Analisis Preferensi Pengunjung dan *Positioning* Pusat Perbelanjaan Modern di Kota Bogor (Studi Kasus: Botani Square, Ekalokasari Plaza, Bogor Trade Mall, dan Pangrango Plaza)

Jono M. Munandar[1], Y.E. Hermawan[2]

[1]Staf Pengajar Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Manajemen IPB
[2]Alumni Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Manajemen IPB

ABSTRACT

The glowing of modern shopping center (MSC) development in Bogor City has caused competition between the promoters of MSC to seized on visitor's heart. It needs more attention of the MSC's promoters to know about the visitor behavior. The purpose of this research is: (1) to identify the step of MSC's visitor decision making in Bogor City, (2) to know about the preference of visitor for the attribute of MSC in Bogor City, (3) to know about the positioning of MSC in Bogor City, for the case study in Botani Square, Ekalokasari Plaza, Bogor Trade Mall and Pangrango Plaza. The data used in this research was in form of primary and secondary data. Data was analyzed by using descriptive analysis, importance performance analysis (IPA), and multidimensional scaling (MDS). The result of the data processing by using multidimensional scaling showed that each of MSC has each characteristic for position in perceptual map. Furthermore, it was found in the perceptual map that there are three MSC which have close position each other; they are Botani Square, Ekalokasari Plaza, and Pangrango Plaza. That close position showed that Botani Square is the direct competitor of Ekalokasari Plaza and Pangrango Plaza. That perceptual map also showed that Ekalokasari Plaza has the best positioning strategy, because it has the most dominant nearness with two dimensions; namely: 1) supporting facility dimension and 2) completeness of tenant variation dimension.

Kata kunci: *Modern Shopping Center, Visitor Decision, Preferences, Positioning.*

PENDAHULUAN

Kehadiran pusat-pusat perbelanjaan modern baru telah menjadi pertanda menggeliatnya sektor perekonomian setelah dihantam krisis multidimensi pada tahun 1997-1998. Pertumbuhan sektor ritel di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir. Namun kondisi tersebut harus diwaspadai dan dicermati oleh para pengembang, khususnya terkait dengan daya beli masyarakat yang belum membaik.

Fenomena maraknya pembangunan pusat perbelanjaan modern telah merambah ke kota satelit di sekitar Jakarta, seperti Kota Bogor. Kota Bogor berupaya untuk semakin menguatkan citranya bukan hanya sebagai tujuan wisata kuliner, tetapi juga sebagai tujuan wisata belanja. Saat ini paling tidak tercatat lebih dari sepuluh pusat perbelanjaan modern telah berdiri di Kota Bogor, belum lagi yang masih dalam proses pembangunan. Hal tersebut menyebabkan munculnya persaingan antarpengembang pusat perbelanjaan modern yang saling berlomba untuk merebut hati pengunjung.

Oleh karena itu, diperlukan perhatian yang lebih dari pihak pengembang pusat perbelanjaan modern untuk mengetahui bagaimana perilaku pengunjungnya, agar mampu menarik pengunjung dalam jumlah besar. Berdasarkan hal tersebut, maka diperlukan penelitian mengenai analisis preferensi pengunjung dan *positioning* pusat perbelanjaan modern di Kota Bogor.

Berdasarkan kondisi perkembangan pusat perbelanjaan modern tersebut, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah perlunya memahami:

1. Bagaimana proses pengambilan keputusan pengunjung pusat perbelanjaan modern di Kota Bogor dilakukan?
2. Bagaimana preferensi pengunjung terhadap atribut pusat perbelanjaan modern di Kota Bogor?
3. Bagaimana *positioning* pusat perbelanjaan modern di Kota Bogor untuk studi kasus Botani Squre, Ekalokasari Plaza, Bogor Trade Mall, dan Pangrango Plaza?

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah: