sumber: Data Perusahaan Bali Heaven Factory Outlet Bandung

Interior Bali Heaven seperti payung Bali, kain-kain prada khas Bali, serta patung-patung menghiasi setiap sudut didalam bangunan Bali Heaven. Di bagian tengah, deretan pakaian sisa *ekspor* mempercantik ruangan yang didominasi kayu. Sementara bagi yang ingin membeli pakaian dan kain khas Bali, bisa ke bagian belakang *FO* ini. Di sana ada ruangan khusus yang menjual baju pantai, kain pantai, sandal, setelan baju bali untuk anak-anak, baju *tie dye* dan lainnya.

GAMBAR 1.3.
Produk-Produk Bali Heaven Factory Outlet



Sumber: DokumenPenulis

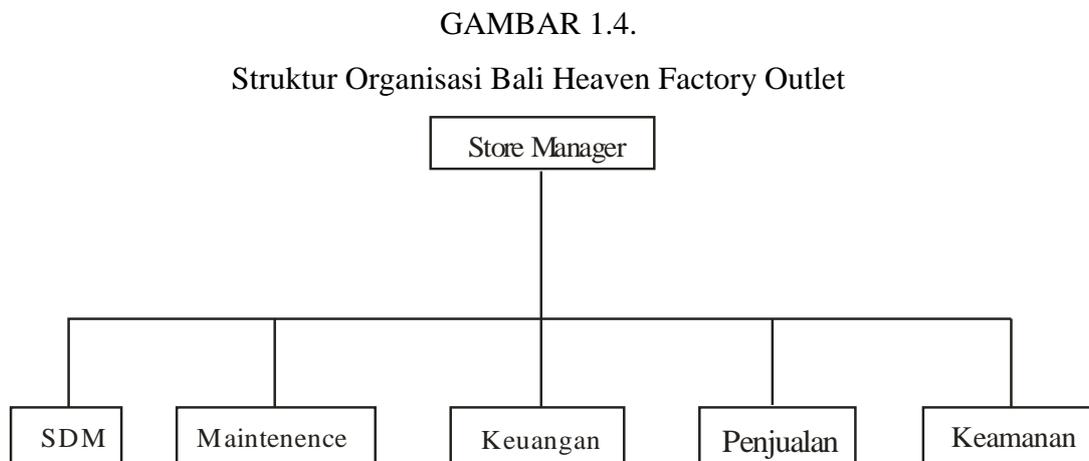
Bali Heaven tidak hanya menawarkan produk sandang, tetapi menyajikan aneka kuliner, kerajinan Bali serta batik khas Bali. Sehingga pengunjung tidak harus jauh-jauh ke Bali untuk mencari sesuatu bernuansa Bali. Selain itu, pada saat-saat tertentu akan ada pertunjukan khas Bali untuk lebih menyemarakkan Bali Heaven.

Jadwal operasional dari Bali Heaven adalah sebagai berikut:

- i. Hari : Senin s.d. Minggu (serta hari libur tertentu)
- ii. Pukul : 09.00 s.d. 21.00 WIB

1.1.2. Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi Bali HeavenFactory Outlet dipimpin oleh *Store Manager* dan empat divisi di bawahnya. Divisi-divisi itu terdiri dari divisi SDM, *Maintenance*, Keuangan, Penjualan dan Keamanan.



Sumber: Data Perusahaan Bali Heaven Factory Outlet

1.2. Latar Belakang

Bercermin dari kinerja perekonomian nasional tahun 2012 dengan ketahanan dan kesinambungan pertumbuhan di tengah perekonomian *global* yang masih belum menentu, maka perekonomian nasional tahun 2013 memiliki potensi besar untuk terus tumbuh dan mencapai *target* makro ekonomi, seperti tingkat pertumbuhan sebesar 6,8% dan tingkat inflasi sebesar 4,9%. Kekuatan pasar domestik dan arus investasi yang semakin meningkat seiring dengan pengakuan *rating investment grade* oleh lembaga pemeringkat internasional, seperti *S&P (Standard and Poor's)*, *Moody* dan *Fitch*, merupakan modal utama pertumbuhan. Prospek Indonesia sebagai negara dengan perekonomian nomor 16 di dunia, nomor empat di Asia setelah China, Jepang dan India, serta terbesar di Asia Tenggara, semakin menjanjikan dengan melimpahnya sumber daya alam, pertumbuhan konsumsi swasta dan iklim investasi yang kondusif. Namun ke depan masih terdapat tantangan besar untuk meningkatkan daya saing (*competitiveness*) yang saat ini Indonesia berada pada peringkat 50 dari 144 negara, khususnya yang berkaitan dengan peningkatan infrastruktur, kesehatan dan pendidikan, efisiensi pasar tenaga kerja, penguasaan teknologi dan inovasi, serta kelembagaan (Chairil Abdini / Hamidi Rahmat, 2013). Dengan melimpahnya sumber daya alam, pertumbuhan konsumsi swasta dan iklim investasi yang kondusif, Sopiah & Syihabudhin (2008:1) *menerangkan tentang berlanjutnya pertumbuhan ekonomi dan meningkatnya rata-rata pendapatan yang dapat dibelanjakan setiap orang akan memperbesar permintaan akan toko ritel yang lebih khusus dan spesifik.*

Menurut Sopiah & Syihabudhin (2008:110) *bisnis ritel merupakan suatu bisnis menjual barang dan jasa pelayanan yang telah diberi nilai tambah untuk memenuhi kebutuhan pribadi, keluarga, atau pengguna akhir lainnya.* Menurut (Sopiah & Syihabudhin, 2008:110) *Penjualan ritel merupakan*

salah satu bidang yang paling menarik dan dinamis dalam perekonomian. Salah satunya tren bisnis ritel menurut Sopiah & Syihabudhin (2008:116) yaitu tumbuhnya Factory Outlet. Arti Factory outlet menurut Sopiah & Syihabudhin (2008:116) adalah perusahaan-perusahaan yang awalnya menjual kelebihan inventory barang dagangan, yakni barang dagangan yang outdate dan barang yang di-reject, atau sering disebut barang sisa ekspor. Adanya integrasi vertical yang dikembangkan tersebut memberikan kemampuan bagi perusahaan untuk mengontrol jaringan distribusi barang dagangannya yang selanjutnya dijual dengan harga yang lebih rendah dibandingkan harga peritel lainnya.

Tumbuhnya *factory outlet* pada saat ini, membuat persaingan *factory outlet* semakin ketat, terutama di Bandung. Bandung adalah salah satu Kota di Indonesia dimana tempat menjamurnya bisnis *factory outlet* dan tempat terlahirnya *factory outlet*. Berdasarkan lampiran 1 dan lampiran 2 dapat dilihat bahwa jumlah *factory outlet* yang tersebar di Bandung sangat banyak. Hal itu membuktikan bahwa bisnis *FO* atau *factory outlet* di Bandung sangat berkembang dan bersaing. Salah satunya bisnis yang ikut bersaing adalah Bali Heaven Factory Outlet.

Semakin ketatnya persaingan bisnis *factory outlet* di Bandung membuat Bali Heaven Factory Outlet mendapatkan tantangan yang sangat besar, maka dari itu, hal tersebut menjadi salah satu pertimbangan bagi Bali Heaven Factory Outlet dalam membuat rancangan perbedaan bisnis dari pesaingnya atau disebut dengan diferensiasi bisnis. Menurut (Sopiah & Syihabudhin, 2008:64) *diferensiasi adalah tindakan merancang serangkaian perbedaan yang berarti untuk membedakan tawaran perusahaan dengan tawaran pesaing.*

Dari masalah tersebut pentingnya pengetahuan tentang diferensiasi bisnis dalam menentukan suatu keputusan Bali Heaven Factory Outlet untuk membuat tindakan perbedaan bisnis dari pesaingnya dengan lebih baik adalah suatu hal yang penting bagi Bali Heaven Factory Outlet untuk menarik dan mempertahankan pelanggan Bali Heaven Factory Outlet, serta dapat memiliki keunggulan bersaing dengan pesaing *factory outlet* yang baru dan bahkan *FO* yang sudah lama.

Oleh karena itu penulis tertarik untuk mengangkat tema tersebut lebih dalam dengan memilih judul : **“Tinjauan Atas Upaya Diferensiasi Yang Dilakukan Bali Heaven Dalam Mencapai Keunggulan Bersaing Pada Tahun 2013”** sebagai judul penelitian Tugas Akhir.

1.3. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan untuk memfokuskan penelitian ini, maka dibuat rumusan masalah. Hal ini dibuat agar penelitian tidak menyimpang dari arah tujuan penelitian, serta dapat diketahui sejauh mana penelitian ini dapat digunakan.

Rumusan masalah tersebut adalah bagaimana upaya-upaya diferensiasi yang dilakukan Bali Heaven untuk mencapai keunggulan bersaing?

1.4. Tujuan Observasi

Penelitian ini dilakukan penulis untuk mengetahui upaya-upaya diferensiasi yang dapat dilakukan Bali Heaven untuk mencapai keunggulan bersaing dan mengetahui pandangan dari konsumen mengenai diferensiasi yang telah dilakukan oleh Bali Heaven.

1.5. Kegunaan Observasi

Penulis berharap penelitian ini memiliki kegunaan yang bermanfaat untuk berbagai pihak di antaranya:

1. Kegunaan Teoritis:

Diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran untuk perkembangan ilmu pengetahuan di bidang ekonomi khususnya manajemen pemasaran.

2. Kegunaan Praktis:

1) Bagi Penulis

Penulis mempunyai keahlian di bidang manajemen pemasaran dalam suatu perusahaan, baik secara teoritis maupun praktek khususnya tentang diferensiasi bisnis.

2) Bagi Perusahaan

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan masukan informasi tentang upaya-upaya yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk mencapai keunggulan bersaing, sehingga diharapkan bermanfaat bagi perusahaan.

3) Bagi Pihak Lain

Penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar studi perbandingan dan referensi bagi peneliti lain dalam bidang yang sejenis.

1.6. Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir

Sistematika penulisan laporan tugas akhir penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bab I (Pendahuluan) berisikan tentang gambaran umum objek observasi, latar belakang objek observasi, rumusan masalah, tujuan observasi dan kegunaan observasi.
2. Bab II (Relevansi Teori dan Pembahasan) mencakup metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Dalam bab ini akan dibahas mengenai kesesuaian antara teori terhadap aktivitas observasi yang dilakukan serta pembahasan hasil observasi sehingga dapat mencapai tujuan yaitu menjawab permasalahan-permasalahan yang diangkat.
3. Bab III (Kesimpulan dan Saran) yang berisi tentang kesimpulan objek observasi dan saran untuk perusahaan dan institusi. Pada bab terakhir dipaparkan kesimpulan dari hasil observasi yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, serta saran-saran yang ingin disampaikan terhadap perusahaan, dan pihak terkait.