

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Kota Cimahi adalah sebuah kota di Provinsi Jawa Barat, Indonesia. Kota ini terletak di tengah Kabupaten Bandung, Kota Bandung dan Kabupaten Bandung Barat. Cimahi dahulu bagian dari Kabupaten Bandung, yang kemudian ditetapkan sebagai kota administratif pada tanggal 29 Januari 1976. Pada tanggal 21 Juni 2001, Cimahi ditetapkan sebagai kota otonom. Kota Cimahi terdiri dari tiga kecamatan, yang dibagi lagi atas lima belas kelurahan.

Cimahi mulai dikenal pada tahun 1811, Gubernur Jendral Willem Daendels membuat jalan Anyer - Panarukan, dengan dibuatnya pos penjagaan (loji) di Alun-alun Cimahi sekarang. Tahun 1874 – 1893, dilaksanakan pembuatan jalan kereta api Bandung - Cianjur sekaligus pembuatan stasiun kereta api Cimahi. Tahun 1886 dimulainya pembangunan pusat pendidikan militer dan fasilitas lainnya (RS Dustira, rumah tahanan militer, dll). Tahun 1935, Cimahi menjadi kecamatan (lampiran staat blad tahun 1935). Tahun 1962 dibentuk setingkat kewedanaan, meliputi 4 kecamatan : Cimahi, Padalarang, Batujajar dan Cipatat. Tahun 1975, ditingkatkan menjadi kota administratif (pp no. 29 tahun 1975), diresmikannya pada tanggal 29 Januari 1976, merupakan Kotip pertama di Jawa Barat dan ketiga di Indonesia. Tahun 2001 ditingkatkan statusnya menjadi kota otonom.

Cimahi telah menunjukkan perkembangan yang pesat, khususnya dibidang pelaksanaan pembangunan dan peningkatan jumlah penduduk, yang pada tahun 1990 berjumlah 290.202 jiwa dan pada tahun 2000 meningkat menjadi 352.005 jiwa dengan pertumbuhan rata-rata 2,12 persen per tahun. Hal ini mengakibatkan bertambahnya beban tugas dan wewenang kerja dalam penyelenggaraan pemerintahan, pelaksanaan pembangunan dan pelayanan kemasyarakatan. Oleh karena itu, sangat diperlukan adanya peningkatan dibidang penyelenggaraan pemerintahan, pelaksanaan pembangunan dan pelayanan kemasyarakatan dalam rangka meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan masyarakat di wilayah Cimahi. Kota Administratif Cimahi, sebagaimana diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 29 tahun 1975 tentang Pembentukan Kota Administratif Cimahi.

Cimahi merupakan daerah yang sedang mengalami perkembangan yang cukup pesat, salah satu perkembangan yang terjadi adalah perkembangan pembangunan letak tata kota, pariwisata dan ekonomi.

Salah satu kegiatan rutin yang dilakukan masyarakat adalah berbelanja, tingkat keinginan berbelanja berbeda-beda tergantung pada keinginan, kebutuhan daya beli konsumen. Tujuan utama berbelanja adalah untuk membeli perlengkapan kebutuhan hidup mau di rumah ataupun diluar rumah, mulai dari sandang, pangan dan papan untuk dipakai pribadi atau dipakai bersama.

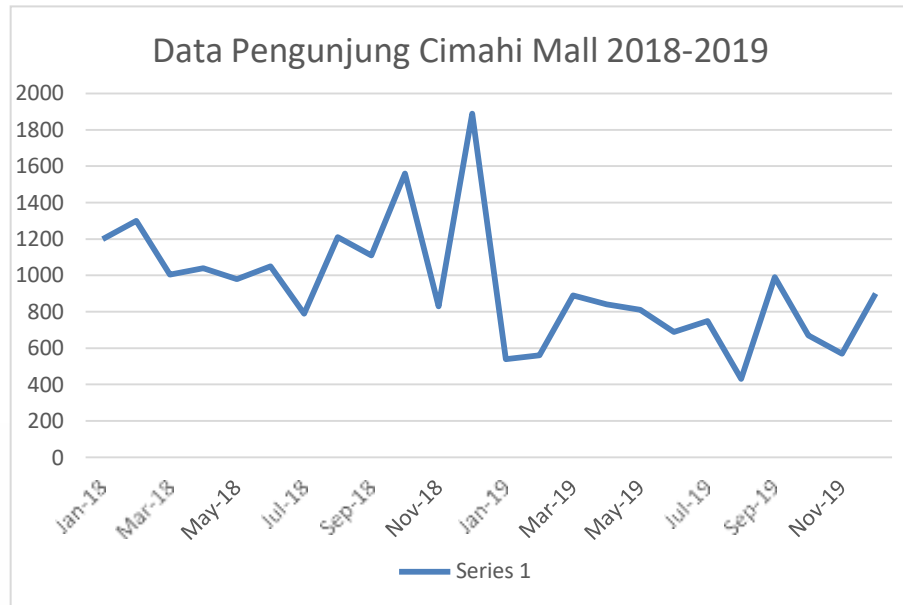
Hal ini menjadi beberapa faktor berdirinya pusat perbelanjaan yang cukup besar di Cimahi, yaitu Cimahi Mall. Cimahi Mall adalah mal pertama yang berdiri di Kota Cimahi. Salah satu arti Mal di dalam KBBI adalah gedung atau kelompok gedung yang berisi macam-macam toko dihubungkan oleh lorong (jalan penghubung). Mall diartikan sebagai suatu area pergerakan (linier) pada suatu area pusat bisnis kota (central city business area) yang lebih diorientasikan bagi pejalan kaki. Berbentuk pedestrian dengan kombinasi plaza dan ruang-ruang interaksional (Rubenstein, 1978). Pusat perbelanjaan ini secara arsitektur berupa bangunan tertutup dengan suhu yang diatur dan memiliki jalur yang teratur sehingga berada di antara antar toko retail kecil maupun besar yang saling berhadapan.

Hal ini juga diperkuat dengan pengertian mal adalah pusat perbelanjaan yang berisikan satu atau beberapa departement store besar sebagai daya tarik dari retail-retail kecil dan rumah makan dengan tipologi bangunan seperti toko yang menghadap ke koridor utama mall atau pedestrian yang merupakan unsur utama dari sebuah pusat perbelanjaan (mall), dengan fungsi sebagai sirkulasi dan sebagai ruang komunal bagi terselenggaranya interaksi antar pengunjung dan pedagang (Maitland, 1987)

Di Kota Cimahi telah berdiri sebuah mal, yaitu Cimahi Mall. Cimahi Mall merupakan salah satu mal terbesar di kawasan Cimahi, Jawa Barat. Berlokasi di Jl. Sriwijaya, mal ini merupakan mal satu-satunya di Kota Cimahi. Cimahi Mall merupakan proyek dari PT Grahamandiri Manajemen Terpadu (GMT) Property Management dan sudah beroperasi sejak tahun 2007. Bangunan mal yang terdiri dari empat lantai ini cukup megah dengan penampilan warna-warni di luarnya, perpaduan warna merah muda, oranye dan biru. Cimahi Mall dapat menjadi tujuan masyarakat daerah Cimahi untuk berekreasi dan berbelanja, mal ini menawarkan konsep tempat hang out untuk keluarga maupun anak muda.

Walaupun Cimahi Mall adalah mal satu-satunya tetapi pengunjung Cimahi Mall mengalami sepi pengunjung. Hal ini dapat dilihat dari data pengunjung Cimahi Mall dari tahun 2017-2019 dan dari hasil penyebaran

kuesioner pra-survey kepada masyarakat dengan jumlah responden sementara enam puluh orang melalui Google Form.



**Gambar 1.1. Data Pengunjung Cimahi Mall 2018-2019**

Sumber : Data Parkir Cimahi Mall

**Tabel 1.1 Kuesioner Pra-Survey**

No.	Pertanyaan	Ya	Tidak
1. K	Apakah anda mengetahui tentang Cimahi Mall?	59	1
2.	Apakah anda pernah berkunjung ke Cimahi Mall?	59	1
3.	Apakah setelah pertama anda berkunjung ke Cimahi Mall, anda berkunjung ulang ke Cimahi Mall?	27	33

Saat ini lokasi menjadi salah satu faktor yang penting bagi para konsumen di dalam memilih tempat untuk mengkonsumsi suatu produk. Fasilitas juga menjadi bahan pertimbangan bagi konsumen sebelum mereka datang atau mengunjungi mal tertentu. Pada saat ini lokasi dan peranan fasilitas menjadi sangat penting karena ada kecenderungan berubahnya motif seseorang untuk berbelanja, dimana kegiatan berbelanja tidak hanya sebagai kegiatan fungsional untuk membeli kebutuhan tetapi sebagai kegiatan mengisi waktu luang, hiburan atau rekreasi.

Lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen (Tjiptono;2015:345). Faktor penting dalam pengembangan suatu usaha adalah letak lokasi terhadap daerah perkotaan, cara pencapaian dan waktu tempuh lokasi ke tujuan. Faktor lokasi yang baik adalah relatif untuk setiap jenis usaha yang berbeda. Suatu gejala akan sangat strategis dan mempunyai nilai guna yang tinggi jika terletak pada lokasi yang menguntungkan.

Menurut Fandy Tjiptono (2006) dalam penelitian Aprih Santoso dan Sri Widowati (2011:183) variabel lokasi lebih memakai indikator berikut :

1. Keterjangkauan lokasi
2. Kelancaran akses menuju lokasi
3. Kedekatan lokasi

Menurut Levi (2007:2213) dalam jurnalnya Tezza Anwar (2007:137), ada beberapa karakteristik dari lokasi yang bisa mempengaruhi penjualan dari suatu toko yaitu :

1. Alur lalu lintas yang melewati lokasi tersebut dan aksesibilitas menuju lokasi tersebut
2. Karakteristik dari lokasi
3. Biaya yang terkait dengan pemilihan lokasi tersebut.

Cimahi Mall memiliki lokasi yang cukup mudah dijangkau dan banyak akses untuk menuju Cimahi Mall selain menggunakan kendaraan pribadi, hal ini dapat dibuktikan dari banyaknya angkutan umum yang jalurnya melalui Cimahi Mall. Berikut daftar angkutan umum yang melalui Cimahi Mall :

**Tabel 1.2 Daftar Angkutan Umum yang Melalui Cimahi Mall**

No	Jalur Angkutan Umum
1	Angkot Cimahi – Padalarang
2	Angkot Cimahi – Batu Jajar
3	Angkot Cimahi – Lw. Panjang
4	Angkot Cimahi – St. Hall
5	Angkot Padalarang – Lw. Panjang
6	Angkot Padalarang – St. Hall
7	Angkot Cibeber – Pasar Antri
8	Angkot Contong – Pasar Antri
9	Angkot Parongpong – Pasar Antri

Di area sekitar Cimahi Mall terdapat beberapa fasilitas umum, salah satunya Alun-Alun Cimahi (1,6 km). Tidak jauh dari mal juga terdapat Pasar Antri, yang merupakan salah satu pasar tradisional tertua di kota ini. Fasilitas olahraga juga bisa ditemukan tidak jauh dari mal ini, seperti Lapangan Rajawali (900 m) dan Kolam Renang Tirta Yudha (1,3 km).

Fasilitas lain di sekitar adalah Pasar Swalayan Transmart – Carrefour Cimahi (1,7 km) dan Yoga Plaza Cimahi (1,9 km). Sedangkan untuk rumah sakit, ada RSUD Cibabat (1,6 km) dan RS Mitra Kasih (2,2 km). Di area mal juga terdapat beberapa sekolah, seperti SDN Cimahi Mandiri 2 (850 m), SMP Negeri 6 Cimahi (800 m), SMA Negeri 2 Cimahi (1 km), dan SMK Karya Bhakti (1,4 km),

Jika ditempuh dari pusat kota Bandung menggunakan kendaraan pribadi, Anda dapat mencapai Cimahi Mall dalam waktu 30 menit (13 km) dengan rute Jalan Baranang Siang – Jalan Jendral Ahmad Yani – Jalan Asia Afrika – Jalan Nasional III. Untuk tiba di Cimahi Mall menggunakan transportasi umum, Anda dapat naik angkot KKU 02 dari Terminal Leuwi Panjang dan turun di Jl. National 3 sebelum berjalan kaki (650 m) ke Cimahi Mall.

Lalu lintas Cimahi Mall juga selalu ramai sampai malam hari, berikut gambar yang membuktikan bahwa lalu lintas Cimahi Mall ramai sampai malam hari :



**Gambar 1.2. Lalu Lintas Cimahi Mall di Malam Hari**

Sumber : Koleksi Pribadi

Selain lokasi, fasilitas juga sangat berpengaruh dalam menentukan minat konsumen untuk berkunjung ke suatu tempat termasuk ke suatu mal. Fasilitas adalah segala sesuatu yang berbentuk benda maupun uang yang dapat memudahkan serta memperlancar pelaksanaan suatu usaha tertentu (Sam:2012). Lebih luas lagi ,menurut Kotler (2014:58) fasilitas adalah segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen.

Fasilitas yang dimiliki oleh Cimahi Mall cukup lengkap termasuk infrastruktur yang dimiliki oleh Cimahi Mall mulai dari eskalator, lift, sampai toilet yang bersih. Cimahi Mall juga memiliki outlet atau gerai yang cukup banyak mulai dari kuliner, fashion, kebutuhan rumah dan kesehatan sampai tempat bermain keluarga dan anak. Berikut tabel daftar beberapa outlet yang buka di Cimahi Mall :

**Tabel 1.3 Daftar Beberapa Outlet Cimahi Mall**

<b>Jenis Outlet atau Gerai</b>	<b>Brand Toko</b>
L  Kuliner	KFC (Kentucky Fried Chicken)
	A&W
	GOKANA Ramen dan Teppan
	BMK (Bakso Malang Karapitan)
	Hoka-Hoka Bento
	Bakmi GM
	Food Court (steak, ayam penyet, bebek, mi ayam, pempek, baso, satai, nasi liwet, dan ramen)
<i>Fashion dan Aksesoris</i>	Buccheri
	Pojok Busana
	Heart Warmer
	Stoberi
Kecantikan dan Kesehatan	Guardian
Rekreasi	Jurassic Garden
	Fun Station
	Time Zone
	Boks Karaoke
	<i>Photo Box</i>
<i>Electronic City</i>	Telesindo Shop
Toko Buku	Tisera Toko Buku

Berdasarkan hasil praobservasi yang dilakukan selama berada di Cimahi Mall dapat terlihat bahwa Cimahi Mall sepi pengunjung.

Hal ini dapat dilihat dari lalu lintas pengunjung yang jarang, dan lapangan parkir yang luas serta tidak pernah padat. Outlet atau gerai yang dimiliki Cimahi Mall pun dapat dikatakan jarang dikunjungi oleh pengunjung Cimahi Mall.

Berdasarkan hasil wawancara singkat dengan responden, kebanyakan pengunjung Cimahi Mall hanya pergi ke Cimahi Mall untuk mencoba pertama kalinya berkunjung dan hanya untuk makan bersama saudara dan kerabat. Hal ini dapat membuat perusahaan-perusahaan yang berada di dalam Cimahi Mall ini belum dapat secara maksimal mencapai target penjualannya.

Saat ini lokasi menjadi salah satu faktor yang penting bagi para konsumen di dalam memilih tempat untuk mengonsumsi suatu produk. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Masita, Siti (2018) yang menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh terhadap minat kunjung ulang

pemustaka di Perpustakaan Aburrasyid Daeng Lurang. Fasilitas juga menjadi bahan pertimbangan bagi konsumen sebelum mereka datang atau mengunjungi mal tertentu, seperti penelitian yang dilakukan oleh Marpaung (2019) berpengaruh langsung dan signifikan baik terhadap minat kunjung ulang wisatawan di Cibodas Kabupaten Cianjur TNGGP, Pangrango.

Pada saat ini lokasi dan peranan fasilitas menjadi sangat penting karena ada kecenderungan berubahnya motif seseorang untuk berbelanja, dimana kegiatan berbelanja tidak hanya sebagai kegiatan fungsional untuk membeli kebutuhan tetapi sebagai kegiatan mengisi waktu luang, hiburan atau rekreasi.

Berdasarkan uraian di atas, terdapat permasalahan kurangnya minat berkunjung dan berkunjung ulang ke Cimahi Mall padahal Cimahi Mall memiliki lokasi yang strategis dan fasilitas yang memadai. Sehingga berdasarkan latar belakang ini, akan dilakukan penelitian dengan topik “Lokasi dan Fasilitas Dalam Menentukan Minat Kunjung Ulang Masyarakat ke Cimahi Mall”.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Cimahi Mall merupakan salah satu mal terbesar di kawasan Cimahi, Jawa Barat. Berlokasi di Jl. Sriwijaya, mal ini menawarkan konsep tempat hang out untuk keluarga maupun anak muda. Cimahi Mall sudah beroperasi sejak tahun 2007. Bangunan mal yang terdiri atas empat lantai ini cukup megah dengan penampilan warna-warni di luarnya, perpaduan warna merah muda, oranye, dan biru. Selain eskalator, di gedung ini juga tersedia fasilitas lift. Dari luar, langsung terlihat bahwa Cimahi Mall memiliki Giant sebagai pasar swalayan. Ini tentulah sangat membantu masyarakat sekitar untuk belanja kebutuhan bulanan mereka. Selain Giant, ada juga apotek Guardian yang tidak hanya menyediakan aneka obat, tapi juga perlengkapan mandi dan produk kecantikan.

Meskipun sudah banyak store dan gerai yang buka di Cimahi Mall dan sudah dapat dibilang telah memenuhi sebagian besar kebutuhan masyarakat tetapi tetap saja Cimahi Mall masih sepi pengunjung.

Lokasi Cimahi Mall yang strategis karena berada di tengah-tengah Kota Cimahi dan dilalui banyak angkutan umum , Cimahi Mall juga adalah mal satu-satunya di Kota Cimahi sehingga tidak memiliki pesaing. Fasilitas Cimahi Mall juga dapat dikatakan lengkap mulai dari fasilitas mall seperti eskalator, lift dan toilet yang bersih sampai gerai dan tenant yang buka juga cukup lengkap.

Hal-hal tersebut dapat dikatakan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat Cimahi tetapi masyarakat Cimahi enggan berkunjung dan berkunjung kembali ke Cimahi Mall. Oleh karena itu penulis tertarik untuk meneliti lokasi dan fasilitas dalam menentukan minat kunjung ulang masyarakat ke Cimahi Mall.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian pendahuluan yang menjadi latar belakang masalah pada penelitian ini dan sudah dikemukakan diatas, maka pokok permasalahan yang dapat dirumuskan pada penilitian ini adalah:

1. Bagaimana tanggapan responden tentang lokasi dari Cimahi Mall?
2. Bagaimana tanggapan responden tentang fasilitas dari Cimahi Mall?
3. Bagaimana minat kunjung ulang masyarakat ke Cimahi Mall?
4. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap minat kunjung ulang masyarakat Cimahi ke Cimahi Mall?
5. Bagaimana pengaruh fasilitas dalam menentukan kunjung ulang masyarakat ke Cimahi mall?
6. Bagaimana pengaruh lokasi dan fasilitas dalam menentukan minat kunjung ulang masyarakat ke Cimahi Mall?

#### **1.4 Pembatasan Masalah**

Penelitian ini dibatasi hanya pada variabel lokasi Cimahi Mall dan fasilitas Cimahi Mall terhadap minat kunjung ulang masyarakat ke Cimahi Mall. Dalam sisi objek penelitian ini juga hanya dibatasi oleh objeknya yaitu Cimahi Mall. Dari sisi waktu penelitian, penelitian ini hanya membatasi waktu penelitian dari Bulan Februari sampai bulan April 2020 dan respondennya hanya masyarakat sekitar Cimahi yang pernah berkunjung ke Cimahi Mall tetapi tidak memiliki minat berkunjung ulang.

#### **1.5 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dalam tugas akhir ini, disusun sebagai berikut:

##### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, pembatasan masalah, serta sistematika penulisan.

##### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi gambaran Cimahi Mall beserta lokasi dan fasilitas.

##### **BAB III TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan tujuan dan manfaat penelitian diteliti oleh peneliti.

##### **BAB IV METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan variabel penelitian, metode pengumpulan data, waktu dan tempat penelitian, dan prosedur analisis data.

##### **BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bagian ini berisi analisis dari hasil pengolahan data dan pembahasan mengenai lokasi dan fasilitas dalam menentukan minat kunjung ulang ke Cimahi Mall.

## BAB VI KESIMPULAN

Pada bab ini berisikan beberapa kesimpulan dari hasil penelitian.

