

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan jaman dan juga tingkat pendidikan masyarakat di Indonesia mengakibatkan perubahan perilaku masyarakat dalam berbelanja. Khususnya di daerah perkotaan, masyarakat cenderung lebih senang untuk berbelanja di pusat-pusat perbelanjaan yang lebih dikenal dengan nama supermarket, mal, dan lain sebagainya daripada untuk belanja di pasar tradisional. Hal ini dikarenakan oleh beberapa faktor seperti : keamanan, kenyamanan, kebersihan, kelengkapan fasilitas, dan tersedianya tempat-tempat hiburan. Selain untuk berbelanja banyak juga masyarakat yang berkunjung ke mal/pusat perbelanjaan hanya untuk sekedar mencari hiburan (*refreshing*) seperti makan, nonton, *hangout*, dan lain sebagainya.

Belakangan ini di daerah perkotaan khususnya kota Bandung semakin banyak pusat perbelanjaan/mal yang berdiri. Tiap pusat perbelanjaan/mal yang berdiri pun mempunyai strategi-strategi tersendiri dalam menarik perhatian masyarakat untuk datang mengunjungi dan juga untuk berbelanja di mal mereka. Masing-masing pusat perbelanjaan/mal memberikan penawaran-penawaran khusus dan juga menerapkan konsep-konsep penataan *layout* mal yang memanjakan para pengunjung sehingga pengunjung merasa terpuaskan. Hal ini mengakibatkan semakin ketatnya persaingan di antara pusat perbelanjaan/mal-mal yang sudah ada untuk menarik pengunjung. Sehingga tiap pusat perbelanjaan/mal dituntut untuk meningkatkan kualitasnya agar dapat tetap bertahan dan bahkan untuk dapat mengungguli para pesaingnya.

Keberhasilan suatu pusat perbelanjaan/mal tidak terlepas dari kinerja pihak manajemen yang mengelola pusat perbelanjaan/mal tersebut. Pihak manajemen harus mempunyai strategi-strategi khusus yang dapat memuaskan pengunjung yang datang, karena pengunjung yang merasa terpuaskan ketika

mengunjungi pusat perbelanjaan/mal tersebut akan menimbulkan keinginan untuk selalu mengunjungi pusat perbelanjaan/mal tersebut. Oleh karena itu perlu diketahui apa yang menjadi persepsi dan harapan dari pengunjung terhadap suatu pusat perbelanjaan sehingga dapat diciptakan strategi-strategi atau hal-hal yang harus diterapkan dalam pengelolaan suatu pusat perbelanjaan/mal dalam upaya menciptakan kepuasan bagi para pengunjung yang datang.

Pada penelitian ini pusat perbelanjaan yang dijadikan objek pengamatan adalah *Paris Van Java-Resort Lifestyle Place*. Pusat perbelanjaan ini didirikan pada tahun 2006 dan terletak di Jl. Karang Tinggal No. 7 Sukajadi. Dilihat dari tahun berdirinya, maka pusat perbelanjaan ini termasuk pusat perbelanjaan yang masih baru di kota Bandung. Dan apabila dilihat dari letaknya *Paris Van Java* mempunyai jarak yang berdekatan dengan mal lain diantaranya : Cihampelas Walk (*Ci Walk*) dan Istana Plaza (IP). Oleh karena itu pihak manajemen *Paris Van Java* harus dapat menerapkan strategi-strategi yang lebih baik dari pusat perbelanjaan/mal lain dalam upaya menciptakan kepuasan bagi para pengunjung yang datang, sehingga masyarakat lebih tertarik untuk mengunjungi *Paris Van Java* daripada pusat perbelanjaan/mal lain.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Secara umum suatu pusat perbelanjaan akan sepi dari pengunjung dan kalah bersaing dengan pusat perbelanjaan/mal yang sejenis disebabkan oleh :

- Banyaknya pusat perbelanjaan/mal yang lebih dulu berdiri dan lebih dapat memuaskan keinginan pengunjung sehingga masyarakat cenderung untuk mengunjungi pusat perbelanjaan/mal tersebut.
- Penyediaan fasilitas layanan-layanan yang berorientasi terhadap pengunjung yang masih kurang diperhatikan sehingga tidak memberikan kepuasan bagi para pengunjung.
- Strategi penataan *layout* pusat perbelanjaan/mal dan desain tata ruang yang masih kurang memberikan kepuasan kepada pengunjung, sehingga

diperlukan strategi yang lebih baik dalam penataan *layout* dan desain tata ruang sehingga pengunjung merasakan pengalaman berbelanja yang berbeda dan lebih menarik.

- Strategi promosi yang dilakukan suatu pusat perbelanjaan/mal tidak efektif dimana promosi yang dilakukan tidak menimbulkan minat dan memicu masyarakat untuk mengunjungi dan berbelanja di pusat perbelanjaan/mal tersebut.
- Hubungan antara pihak manajemen dengan *tenant* (penyewa tempat) yang terjalin kurang baik sehingga antara pihak manajemen dengan *tenant* (penyewa tempat) tidak sejalan dalam mencapai tujuan/target yang ingin dicapai oleh pusat perbelanjaan/mal tersebut.

### 1.3 Pembatasan Masalah

Pada penelitian ini diberikan pembatasan masalah yang bertujuan agar pembahasan tidak terlalu luas sehingga hasil penelitian yang diperoleh dapat lebih terarah. Pembatasan masalah mencakup :

- Penelitian tidak membahas analisis persaingan antara *Paris Van Java-Resort Lifestyle Place* dengan pusat perbelanjaan/mal yang lain.
- Penelitian ini tidak mencakup kepada perjanjian sewa-menyewa gedung antara *tenant* (penyewa tempat) dengan pihak manajemen *Paris Van Java-Resort Lifestyle Place*.

### 1.4 Perumusan Masalah

Adapun perumusan masalah yang dibuat pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana persepsi pengunjung terhadap *Paris Van Java-Resort Lifestyle Place* ?
2. Bagaimana harapan pengunjung terhadap pusat perbelanjaan secara umum?
3. Siapakah yang menjadi target *Paris Van Java-Resort Lifestyle Place* ?
4. Usulan apa yang dapat diberikan agar kepuasan pengunjung yang menjadi target *Paris Van Java-Resort Lifestyle Place* dapat ditingkatkan ?

### 1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dibuat diatas maka dapat dirumuskan tujuan dari penelitian ini yaitu antara lain :

1. Untuk mengetahui persepsi pengunjung terhadap *Paris Van Java-Resort Lifestyle Place*.
2. Dapat mengetahui harapan pengunjung secara umum terhadap *Paris Van Java-Resort Lifestyle Place*.
3. Dapat mengetahui siapa yang menjadi target *Paris Van Java-Resort Lifestyle Place*.
4. Dapat menyimpulkan usulan yang dapat diberikan untuk meningkatkan kepuasasn pengunjung yang menjadi target *Paris Van Java-Resort Lifestyle Place*.

### 1.6 Sistematika Penulisan

Laporan Tugas Akhir ini disusun dalam 6 (enam) bab yang saling berkaitan dan ditulis berdasarkan sistematika sebagai berikut :

#### **BAB 1: PENDAHULUAN**

Berisi gambaran mengenai latar belakang permasalahan, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, penjelasan tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan yang memberikan gambaran umum mengenai penelitian yang dilakukan.

#### **BAB 2: TINJAUAN PUSTAKA**

Berisi konsep-konsep yang dapat dijadikan acuan teoritis dalam menyelesaikan suatu masalah. Tinjauan pustaka ini berisikan definisi dan metode-metode yang digunakan dalam usaha pencarian solusi pemecahan masalah pada penelitian ini.

#### **BAB 3: METODOLOGI PENELITIAN**

Berisi langkah-langkah dalam melakukan penelitian yang digambarkan dalam bentuk *flowchart*, dimulai dari penelitian pendahuluan sampai dengan penulisan Laporan Tugas Akhir.

**BAB 4: PENGUMPULAN DATA**

Berisi data umum perusahaan, data yang didapat dari hasil penyebaran kuesioner, dan data-data lainnya yang akan digunakan dalam melakukan penelitian.

**BAB 5: PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS**

Berisi pengolahan data yang akan dilakukan untuk dapat memecahkan masalah yang terjadi dalam penelitian Tugas Akhir disertai analisis hasil yang telah diperoleh berdasarkan pengolahan data.

**BAB 6: KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisikan kesimpulan hasil penelitian yang diperoleh dengan berpedoman pada analisis yang telah dilakukan. Selain itu, pada tahap ini juga diberikan saran yang bermanfaat bagi mal dalam memenuhi kepuasan pengunjung.