

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Keberadaan berbagai pusat perbelanjaan atau dikenal sebagai pasar modern menyebabkan pasar modern sebagai salah satu alternatif konsumen untuk berbelanja. Keunggulan pasar modern dibandingkan pasar tradisional khususnya masalah kebersihan, ketertiban menyebabkan banyak konsumen yang lebih memilih berbelanja di pasar modern dibandingkan pasar tradisional. Berkembangnya jumlah pasar modern di Surabaya menunjukkan sikap masyarakat Surabaya yang responsif terhadap pasar-pasar modern. Jumlah pasar modern di Surabaya sejak tahun 2007 minimal sebanyak 160 tempat, terdiri dari 70 persen minimarket dan 30 persen supermarket termasuk di dalamnya Hypermart *East Coast Center*.

Banyaknya pasar modern di Surabaya menyebabkan adanya persaingan untuk mendapatkan pelanggan. Untuk itu, setiap *retailer* berusaha mendapatkan kunjungan konsumen. Salah satunya dengan melakukan desain internal *retailer* yang menarik dengan sistem swalayan. Selain itu, juga terdapat banyak pasar modern yang bergabung, misalnya Hypermart bergabung dengan pusat perbelanjaan seperti Hypermart di *East Coast Center* Surabaya. Hal ini didasari karena kebiasaan masyarakat metropolis yang sering menjadikan mall (pusat perbelanjaan) sebagai salah satu tempat hiburan. Melalui penempatan Hypermart *East Coast Center* di pusat perbelanjaan ini dimungkinkan mampu menarik pengunjung, khususnya pengunjung mall.

Bahkan terdapat kecenderungan bahwa setiap komunitas penduduk yang didasarkan pada area geografis tertentu seperti dalam batasan area perumahan menginginkan konsep “mandiri” dengan menyediakan berbagai

kebutuhan untuk masyarakat yang berdomisili di lokasi tersebut. Salah satu contoh yang bisa ditemukan adalah adanya toko-toko modern sekelas Indomaret atau Alfamart yang hampir ada di setiap perumahan di kota Surabaya.

Sedangkan untuk kelas-kelas perumahan yang lebih elite stratanya, dilengkapi dengan toko modern pada desain yang lebih besar seperti hypermert. Salah satu contohnya adalah di sekitar perumahan Laguna Pakuwon City, dan di lokasi tersebut berdiri hypermart yang cukup megah. Hypermart ini berdiri tahun 2010 difungsikan untuk memenuhi berbagai kebutuhan warga masyarakat sekitar perumahan Laguna dan masyarakat di lokasi lain yang berdekatan dengan lokasi hypermart.

Meskipun demikian, ketika terdapat kemudahan untuk menemukan beragam toko modern maka konsumen semakin selektif untuk memilih toko modern yang menjadi pilihan untuk dikunjungi. Terdapat banyak pertimbangan untuk menentukan toko modern mana yang akan dipilih. Hasil penelitian Mendes dan Themido (2008:3) mengidentifikasi berbagai faktor yang menjadi pertimbangan konsumen untuk memilih suatu toko modern, dan penelitian ini menyebutkan di antaranya adalah: ukuran toko, konfigurasi toko, serta lokasi toko.

Berdasarkan pada faktor lokasi, keberadaan Hypermart *East Coast Center* ini dekat dengan pemukiman sehingga bisa menarik kunjungan konsumen. Meskipun demikian, semuanya kembali pada konsumen dalam menilai efektifitas lokasi Hypermart *East Coast Center*. Untuk itu, penelitian ini akan mendeskripsikan ukuran toko, konfigurasi toko, dan variabel lokasi sebagai variabel yang dipertimbangkan konsumen dalam mengunjungi Hypermart *East Coast Center* Surabaya.

## 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka rumusan masalah yang di ajukan adalah:

1. Apakah ukuran toko terkait variabel lokasi menjadi pertimbangan konsumen dalam mengunjungi Hypermart *East Coast Center* di Surabaya?
2. Apakah konfigurasi toko terkait variabel lokasi menjadi pertimbangan konsumen dalam mengunjungi Hypermart *East Coast Center* di Surabaya?

## 1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang diinginkan berdasarkan rumusan masalah yang diajukan tersebut adalah:

1. Untuk mengetahui apakah ukuran toko terkait variabel lokasi menjadi pertimbangan konsumen dalam mengunjungi Hypermart *East Coast Center* di Surabaya.
2. Untuk mengetahui apakah konfigurasi toko terkait variabel lokasi menjadi pertimbangan konsumen dalam mengunjungi Hypermart *East Coast Center* di Surabaya

## 1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini berguna untuk berbagai pihak, yaitu:

1. Manfaat teoritis:
  - a. Meningkatkan pengetahuan penulis khususnya dalam memahami strategi untuk memilih lokasi.
  - b. Sebagai referensi penelitian serupa di waktu yang akan datang

## 2. Manfaat teknis:

Sebagai masukan untuk manajemen Hypermart *East Coast Center* dalam mengevaluasi keunggulan dan kelemahan dari pemilihan lokasi.

### **1.5. Sistematika Penulisan**

Penyusunan hasil penelitian ini dalam lima bab yang saling berkaitan, yaitu:

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

Berisi tentang latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan

#### **BAB 2 : TINJAUAN KEPUSTAKAAN**

Tinjauan kepustakaan ini menjelaskan mengenai penelitian terdahulu, kajian teori, kerangka penelitian, dan hipotesis penelitian.

#### **BAB 3 : METODE PENELITIAN**

Berisi tentang desain penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional variabel, jenis dan sumber data, pengukuran data, alat dan metode pengumpulan data, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, dan teknik analisis data

#### **BAB 4 : ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Dalam pembahasan ini akan diuraikan mengenai gambaran umum perusahaan, karakteristik responden penelitian, deskripsi data, uji validitas dan reliabilitas, analisis data pengujian hipotesis penelitian dan pembahasan.

#### **BAB 5 : SIMPULAN DAN SARAN**

Pada bagian ini dijelaskan tentang simpulan yang berdasarkan analisis dari bab-bab sebelumnya dan saran bagi perusahaan.