

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pariwisata di Indonesia sudah menjadi salah satu sektor penting dalam penerimaan devisa negara setelah sektor minyak dan gas bumi. Hal ini dikarenakan Indonesia terkenal dengan banyak kebudayaan dan tempat wisata lainnya. Dari tahun ke tahun Indonesia terus melahirkan tempat wisata-wisata baru dengan keanekaragaman fasilitas yang disediakan. Hal ini sebagai bentuk dari pemenuhan kebutuhan wisatawan yang terus beragam. Pembangunan sektor pariwisata ini pada akhirnya berhasil membawa dan meningkatkan taraf hidup masyarakat ke arah yang lebih baik. Sebagai konsekuensi logis dari kondisi tersebut hampir di semua kota besar di seluruh Indonesia berkembang menjadi pusat perbelanjaan yang menyediakan berbagai kebutuhan baik kebutuhan pokok maupun lainnya. Dan hal ini terus berkembang seiring dengan keinginan wisatawan yang berbeda-beda sehingga pada akhirnya terciptanya karakteristik pusat perbelanjaan yang beragam sesuai dengan daya tariknya masing-masing.

Menurut Timothy (2005) wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati objek dan daya tarik wisata. Belanja artinya kegiatan yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang secara sukarela tanpa ada paksaan untuk membeli segala keperluan yang dibutuhkan. Maka, wisata belanja secara singkat disimpulkan sebagai suatu kegiatan perjalanan yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang bukan sekedar hanya jalan-jalan tetapi sekaligus untuk membeli keperluan dan melihat-lihat serta menikmati daya tarik dari kawasan wisata belanja tersebut. Menurut Ismayanti (2011) Wisata belanja menawarkan belanja sebagai kegiatan utama, ketika mencari kebutuhan yang diinginkan mulai dari belanja barang-barang antik, barang-

barang modern hingga kebutuhan akan buah tangan ciri khas daerah kunjungan wisata yang dapat dibawa ketika meninggalkan objek wisata.

Menurut Japariato dalam Aditya Chrisma (2018) aktivitas berbelanja terjadi ketika adanya kebutuhan konsumen akan barang-barang tertentu, cukup waktu dan uang yang dialokasikan untuk bepergian ke sebuah toko atau pergi berbelanja, atau ketika seorang konsumen membutuhkan perhatian, ingin bersama sahabat-sahabat, keinginan untuk bertemu orang-orang yang mempunyai minat serupa, merasakan kebutuhan untuk berlatih atau mempunyai waktu luang. Dalam penerapannya, secara sekilas belanja terlihat sederhana namun pada kenyataannya terdapat hal-hal tertentu yang harus diperhatikan, terutama yang berkaitan dengan karakteristik barang yang dibutuhkan dan faktor-faktor eksternal di sekitar.

Seiring dengan keinginan wisatawan yang berbeda-beda sehingga pada akhirnya terciptanya karakteristik pusat perbelanjaan yang beragam sesuai dengan daya tariknya masing-masing. Menurut Depok Raya News, di Kota Depok sedikitnya terdapat dua belas pusat perbelanjaan yang semuanya dikategorikan dalam pusat perbelanjaan besar. Pusat perbelanjaan yang terdapat di Jalan Margonda Raya yaitu ada 5, antara lain *International Trade Centre*, Plaza Depok, D'Mall Depok. Depok Town Square dan Margo City. Masing-masing pusat perbelanjaan memiliki karakteristiknya, seperti *International Trade Centre* memiliki karakteristik untuk seseorang yang mencari barang-barang elektronik dan pakaian berharga murah, aksesibilitasnya jika ingin mengunjungi cukup mudah dengan tidak membawa kendaraan pribadi bisa menaiki kereta ataupun angkutan umum dikarenakan lokasinya yang strategis. Selanjutnya D'Mall, pusat perbelanjaan ini terdapat bioskop, restoran dan coffeshop, untuk toko-toko pakaian pusat perbelanjaan ini tidak banyak pilihan. Depok Town Square mempunyai toko-toko baju yang beraneka ragam jadi pengunjung bisa memiliki pilihan memilih baju yang banyak dari pusat perbelanjaan ini juga terdapat bioskop dan food court sehingga bisa mempunyai banyak pilihan untuk makan. Kemudian Margo City memiliki karakteristik untuk pengunjung kalangan atas dikarenakan pusat perbelanjaan ini menyediakan brand-brand ternama, Margo City juga terdapat bioskop,

coffee shop selain itu juga terdapat banyaknya restoran ternama dan food court juga tersedia. Pada penelitian ini hanya melakukan penelitian di 4 pusat perbelanjaan dikarenakan ITC Depok dengan Plaza Depok mempunyai karakteristik yang sama sehingga Plaza Depok tidak diteliti.

Menurut Badan Pusat Statistik, usia produktif dengan rentang usia 15-64 tahun, merupakan usia dimana manusia sudah matang secara fisik dan biologis. Pada usia inilah manusia sedang berada pada puncak aktivitasnya. Aktivitas fisik yang dilakukan cenderung lebih berat daripada usia lainnya, terkadang bisa menimbulkan stress sehingga membutuhkan *refreshing* seperti contoh mengunjungi pusat perbelanjaan.

Menurut Knowles dan Wareing (1980) proses pembuatan keputusan adalah studi tentang bagaimana individu membuat keputusan yang sangat berarti dalam memahami bagaimana pola interaksi keruangan seperti contoh migrasi atau perjalanan untuk belanja. Manusia akan menganggap ringan jarak ke tempat-tempat yang mereka ingin kunjungi dan manusia ingin ke tempat yang tidak mereka ingin kunjungi menganggap berat jarak yang akan ditempuh. Bisa disimpulkan, manusia akan menuju tempat berdasarkan persepsi pribadinya dibandingkan dengan ruang objektif dan merasionalkan pilihan mereka dengan menepikan kenyataan yang ada. Hal ini merupakan penemuan yang menarik dikarenakan membantu mendeksripsikan alasan manusia tidak selalu berperilaku menurut pikiran dan pertimbangan yang logis seperti beberapa model kegiatan ekonomi.

Kecamatan Beji merupakan salah satu Kecamatan yang ada di Kota Depok, Kecamatan Beji mempunyai 6 Kelurahan salah satunya Kelurahan Tanah Baru. Kelurahan Tanah Baru memiliki penduduk yang tinggi yaitu dengan luas 3,48 km² dengan jumlah penduduk 33.315 jiwa. Kelurahan Tanah Baru memiliki jumlah RW 14. Dari data yang didapat dari Ketua RW, dengan salah satu RW yaitu RW 05 yang mempunyai jumlah total penduduk sebanyak 1.950 dengan jumlah usia produktifnya sebanyak 1.120 jiwa.

Penduduk usia produktif adalah bagian dari penduduk Kota Depok yang menjadi konsumen pusat perbelanjaan. Biasanya penduduk usia produktif mengunjungi pusat perbelanjaan yaitu mencari tempat makan, membeli produk

elektronik, mengelilingi pusat perbelanjaan, membeli kebutuhan primer maupun sekunder dan lain sebagainya. Membeli suatu barang dan pemilihan lokasi pusat perbelanjaan termasuk wisata belanja. Maka dari penjelasan di atas, penulis ingin melakukan penelitian mengenai “Karakteristik Pemilihan Pusat Perbelanjaan di Jalan Raya Margonda Pada Usia Produktif RW 05 Kelurahan Tanah Baru Kota Depok.”

1.2 Identifikasi Masalah

Dari penjelasan latar belakang, maka peneliti memberikan indentifikasi masalah yang akan dijadikan sebagai bahan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Apakah faktor usia, pendidikan, dan pekerjaan mempengaruhi penduduk usia produktif di RW 05 Kelurahan Tanah Baru dalam memilih pusat perbelanjaan di Jalan Raya Margonda Kota Depok?
2. Bagaimana karakteristik penduduk usia produktif di RW 05 Kelurahan Tanah Baru dalam memilih pusat perbelanjaan di Jalan Raya Margonda Kota Depok?

1.3 Pembatasan Masalah

Agar Penelitian ini lebih terarah dan tidak melebar, maka penulis memfokuskan penelitian ini hanya meneliti Penduduk usia produktif di RW 05 Kelurahan Tanah Baru dalam memilih pusat perbelanjaan yang terdapat di Jalan Raya Margonda Kota Depok.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah dan pembatasan masalah, rumusan penelitian ini adalah “bagaimana penduduk usia produktif RW 05 di Kelurahan Tanah Baru dalam memilih pusat perbelanjaan di Jalan Raya Margonda Kota Depok?”.

1.5 Kegunaan Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat sebagai berikut:

1. Bagi peneliti menambah wawasan dan pemahaman tentang wisata belanja penduduk usia produktif di RW 05 Kelurahan Tanah Baru dalam memilih pusat perbelanjaan di Jalan Raya Margonda Kota Depok.
2. Bagi pembaca, bisa memberikan kontribusi dalam pengembangan ide kepada para pembaca yang ingin melakukan penelitian terkait wisata belanja masyarakat usia produktif di Kelurahan Tanah Baru dalam memilih pusat perbelanjaan pada penelitian selanjutnya.

