

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Menurut Peraturan Daerah Kota Tangerang No.6 Tahun 2012 Tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Tangerang 2012-2032 Pasal 6, tujuan penataan ruang wilayah Kota Tangerang adalah mewujudkan ruang Kota sebagai pusat pelayanan perdagangan dan jasa, industri, serta pendidikan regional berwawasan lingkungan dan budaya sebagai bagian dari Kawasan Strategis Nasional Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi, Puncak, Cianjur (Jabodetabekpunjur). Sesuai peraturan daerah tersebut, maka Kota Tangerang berpotensi dibangun pusat perbelanjaan sehingga mendukung perwujudan ruang Kota Tangerang sebagai pusat pelayanan dalam bidang perdagangan, jasa dan industri.

Manfaat pembangunan pusat perbelanjaan bagi masyarakat yaitu sebagai wadah dalam memenuhi kebutuhan jasmani dan rohani. Memenuhi kebutuhan jasmani yang dimaksud adalah dapat membeli kebutuhan sandang dan pangan di pusat perbelanjaan. Sedangkan dalam memenuhi kebutuhan rohani dapat mengunjungi tempat hiburan seperti menonton bioskop atau menghabiskan waktu bermain di area permainan di pusat perbelanjaan. Selain itu, dari segi masyarakat sebagai pedagang, pusat perbelanjaan dapat menjadi wadah bagi masyarakat dalam membantu perekonomian dengan cara menyewa toko untuk berjualan di pusat perbelanjaan.

Menurut catatan Asosiasi Pengelola Pusat Belanja Indonesia (APPBI) Banten, hingga kuartal I 2014, terdapat 18 pusat belanja yang beroperasi di Tangerang dari jumlah 30 pusat perbelanjaan di Provinsi Banten (Alexander, 2014). Kota Tangerang terdapat 6 pusat perbelanjaan diantaranya Mall Balékota, Mall @ Alam Sutera, Tangerang City Mall, Metropolis Town Square, Mal Ciplaz Ciledug (Ramayana), CBD Ciledug Family Mall.

Akan tetapi beberapa pusat perbelanjaan tersebut khususnya pusat perbelanjaan di Kota Tangerang mengalami penurunan jumlah pengunjung. Menurut Wali Kota

Tangerang, Arief R Wismansyah beliau mengatakan “Mall di sini banyak yang sepi, malah sudah ada yang tutup karena sepi-punya pengunjung itu. Hanya Tangcity Mall saja yang masih bertahan. Mall Balékota paling hanya dibuat masyarakat untuk nonton bioskop saja” (Panduwinata, 2018).

Sekarang masyarakat jarang pergi ke pusat perbelanjaan dan memilih belanja melalui katalog dan internet untuk menghemat waktu. Lain halnya dengan remaja yang memiliki lebih banyak waktu luang untuk berbelanja serta saat ini memiliki jumlah yang lebih besar saat berbelanja dipusat perbelanjaan dibandingkan kelompok populasi lainnya (Kang, Kim, & Tuan, 1996; Richardson, 1993) dalam Kim et al. (2003). Dimana remaja dalam berbelanja cenderung untuk mendapatkan hiburan terutama dengan menonton film, mendapatkan produk fashion, dan berkumpul bersama teman-teman (Ramlee & Said, 2014). Oleh karena itu penelitian ini mengambil responden dengan usia remaja sebagai populasi penelitian.

Menentukan tempat untuk berbelanja, tempat rekreasi, tempat tinggal dan perjalanan ke tempat kerja merupakan salah satu bentuk perilaku spasial (Aitken & Valentine, 2006). Perilaku spasial adalah hasil dari sumber, diubah oleh persepsi manusia tentang sumber tersebut, dan keterjangkauan atau kemampuan manusia untuk sampai pada sumber tersebut (Abdurachman, 1988). Setiap perilaku spasial manusia berbeda-beda (Hadinugroho, 2002).

Berdasarkan hal tersebut peneliti tertarik untuk menganalisis bagaimana perilaku spasial remaja dalam memilih pusat perbelanjaan di Kota Tangerang. Dengan demikian penelitian ini berjudul “Perilaku Spasial Remaja dalam Memilih Pusat Perbelanjaan di Kota Tangerang”. Penelitian ini dianalisis menggunakan analisis deskriptif dengan pendekatan survei. Sehingga dapat menggambarkan dan menjelaskan perilaku remaja melalui teori perilaku spasial, analisis spasial, perilaku konsumen dan bauran pemasaran. Diharapkan penelitian ini dapat menyelesaikan permasalahan penurunan jumlah pengunjung pusat perbelanjaan di Kota Tangerang sehingga dapat mendukung pengembangan Kota Tangerang sebagai kota industri.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah, maka diidentifikasi masalah dalam penelitian ini yaitu

- 1 Apa saja faktor yang mempengaruhi remaja dalam memilih pusat perbelanjaan di Kota Tangerang?
- 2 Bagaimana perilaku spasial remaja dalam memilih pusat perbelanjaan?

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan uraian yang terdapat pada latar belakang masalah dan identifikasi masalah pembatasan masalah dalam penelitian ini yaitu perilaku spasial remaja dalam memilih pusat perbelanjaan di Kota Tangerang.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan pembatasan masalah tersebut, maka rumusan masalah penelitian ini adalah “Bagaimana perilaku spasial remaja dalam memilih pusat perbelanjaan di Kota Tangerang?”

1.5 Manfaat Masalah

Dengan adanya penelitian ini yang bertujuan menganalisis perilaku remaja dalam memilih pusat perbelanjaan di Kota Tangerang, diharapkan dapat bermanfaat bagi setiap kalangan seperti:

a. Pengelola Pusat Perbelanjaan

Dengan mempelajari penelitian ini diharapkan pengelola pusat perbelanjaan dapat mengetahui bagaimana perilaku spasial remaja dalam memilih pusat perbelanjaan sehingga dapat meningkatkan jumlah pengunjung untuk datang ke pusat perbelanjaan sehingga dapat membantu mewujudkan ruang Kota Tangerang sebagai pusat pelayanan dalam bidang perdagangan dan jasa, industri.

b. Masyarakat

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan pengetahuan terhadap masyarakat terutama pelaku bisnis/usaha dengan mengetahui bagaimana perilaku spasial remaja dalam memilih lokasi berbelanja sehingga dapat meningkatkan jumlah pengunjung. Tidak hanya untuk pelaku bisnis/usaha yang membuka usaha di pusat perbelanjaan tetapi juga ditempat lain seperti pasar tradisional, pasar modern dll.

c. Peneliti Lainnya

Diharapkan dapat menjadi referensi dalam penelitian lainnya.

