

BAB I

2. 1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pusat Perbelanjaan sedianya difungsikan sebagai pusat perdagangan seperti halnya pada pasar-pasar tradisional yang menjadi pusat jual beli masyarakat yaitu sebagai pemenuh kebutuhan masyarakat. Akan tetapi pusat perbelanjaan modern lebih mampu menciptakan daya tarik tertentu yang dapat menarik perhatian lebih banyak pengunjung. Makin besar daya tarik yang mampu diciptakan sebuah pusat perbelanjaan, maka makin banyak pula masyarakat atau konsumen yang akan melirik pusat perbelanjaan tersebut. Sebagai tempat yang menyediakan kebutuhan masyarakat, pusat perbelanjaan saat ini juga telah berevolusi ataupun berkembang dan berinovasi menjadi tempat aspirasi dan gaya hidup konsumen, sehingga dapat dikatakan bahwa kini pusat perbelanjaan tidak hanya menjadi tempat pusat konsumsi namun juga menjadi tempat rekreasi yang menarik, menyenangkan, aman, dan nyaman bagi masyarakat untuk sekedar menghilangkan penat. Sesuai perkembangan tersebut, maka tidaklah salah jika para pengunjung memunculkan harapan lebih pada pelayanan yang berkualitas serta fasilitas yang bermutu dan berstandar tinggi untuk sebuah pusat perbelanjaan.

Di era globalisasi sekarang ini kegiatan bisnis khususnya pemasaran semakin meningkat. Banyak perusahaan yang berusaha memenangkan persaingan dengan cara memanfaatkan peluang bisnis yang ada dan berusaha menerapkan strategi pemasaran yang tepat dalam rangka menguasai pasar. Hal tersebut bisa dicapai oleh suatu perusahaan melalui upaya menghasilkan dan menyampaikan barang serta jasa yang diinginkan konsumen, dimana kegiatan tersebut sangat tergantung pada perusahaan atau pedagang dengan bermacam atribut melalui harga, produk, pelayanan umum, lokasi dan perilaku konsumen dalam proses pengambilan keputusan untuk membeli. (Asri, Rani Hapsari Kusuma 2010:23).

Di Kota Padang Pusat perbelanjaan sudah ada sejak tahun 1990-an, dan sampai saat ini sudah puluhan pusat perbelanjaan yang beroperasi di Kota Padang. Perekonomian di Kota Padang juga telah banyak mengalami perkembangan. Hingga tahun 2018 terdapat +/-43 unit pasar modern di Kota Padang yang saat ini beroperasi secara aktif (Disperindagtanben Kota Padang, 2017). Munculnya berbagai jenis pusat perbelanjaan ini dapat meningkatkan kompetisi antara pusat perbelanjaan. Kompetisi berupa untuk

untuk mengetahui kompetisi dalam menarik minat pengunjung untuk melakukan berbelanja di pusat perbelanjaan tersebut. Dalam penelitian ini mengambil studi kasus pada pusat perbelanjaan di Kota Padang, yaitu *Basko Grandmall, Trans Mart Padang dan Plaza Andalas* yang merupakan pusat perbelanjaan regional di Kota Padang. Perkembangan Kota Padang pun dipengaruhi oleh modernisasi yang mengubah karakter ruang kota dan pusat perbelanjaan di Kota Padang juga menjadi tujuan tempat pengunjung dari luar daerah Kota Padang berbelanja maupun berekreasi.

Jika ditinjau pada saat hari libur di pusat perbelanjaan dipenuhi oleh pengunjung yang berasal dari luar daerah Kota Padang, hal ini dikarenakan jangkauan pelayanan Pusat perbelanjaan tersebut mampu melayani masyarakat baik dari dalam kota maupun luar kota Padang. Sehingga jika pengusaha-pengusaha yang hendak mendirikan suatu pusat perbelanjaan hendak mengetahui kondisi persaingan antar pusat perbelanjaan dan persaingan yang terjadi ketika pengunjung (konsumen) memilih satu diantara ketiganya sebagai tempat berbelanja.

Berdasarkan berbagai pemikiran diatas itulah penulis tertarik untuk mengangkat permasalahan perbandingan karakteristik yang berbeda ditiap Pusat Perbelanjaan. Dengan uraian tersebut, dalam penelitian ini penulis memberikan judul "***Preferensi Pengunjung Dari Luar Daerah Terhadap Pusat Perbelanjaan di Kota Padang (Studi Kasus : Basko Grandmall, Transmart dan Plaza Andalas)***".

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana karakteristik pengunjung pusat perbelanjaan?
2. Bagaimana preferensi pengunjung dari luar daerah dalam memilih tempat berbelanja?

1.3. Tujuan dan Sasaran

Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengkaji pilihan pengunjung terhadap daya tarik suatu Pusat perbelanjaan di Kota Padang oleh pengunjung luar daerah. Untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai maka sasaran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengidentifikasi karakteristik pengunjung pada pusat perbelanjaan di Kota Padang
2. Menganalisis Perbandingan Daya Tarik Pusat Perbelanjaan di Kota Padang

3. Mengidentifikasi Preferensi pengunjung luar daerah terhadap Pusat Perbelanjaan.

1.4. Ruang Lingkup

Agar dapat memberikan batasan dalam tahapan studi yang dilakukan maka ditentukan lingkup bahasan, pada lingkup studi ini terdiri dari ruang lingkup wilayah studi dan ruang lingkup materi.

1.4.1. Ruang Lingkup Wilayah

Ruang lingkup wilayah studi dalam penelitian ini yaitu Pusat Perbelanjaan di Kota Padang. Dengan asal tempat tinggal responden dalam penelitian ini adalah dari luar daerah Kota Padang Provinsi Sumatera Barat. Namun tidak termasuk responden yang berasal dari Kota Padang, karena penelitian mencakup pengunjung Pusat Perbelanjaan dari luar daerah Kota Padang.

1.4.2. Ruang Lingkup Substansi

Secara umum, ruang lingkup substansi pada studi ini dilakukan dengan cara deskriptif kualitatif. Dalam studi ini yang ditinjau adalah sikap dan perilaku pengunjung dalam memilih pusat perbelanjaan sebagai tempat berbelanja. Teori preferensi digunakan untuk menganalisis tingkat kepuasan bagi konsumen. Preferensi ini meliputi pilihan dari yang sederhana sampai kompleks, untuk menunjukkan bagaimana seseorang dapat merasakan atau menikmati segala sesuatu yang ia lakukan. Setiap orang tidak bebas untuk melakukan segala sesuatu yang diinginkan karena terkendala oleh waktu, pendapatan dan banyak faktor lain dalam menentukan pilihannya. Kotler (1997).

Adapun Batasan mengenai substansi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian dilakukan di pusat perbelanjaan di Kota Padang, yaitu Basko Grandmall, Transmart dan Plaza Andalas.
2. dimana responden dalam penelitian adalah pengunjung yang berasal dari luar daerah Kota Padang Provinsi Sumatera Barat, kecuali Kota Padang itu sendiri. Karena sebagian pengunjung dari Kota Padang sudah mewakili jawaban dari pengunjung luar Kota Padang dan juga pengunjung yang berasal dari Kota Padang mengunjungi ke pusat perbelanjaan dengan

memiliki kemungkinan tidak memiliki rencana untuk mengunjungi pusat perbelanjaan tersebut.

3. Penelitian yang dilakukan dengan melihat-beberapa variabel seperti; dimana karakteristik pengunjung dan daya tarik pusat perbelanjaan.
4. Data yang diambil mencakup ketersediaan fasilitas-fasilitas dalam pusat perbelanjaan, serta data-data lain yang berpengaruh dalam preferensi pengunjung terhadap pusat perbelanjaan.
5. Pengambilan data dilakukan secara bertahap yakni pengambilan data dilakukan dengan survey lapangan atau meninjau langsung ketersediaan fasilitas-fasilitas ataupun daya tarik yang terdapat di pusat perbelanjaan di Kota Padang antara lain: fasilitas utama, fasilitas penunjang dan fasilitas servis.

Berikut adalah variabel beserta indikator yang akan digunakan dalam penelitian preferensi pengunjung luar daerah terhadap pusat perbelanjaan di Kota Padang akan dijelaskan pada tabel berikut :

Tabel 1. 1

Variabel Preferensi Pengunjung Luar Daerah Terhadap Pusat Perbelanjaan di Kota Padang

Variabel	Variabel Pembentuk	Variabel Penilaian	Indikator
Karakteristik Pengunjung (Data Responden)	Perilaku Pengunjung	Jenis Kelamin	- Laki-laki - Perempuan
		Usia	- ≥ 20 tahun
		Pekerjaan	- PNS - Pengusaha / Swasta - Pelajar / Mahasiswa - Mengurus Rumah Tangga & Pengangguran
		Asal	- Luar Daerah Kota Padang
		Frekuensi Mengunjungi	- ≥ 1 kali dalam se-Tahun
		Kegiatan yang Memotivasi Pengunjung melakukan Perjalanan ke Kota Padang	- Kunjungan Keluarga - Kegiatan Dinas/ Kerja - Tour Rombongan - Rekreasi - lainnya
		Cara Kedatangan	- Keluarga - Rekan Kerja - Pasangan - Sendiri - Teman
Daya Tarik Pusat	Fasilitas Utama	- Produk Beragam - Produk terbaru dan Bermerk	Jenis Barang yang Dijual - Convenience Shop - Demand Store - Impulse Store

Variabel	Variabel Pembentuk	Variabel Penilaian	Indikator
Perbelanjaan		- Harga murah	- Kategori <i>anchor tenant</i> - <i>Anchor tenant</i> atau penyewa utama
	Fasilitas Penunjang	- Tempat Makan yang Beragam - Tempat Bermain / Playground yang Banyak - Ketersediaan Fasilitas	- Bioskop - Gamezone - Karaoke - Foodcourt
	Fasilitas Servis	- Tempat Parkir - Pendingin Ruangan (AC) - Listrik dan Generator - Lift dan Eskalator - Toilet - Masjid / Musholla - Bank atau ATM	Ketersediaan fasilitas servis

Sumber: Hasil Resume, 2019

1.5. Metodologi Penelitian

Berdasarkan tujuan studi yang ingin dicapai, maka secara umum studi ini di bagi menjadi beberapa tahap, yaitu metode pendekatan, metode pengumpulan data, analisis, kesimpulan dan rekomendasi.

1.5.1. Metode Pendekatan

Dalam Penelitian ini ditetapkan beberapa metode pendekatan yang akan dilakukan dan dipergunakan sebagai dasar acuan suatu proses penelitian. Studi ini akan menganalisis data dari hasil survei primer dan survei sekunder sesuai variabel yang sudah ditentukan. Metode penelitian menggunakan metode statistik deskriptif yaitu statistika yang menggunakan metode numerik dan grafik untuk mencari pola dalam suatu kumpulan data, meringkas informasi yang terkandung dalam kumpulan data, dan menghadirkan informasi dalam bentuk yang diinginkan.

1.5.2. Metode Pengumpulan Data

Proses metodologi penelitian meliputi identifikasi kebutuhan data, baik primer maupun sekunder dan teknik analisis data yang digunakan untuk mengolah data mendapatkan hasil sesuai dengan desain penelitian yang telah ditetapkan. Adapun metode yang digunakan adalah :

1. Pengumpulan Data Primer :

Tahap pengumpulan data primer dilakukan dalam bentuk survey lapangan secara langsung untuk melihat kondisi eksisting melalui teknik observasi (pengamatan), kuesioner kepada konsumen pusat perbelanjaan

luar daerah Kota Padang perihal preferensi dalam pemilihan pusat perbelanjaan di Kota Padang.

2. Pengumpulan Data Sekunder

Pengumpulan data sekunder merupakan pengumpulan data-data instansi pemerintah dan tinjauan pustaka yang berhubungan dengan kajian penelitian baik itu data, angka atau peta. Hasil data sekunder ini bisa berasal dari data yang sudah pernah dikumpulkan atau pernah diolah. Adapun data yang dikumpulkan tersebut adalah :

Tabel 1. 2

Kebutuhan Data Penelitian

No	Sasaran	Kebutuhan Data	Jenis Data	Teknik Perolehan Data	Sumber Data
1	Mengidentifikasi Pusat Perbelanjaan di Kota Padang	- Kota Padang dalam Angka 2018	Sekunder	Kompilasi Data	1. BPS Kota Padang 2. Badan Penanaman Modal dan Pelayanan Perizinan Terpadu Kota Padang 3. Disperindag Kota Padang
2	Analisis Perbandingan Daya Tarik Pusat Perbelanjaan di Kota Padang	- Variabel dalam penelitian	Primer	Kuisisioner	Responden (Pengunjung)
3	Mengidentifikasi Preferensi Pengunjung Berdasarkan Karakteristik Pengunjung Terhadap pusat perbelanjaan	- Daya tarik pusat perbelanjaan	Primer Sekunder	Kuisisioner Kompilasi Data	1. Perpustakaan dan internet 2. Pengunjung (Konsumen)

Sumber : Hasil Analisis, 2019

1.5.3. Metode Pengambilan Sampel

Menurut Margono (2004), teknik sampling adalah cara untuk menentukan sampel yang jumlahnya sesuai dengan ukuran sampel yang akan dijadikan sumber data sebenarnya, dengan memperhatikan sifat-sifat dan penyebaran populasi agar diperoleh sampel yang representatif.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *convenience sampling* atau *accidental sampling*, yaitu dalam penelitian bisa saja terjadi diperolehnya sampel yang tidak direncanakan terlebih dahulu, melainkan secara kebetulan, yaitu unit atau subjek tersedia bagi peneliti saat pengumpulan data dilakukan.

Sampel ditentukan berdasarkan pengalaman pengunjung yang sudah pernah mengunjungi ketiga pusat perbelanjaan dan berasal dari luar daerah

Kota Padang melalui kuesioner online yaitu *Google Form* sebanyak 100 kuesioner yang dianggap sudah mewakili jawaban mayoritas pengunjung pusat perbelanjaan yang berasal dari luar daerah. Berikut tabel responden pusat perbelanjaan di Kota Padang berdasarkan asal :

Tabel 1. 3

Responden Luar Daerah pada Pusat Perbelanjaan di Kota Padang

No	Asal	Pusat Perbelanjaan			Jumlah Responden
		Basko Grandmall	Transmart	Plaza Andalas	
1	Bukittinggi	3	10	1	14
2	Payakumbuh	2	1	1	4
3	Padang Panjang	1	3	0	4
4	Kota Solok	2	6	2	10
5	Kab. Solok	1	2	2	5
6	Pesisir Selatan	2	6	4	12
7	Agam	1	3	3	7
8	Tanah Datar	2	2	1	5
9	Sijunjung	2	3	0	5
10	Pariaman	1	5	7	13
11	Padang Pariaman	0	4	1	5
12	Dharmasraya	0	2	3	5
13	Sawahlunto	1	4	1	6
14	Pasaman	1	2	0	3
15	Solok Selatan	0	2	0	2
Total		19	55	26	100

Sumber : Hasil Pengolahan Kuesioner, 2019

Berdasarkan tabel diatas dilihat bahwa responden dalam penelitian ini bahwa dari 100 responden memilih pusat perbelanjaan Basko sebanyak 19 responden, pusat perbelanjaan Transmart sebanyak 55 responden dan pada pusat perbelanjaan Plaza Andalas sebanyak 26 reponden.

1.5.4. Metode Analisis

Metode analisis merupakan suatu cara pengolahan data yang telah didapat melalui survei primer dan sekunder, sehingga dapat ditarik kesimpulan. Dalam melakukan analisis ini menggunakan metode analisis tabulasi silang. Setelah itu dapat dilakukan metode analisis dengan menggunakan statistik deskriptif yang mana menceritakan hasil dari persentase dan mentabelkan dari hasil pernyataan kuesioner responden tersebut yang dilakukan secara deskriptif.

Adapun langkah-langkah yang dilakukan pada tahap analisis dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui karakteristik pengunjung di pusat perbelanjaan di Kota Padang dengan didapatkan dari persentase tertinggi dari kuesioner. Dalam tahap ini juga dilakukan hasil perbandingan antara pusat perbelanjaan Basko Grandmall, Transmart dan Plaza Andalas yang akan dituangkan dalam tabel dibawah :

Tabel 1. 4

Karakteristik Pengunjung di Pusat Perbelanjaan Kota Padang

No	Basko Grandmall			Transmart			Plaza Andalas		
	Karakteristik Pengunjung	Jumlah	%	Karakteristik Pengunjung	Jumlah	%	Karakteristik Pengunjung	Jumlah	%
1									
2									
3									
4									
5									
	Total	19	100	Total	55	100	Total	26	100

Sumber : Hasil Pengolahan Kuesioner, 2019

Setelah dilakukan pengolahan data kuesioner ditabulasikan seperti tabel diatas, maka dilakukan perhitungan persentase tertinggi karakteristik pengunjung pusat perbelanjaan dengan membagi nilai rata-rata jumlah responden berdasarkan karakteristik pengunjung dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Karakteristik Pengunjung } x = \frac{\text{Jumlah Responden Pusat Perbelanjaan } x}{\text{Jumlah Interval Pembagi Karakteristik Pengunjung}}$$

cara menghitung perhitungan masing-masing interval dalam penelitian untuk mengetahui karakteristik pengunjung adalah dengan pembulatan hasil nilai rata-rata. Berikut contoh perhitungan tersebut :

- untuk pusat perbelanjaan Basko Grandmall memiliki karakteristik pengunjung jika jumlah responden > 3,8 adalah karakteristik pengunjung pusat perbelanjaan Basko Grandmal.
 - untuk pusat perbelanjaan Transmart memiliki karakteristik pengunjung jika jumlah responden > 11 adalah karakteristik pengunjung pusat perbelanjaan Transmart
 - untuk pusat perbelanjaan Plaza Andalas memiliki karakteristik pengunjung jika jumlah responden > 5,2 adalah karakteristik pengunjung pusat perbelanjaan Transmart
2. Untuk mengetahui alasan pengunjung luar daerah memilih pusat perbelanjaan di Kota Padang dengan menggunakan analisis tabulasi silang(*crosstab*). Persentase

yang didapat ditabelkan untuk mengetahui dan menarik kesimpulan daya tarik pusat perbelanjaan. Berikut contoh tabel daya tarik pusat perbelanjaan.

Tabel 1. 5

Daya Tarik Pusat Perbelanjaan Berdasarkan Daya tarik Pusat Perbelanjaan

No	Daya Tarik Pusat Perbelanjaan	Karakteristik Pengunjung Pusat Perbelanjaan					
		Jumlah	(%)	Jumlah	(%)	Jumlah	(%)
1	Harga Barang Murah						
2	Barang –barang beragam, terbaru dan bermerek						
3	Tempat Makan Beragam						
4	Tempat Bermain / playground lebih banyak						
5	Ketersedian Bioskop, Gamezone, foodcourt, dan lainnya						
6	Ketersediaan Fasilitas Servis						
Total							

Sumber : Hasil Pengolahan Kuesioner, 2019

Setelah dilakukan pengolahan data kuesioner ditabulasikan seperti tabel diatas, maka dilakukan perhitungan persentase tertinggi daya tarik pusat perbelanjaan dengan membagi nilai rata-rata jumlah responden berdasarkan karakteristik pengunjung dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Daya Tarik Pusat Perbelanjaan x} = \frac{\text{Pilihan Responden Terhadap Daya Tarik Pusat Perbelanjaan x}}{\text{Jumlah pilihan daya tarik pusat perbelanjaan}}$$

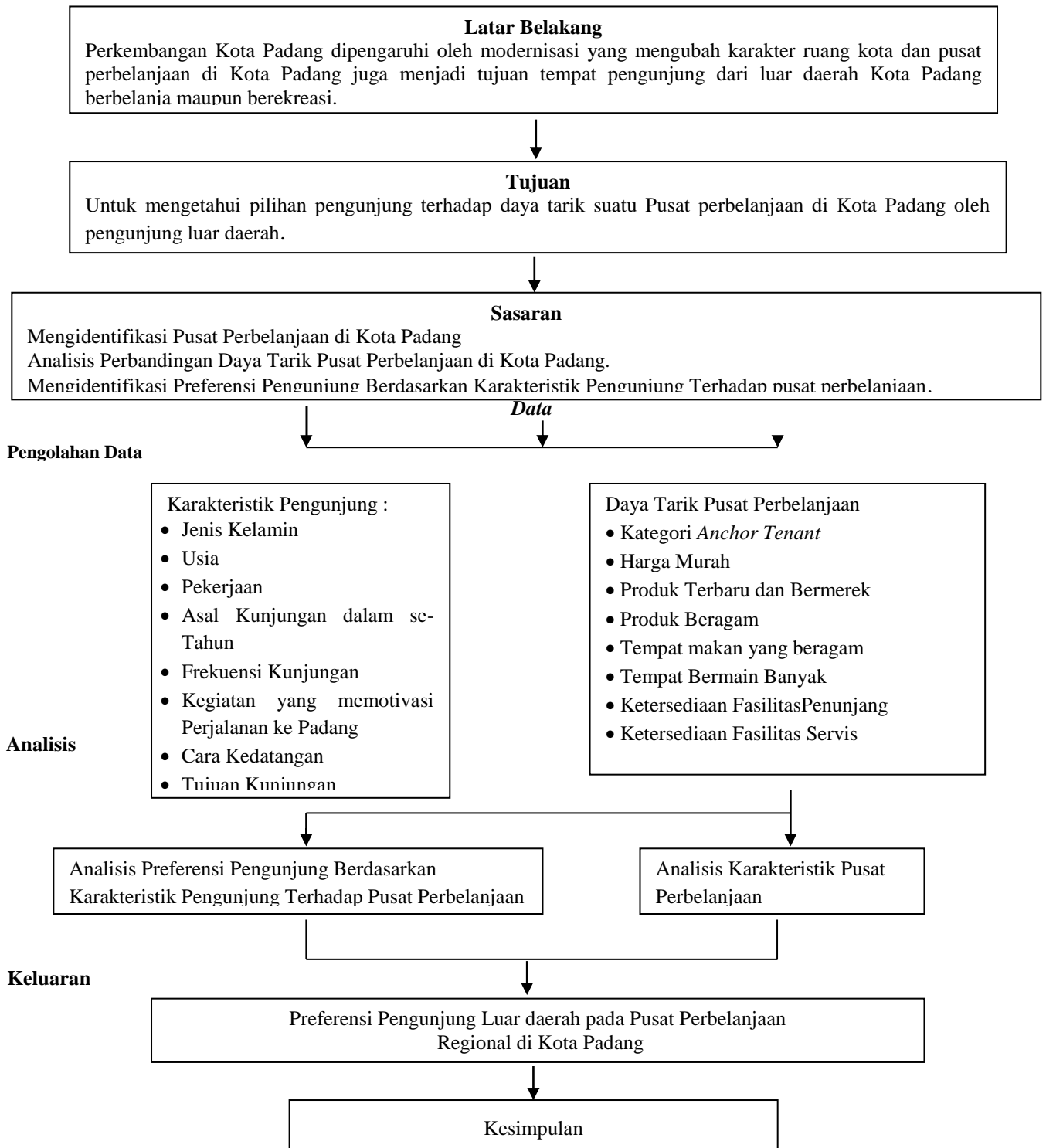
3. Lalu dari hasil analisis tersebut akan menjadi kesimpulan pada penelitian preferensi pengunjung luar daerah terhadap pusat perbelanjaan di Kota Padang.
4. Untuk mengetahui kesimpulan dalam penelitian maka dihubungkan antara karakteristik pengunjung dengan daya tarik pusat perbelanjaan.

1.6. Keluaran

Berdasarkan tujuan dan sasaran yang telah dijelaskan diatas, maka keluaran yang diharapkan dalam penelitian ini dapat membantu pengusaha sebelum membangun pusat perbelanjaan, mengetahui bagaimana karakteristik pusat perbelanjaan yang diminati pengunjung. Juga dapat memberikan alternatif pada pengunjung untuk memilih tempat berbelanja sesuai kebutuhan dan keinginannya.

1.7. Kerangka Berfikir

Gambar 1. 1
Kerangka Berfikir



1.8. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini diuraikan mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah yang akan dikaji, tujuan dan sasaran penelitian, ruang lingkup penelitian (meliputi ruang lingkup wilayah studi dan ruang lingkup substansi), jenis metode yang digunakan dalam penelitian (meliputi metode pendekatan, metode pengumpulan data, metode pengambilan sampel, dan metode analisis), kerangka berpikir sistematika penulisan dan keluaran.

BAB II STUDI LITERATUR

Dalam bab ini diuraikan mengenai teori-teori tentang pusat perbelanjaan, klasifikasi pusat perbelanjaan, perilaku konsumen, dan serta keputusan perilaku konsumen dan juga variabel-variabel yang menentukan indikator untuk dijadikan acuan dalam penelitian. Literatur dijadikan sebagai acuan dalam menganalisis data.

BAB III GAMBARAN UMUM WILAYAH STUDI

Dalam bab ini diuraikan mengenai kajian umum wilayah studi, data dan informasi yang didapat dari hasil survey primer dan survey sekunder (instansi), kemudian dilakukan analisis tabulasi silang untuk mengetahui karakteristik pusat perbelanjaan.

BAB IV ANALISIS DATA

Dalam bab ini menguraikan hasil paparan data yang didapat melalui survey primer, kemudian dilakukan analisis untuk mengetahui karakteristik pusat preferensi pengunjung dari luar daerah terhadap pusat perbelanjaan di Kota Padang, yaitu Basko Grandmall, Trans Mart Padang dan Plaza Andalas.

BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Dalam bab ini akan diuraikan kesimpulan yang dapat ditarik dan rekomendasi atau saran-saran yang dapat penulis berikan untuk kelanjutan penelitian ini.