

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pusat perbelanjaan modern yang sangat terkenal disebut dengan shopping mall, karena shopping mall bentuk dari pasar modern atau ritel maka kegunaan shopping mall untuk melakukan transaksi perdagangan karena terjadinya proses jual beli dimana para penjual dapat menjajakan produk jasa, barang serta tenaga kerja bagi orang-orang yang ingin membeli produk tersebut, sistem pembayaran dengan metode sistem barter yaitu antara produk jasa, barang, serta tenaga kerja yang ditukar dengan uang. Bagi para penjual untuk mengganti produk jasa, barang serta tenaga kerja yaitu menggunakan alat pembayaran yang sah seperti uang fiat yaitu uang logam atau uang kertas, dapat juga menggunakan ATM dengan mesin edisi. Kegiatan ini merupakan bagian dari perekonomian.

Berdirinya berbagai pusat perbelanjaan modern juga dikarenakan arus globalisasi yang menyebabkan produk jasa terbagi menjadi beberapa macam produk seperti alat komunikasi, transportasi umum maupun pribadi, berbagai macam bank, perhotelan dan pasar dengan sangat cepat. Dalam bagian pemasaran, efek yang ditimbulkan oleh arus globalisasi sangat luar biasa yaitu ditandai dengan kehadiran teori pemasaran yang mengikuti dari dunia barat atau luar maka dari itu banyak berdirinya pusat perbelanjaan modern di Indonesia yang mempunyai potensi besar untuk

menarik perhatian bagi masyarakat yang gemar belanja. Khususnya di Daerah Istimewa Yogyakarta terdapat beberapa shopping mall yaitu Ambarukmo Plaza, Hartono Mall, Galleria Mall, Mall Malioboro, J-Walk, Lippo Mall, dan berbagai macam supermarket modern seperti Indomaret, Super Indo, Alfamart dan sebagainya.

Konsep dari berdirinya pusat perbelanjaan modern atau shopping mall merupakan sebuah inovasi baru, karena shopping mall bentuk dari evolusi pasar tradisional. Shopping mall memiliki vendor dengan berbagai macam merk atau brand. Pada awalnya shopping mall hanya terdiri dari toko yang menjual barang dagangan yang dapat menarik konsumen, seiring pertumbuhan zaman yang ada shopping mulai menarik konsumen untuk berkunjung dengan berdirinya food court, supermarket, fasilitas hiburan seperti bioskop, game center, serta tempat dengan tenant F&B seperti J.Co, Starbucks, KFC, Mc Donald, Sollaria, Pizza Hut dan masih banyak lagi.

Kehadiran pusat perbelanjaan modern memudahkan pengunjung untuk berbelanja karena sekarang pusat perbelanjaan modern dikemas dengan desain yang memenuhi standar seperti ruangan yang dilengkapi dengan pendingin serta keamanan mendukung dan tidak lagi di suguhi dengan pemandangan yang jorok, becek dan terbayang akan tindak kejahatan seperti pencopetan yang sering terjadi dengan kelebihan yang ditawarkan ini tentu saja menarik perhatian masyarakat untuk berbelanja di pusat perbelanjaan modern.

Masyarakat Yogyakarta mulai hidup dengan gaya modern sesuai perkembangan zaman yang ada, untuk menunjang gaya hidup yang up to date para pengusaha menciptakan barang dan jasa yang mudah didapatkan di pusat perbelanjaan modern. Gaya hidup masyarakat ini juga dipengaruhi karena pendapatan masing-masing individu, model yang up to date, tempat yang nyaman, menyediakan keanekaragaman barang, barang yang dijual lebih terjamin kesehatannya, dan menawarkan berbagai macam cara pembayaran melalui cash atau dengan menggunakan non tunai.

Minat masyarakat Yogyakarta untuk berkunjung di pusat perbelanjaan modern bukan hanya dari kalangan atas saja namun sekarang masyarakat yang memiliki pendapatan standar untuk hidupnya juga dapat berkunjung di pusat perbelanjaan modern. Karena globalisasi mengakibatkan perubahan zaman yang semakin maju sehingga timbulnya sifat *prestige* atau gengsi dari setiap individu sehingga pengunjungnya tidak terbatas usianya dari usia tua, dewasa, remaja dan anak-anak sudah mulai menyukai untuk mengunjungi pusat perbelanjaan modern. Bagi usia sudah tua berkunjung ke mall untuk melihat bagaimana zaman sekarang telah berkembang dan kebanyakan orang yang sudah beranjak tua lebih senang untuk menemani anak dan cucunya. Sedangkan bagi kalangan dewasa dan remaja pusat perbelanjaan dapat dijadikan tempat berkumpul bersama teman-teman, usia dewasa dan remaja sangat mudah tergiur dengan berbagai macam iklan. Untuk usia anak-anak kebanyakan dari

mereka suka berkunjung ke toko buku dan toko mainan serta mereka lebih banyak menghabiskan waktu untuk bermain ditempat hiburan permainan.

Salah satu pasar modern yang ada di Yogyakarta yaitu Ambarukmo Plaza, yang berdiri di Jalan Laksda Adisuipto, Caturtunggal, Depok, Sleman pada tahun 2006. Ambarukmo Plaza merupakan mall besar yang ada di Yogyakarta pertama kali karena mengalahkan mall-mall yang berdiri sebelumnya seperti Ramai Mall, Ramayana, Galleria Mall, Gardena, Jogja Tronik, J-walk dan Mall Malioboro. Barang dan jasa yang ditawarkan di Ambarukmo Plaza sangat menarik bagi kalangan kelas atas. Namun sekarang ini siapa saja bisa masuk Ambarukmo Plaza walau hanya sekedar melihat-lihat saja. Gerai yang ditawarkan di Ambarukmo Plaza merupakan barang-barang dengan merk yang ternama dengan harga yang tinggi. Bukan hanya perabotan pecah belah, makanan ringan, tas, dan toko pakaian yang dengan merk ternama namun tempat makan yang berada di Ambarukmo Plaza juga menawarkan berbagai macam menu yang bervariasi dengan harga yang tinggi juga. Harga barang, jasa dan makanan di Ambarukmo Plaza terbilang tinggi tetapi jumlah pengunjung yang datang tidak sedikit dan selalu ramai dikunjungi khususnya pada hari libur.

Ambarukmo Plaza selalu memberikan strategi yang baik untuk menarik perhatian para konsumen agar banyak yang berkunjung meskipun hanya untuk menghabiskan waktu, karena tenant F&B yang ada di Ambarukmo Plaza cukup banyak diminati konsumen walaupun hanya sekedar untuk berbincang bersama keluarga, saudara, teman, dan rekan

kerja sehingga Ambarukmo Plaza tidak pernah sepi pengunjung. Hal ini diperkuat dengan jumlah data pengunjung Ambarukmo Plaza di Yogyakarta sebagai berikut:

Tabel 1.1
Data Pengunjung Ambarukmo Plaza di Yogyakarta

Ambarukmo Plaza	Jumlah Kunjungan Perhari	
	Rata-Rata	Weekend
2006	20.000	29.000
2007	25.000	33.000
2008	27.000	37.000
2009	35.000	50.000
2010	39.000	60.000
2011	42.500	65.000
2012	47.300	65.500
2013	48.750	65.750
2014	50.000	68.250
2015	50.500	70.755
2016	55.000	72.000

Sumber: Pusat Pelayanan dan Informasi Ambarukmo Plaza, Selasa 19 Desember 2016

Dari data diatas telah diketahui banyaknya masyarakat yang sering berkunjung ke Ambarukmo Plaza pada hari biasa, maupun hari weekend. Berdirinya pusat perbelanjaan modern mengakibatkan perputaran uang hanya bagi kalangan yang memiliki banyak uang atau yang kaya saja.

Karena minat masyarakat Yogyakarta yang sangat tinggi dengan kemunculan mall maka banyak investor yang mulai menanamkan modalnya di Yogyakarta sehingga munculah mall-mall baru seperti Lippo Plaza dan Hartono Mall.

Berdasarkan dari uraian yang ada diatas, maka penulis mengambil tema **“Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Masyarakat Yogyakarta Untuk Berbelanja di Ambarukmo Plaza”**

B. Batasan Masalah

Berdasarkan dengan faktor keterbatasan yang ada dan mengingat banyaknya faktor yang dapat mempengaruhi preferensi masyarakat untuk berbelanja di Ambarukmo Plaza, maka penelitian hanya membahas pada variabel-variabel yang dianggap berpengaruh terhadap preferensi masyarakat untuk berbelanja di Ambarukmo Plaza, yaitu lokasi, harga, produk, jam operasional dan keamanan.

C. Rumusan Masalah

Sehubungan dengan latar belakang yang telah dibahas sebelumnya, maka peneliti menggunakan rumusan masalah yang akan digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh lokasi terhadap preferensi masyarakat untuk belanja di Ambarukmo Plaza
2. Apakah ada pengaruh harga terhadap preferensi masyarakat untuk belanja di Ambarukmo Plaza
3. Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap preferensi masyarakat untuk belanja di Ambarukmo Plaza
4. Apakah ada pengaruh jam kerja terhadap preferensi masyarakat untuk belanja di Ambarukmo Plaza

5. Apakah ada pengaruh fasilitas terhadap preferensi masyarakat untuk belanja di Ambarukmo Plaza

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh antara lokasi terhadap preferensi masyarakat untuk berbelanja di Ambarukmo Plaza.
2. Untuk mengetahui pengaruh antara harga barang terhadap preferensi masyarakat untuk berbelanja di Ambarukmo Plaza.
3. Untuk mengetahui pengaruh antara produk barang terhadap preferensi masyarakat untuk berbelanja di Ambarukmo Plaza.
4. Untuk mengetahui pengaruh antara jam kerja terhadap preferensi masyarakat untuk berbelanja di Ambarukmo Plaza.
5. Untuk mengetahui pengaruh antara fasilitas terhadap preferensi masyarakat untuk berbelanja di Ambarukmo Plaza.

E. Manfaat penelitian

Beberapa manfaat yang diharapkan dari penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan bisa digunakan untuk menerapkan ilmu yang telah diperoleh di bangku studi S-1 di kuliah selama ini, dan semoga peneliti juga dapat menyaring dampak globalisasi yang semakin marak.

2. Bagi Ambarukmo Plaza

Hasil penelitian ini diharapkan agar dapat menjadi bahan evaluasi pihak Ambarukmo Plaza untuk memperhatikan lingkungan sekitar dan memberikan fasilitas yang selalu lebih baik untuk kedepannya.

3. Bagi Pengusaha

Penelitian ini diharapkan dapat membantu para pengusaha di Ambarukmo Plaza untuk dapat mengambil hati para konsumen, meningkatkan pelayanan agar konsumen dapat merasa nyaman dan aman.