

BAB I

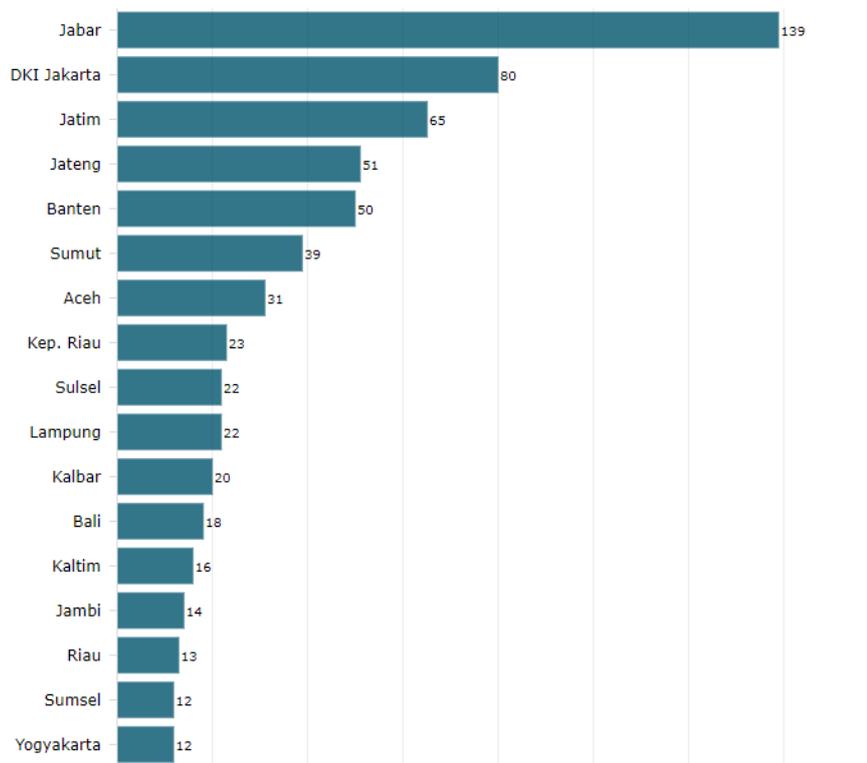
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Laju perekonomian Indonesia saat ini membuat masyarakat memiliki budaya baru seperti budaya urban. Budaya urban saat ini telah melekat erat pada kehidupan masyarakat di kota-kota besar Indonesia. Salah satu budaya urban yang melekat adalah perilaku konsumtif. Menurut Hanum (2017) kondisi konsumsi masyarakat saat ini sudah menjadi masyarakat yang konsumtif, pengertian perilaku yang konsumtif yaitu perilaku seseorang yang suka membelanjakan uangnya dalam jumlah yang besar. Konsumen menggunakan produk atau jasa tidak hanya sebagai pemenuhan kebutuhan, namun juga karena keinginan semata yang belum tentu berguna nantinya. Salah satu pusat perbelanjaan pada budaya urban adalah *shopping mall*.

Eastern Connecticut State University (2009) mendefinisikan *shopping mall* atau pusat perbelanjaan modern sebagai pusat perbelanjaan tertutup yang memiliki pengelolaan terstruktur oleh satu perusahaan yang memiliki variasi toko dan layanan, dikelilingi oleh area parkir, dan terletak di wilayah perkotaan. *Shopping mall* merupakan bentuk dari pasar modern atau ritel yang memiliki fungsi melakukan transaksi perdagangan karena adanya proses jual beli dimana para penjual dapat menjajakan produk jasa, barang serta tenaga kerja bagi orang-orang yang membutuhkan, kegiatan ini merupakan bagian dari perekonomian.

Lembaga survei properti Colliers Internasional menyebutkan bahwa pusat perbelanjaan di Indonesia cenderung mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Pertumbuhan tertinggi tentu dirasakan di Jakarta yang sangat signifikan. Begitu juga di daerah lainnya yang ditampilkan pada data berikut ini:



Gambar 1.1
Data Jumlah Mall di Indonesia

Berdirinya berbagai pusat perbelanjaan modern saat ini dikarenakan arus globalisasi yang menyebabkan produk dan jasa tersebar begitu cepat. Pada kasus pemasaran efek yang ditimbulkan oleh arus globalisasi ditandai dengan kehadiran teori pemasaran yang berasal dari dunia barat, 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 minimarket 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 merek. 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 foodcourt, 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 (Indrianawati, 2015).

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

Minat masyarakat Yogyakarta untuk berkunjung di shopping mall bukan hanya dari kalangan atas saja, namun sekarang masyarakat yang

memiliki tingkat pendapatan standar untuk hidupnya juga dapat berkunjung di shopping mall. Situasi ini terjadi 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 di tempat hiburan permainan.

Salah satu shopping mall yang ada di Yogyakarta yaitu Hartono Mall, yang berada di Jalan Ring Road Utara, Depok, Sleman. Hartono Mall bukanlah shopping mall pertama kali di Yogyakarta, namun perkembangan yang dimiliki oleh Hartono Mall sangat pesat. Barang dan jasa yang ditawarkan di Hartono Mall sangat menarik bagi berbagai kalangan. Saat ini siapa saja bisa masuk berkunjung ke Hartono Mall walau hanya sekedar melihat-lihat saja. Gerai yang ditawarkan di Hartono Mall merupakan barang-barang dengan merek yang ternama dengan harga yang bervariasi. Sebut saja seperti H&M dan Uniqlo, Parkson, dan berbagai merek ternama lainnya. Untuk merek-merek

restoran ternama juga tersedia seperti Paper Lunch, Kimukatsu, Shabu Ghin, Burger King, Starbucks dan sebagainya. Selain restoran ternama ada juga restoran dengan merek lokal dengan harga yang lebih terjangkau di *foodcourt* Hartono Mall.

Foodcourt merupakan salah satu alternatif pilihan tempat makan saat mengunjungi sebuah shopping mall. Foodcourt terkenal lebih murah karena tenant tidak menyewa tempat khusus melainkan berbarengan dengan berbagai macam merek lain. Selain harga yang lebih terjangkau, foodcourt juga memiliki variasi restoran yang menjajikan berbagai macam jenis menu. Meski memiliki banyak keunggulan foodcourt tetap perlu dikelola dengan baik dan mencari tahu faktor yang berdampak pada kepuasan pengunjung foodcourt sehingga tingkat kunjungan terhadap foodcourt terus mengalami peningkatan.

Foodcourt Hartono Mall merupakan salah satu tempat makan favorit dan salah satu daya tarik dari Hartono Mall untuk menarik pengunjung. Meski berada di lokasi teratas, pengunjung bisa memanfaatkan foodcourt setelah berkeliling mengunjungi setiap tenant yang ada di Hartono Mall. Hal ini diperkuat dengan data rata-rata pengunjung Hartono Mall Yogyakarta sebagai berikut:

Tabel 1.1
Data Pengunjung Hartono Mall Yogyakarta 2019

Bulan	Jumlah Kunjungan Per Hari	
	Rata-Rata	Weekend
Januari	30.000	37.000
Februari	32.000	38.000
Maret	32.750	38.500
April	33.000	40.000
Mei	34.850	45.000
Juni	39.000	48.650

Juli	38.500	50.000
Agustus	40.000	60.000
September	35.000	63.000
Oktober	38.750	65.500
November	40.000	65.750
Desember	42.500	68.000
Rata-Rata Total	36.363	51.617

Sumber: Pusat Pelayanan Informasi Hartono Mall Yogyakarta (2020)

Dari data di atas dapat diketahui rata-rata kunjungan Hartono Mall per hari dari waktu ke waktu terus mengalami peningkatan. Begitu juga dengan kunjungan pada *weekend* terus mengalami peningkatan dan jumlahnya lebih besar dari rata-rata hari biasa. Jumlah ini tentu merupakan pencapaian yang luar biasa dan harus terus ditingkatkan dari waktu ke waktu. Kaitannya dengan foodcourt adalah ketika pengunjung Hartono Mall semakin tinggi, maka potensi konsumen yang datang ke foodcourt juga akan semakin tinggi. Sebaliknya, jika pengunjung Hartono Mall menurun, maka peluang foodcourt mendapatkan pengunjung juga akan semakin sedikit.

Seperti yang diketahui sekarang ini, dengan persaingan bisnis yang semakin ketat begitu juga intensitas persaingan pada shopping mall di Yogyakarta. Saat ini banyak bermunculan pusat perbelanjaan yang didirikan oleh para pengusaha untuk membangun mall-mall berskala besar. Kehadiran mall-mall tersebut semakin marak di tengah persaingan bisnis shopping mall yang semakin kompetitif.

Hartono mall yang pertama kali dibuka pada 20 November 2015 memiliki banyak kompetitor baik mall baru maupun mall-mall yang sudah lama berdiri di Yogyakarta. Baik Hartono maupun mall lain masing-masing berlomba untuk merebut 3,8 juta penduduk Yogyakarta. Ini merupakan suatu

tantangan yang berat, karena Yogyakarta terkenal dengan kota dengan biaya hidup masyarakatnya yang rendah, sehingga konsumsi masyarakatnya terhadap shopping mall tidak begitu banyak, namun harus berkompetisi dengan berbagai pesaing lainnya. Untuk tetap bisa bersaing dalam bisnis shopping mall di Yogyakarta perlu adanya riset mengenai apa yang menjadi pertimbangan konsumen mengunjungi mall. Salah satunya yang menjadi hal terpenting dalam shopping mall di Yogyakarta yaitu dapat dijangkau oleh segala lapisan masyarakat Yogyakarta.

Hartono mall menyediakan berbagai macam tenant-tenant yang bervariasi dari mulai kelas atas hingga tenant yang bisa dijangkau oleh kalangan menengah, termasuk foodcourt. Untuk itu foodcourt bisa menjadi objek yang meningkatkan daya tarik Hartono Mall supaya masyarakat Yogyakarta mau berkunjung. Foodcourt harus tetap diperhatikan sehingga apa yang menjadi faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dipertimbangkan oleh pengelola sehingga dapat memperoleh laba yang lebih optimal. Hal tersebut sejalan dengan konsep ekonomi Islam menurut Muhammad (2007) dimana organisasi penjual barang atau kegiatan berbisnis lainnya yang berupaya memperoleh laba. Selain itu, konsep berbisnis dan berdagang dalam Islam merupakan cara memperoleh harta yang paling baik sebagaimana diriwayatkan dalam Hadist sebagai berikut, Ketika Rasulullah ditanya oleh Rafi bin Khudaij: Dari Malik bin Anas r.a.:

قِيلَ يَا رَسُولَ اللَّهِ أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ قَالَ عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ

Artinya: *Wahai Rasulullah, pekerjaan apakah yang paling baik? Rasulullah menjawab “pekerjaan orang dengan tangannya sendiri dan jual beli yang mabrur”* (HARI. Ahmad dan Al Bazzar At Thabrani dari Ibnu Umar).

Jual beli yang bersih berarti sebagian dari kegiatan profesi bisnis. Dalam hal ini jual beli yang bersih adalah jual beli yang adil dimana penjual memberikan nilai sesuai dengan apa yang dibayarkan oleh konsumen. Ketika jual beli antara konsumen dan penjual dirasakan adil tentu akan memberikan kepuasan bagi konsumen.

Beberapa penelitian sebelumnya menjelaskan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Mahardini dan Woyanti (2017) menjelaskan bahwa tingkat pendapatan dan harga berpengaruh pada kebutuhan akan suatu produk, dengan implikasi bahwa harga yang terjangkau oleh pendapatan yang diperoleh individu menjadi faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Hal serupa dijelaskan oleh Susilowati dkk. (2018) bahwa tingkat pendapatan konsumen merupakan faktor yang mempengaruhi kepuasan, hal tersebut dikarenakan pendapatan merupakan sumber material yang diterima konsumen dari pekerjaan yang dilakukannya, dengan pendapatan tersebut konsumen dapat membiayai kegiatan konsumsinya sehingga mereka merasakan puas.

Faktor lain yang diperkirakan berpengaruh terhadap kepuasan adalah harga. Foodcourt memiliki harga yang bervariasi tergantung dengan jenis makanan dan minuman yang dipilih konsumen. Penelitian yang dilakukan oleh Irfan (2018) menjelaskan bahwa harga yang terjangkau dan memiliki nilai sesuai dengan apa yang diberikan menjadikan konsumen puas terhadap produk

yang dikonsumsi. Penelitian yang dilakukan oleh Foster (2016) juga menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan salah satunya dipengaruhi oleh harga. Foster juga menjelaskan bahwa tingkat harga suatu produk atau layanan satu sama lain kadang berbeda berdasarkan karakteristik yang melekat. Harga yang diharapkan untuk suatu produk atau layanan adalah nilai dengan hasil dari layanan yang ditawarkan.

Faktor lain yang berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung foodcourt Hartono Mall adalah fasilitas. Fasilitas merupakan aspek penting yang harus dipertimbangkan, karena dengan adanya fasilitas yang sesuai dengan yang diharapkan pelanggan, maka pelanggan akan merasa puas dengan foodcourt. Baunsele (2018) menjelaskan bahwa ketersediaan fasilitas yang sesuai dengan seharusnya menjadi keputusan untuk berkunjung. Penelitian yang dilakukan oleh Srijani dan Hidayat (2017) juga menjelaskan bahwa kepuasan dipengaruhi oleh adanya fasilitas-fasilitas yang baik, ketika fasilitas yang tersedia dalam kondisi baik maka pelanggan akan semakin merasa puas.

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang yang disampaikan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang pengaruh tingkat pendapatan, harga dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen Foodcourt Hartono Mall Yogyakarta.

B. Batasan Masalah

Banyak persoalan yang dapat diangkat untuk dijadikan penelitian, khususnya berkaitan dengan *foodcourt* di Hartono Mall Yogyakarta. Pada penelitian ini hanya membahas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi

pada kepuasan pengunjung Hartono Mall Yogyakarta pada Agustus 2020. Kepuasan dalam hal ini penting diukur karena berkaitan dengan respons dari konsumen yang telah mengonsumsi produk-produk di *foodcourt* Hartono Mall. Adapun Faktor yang digunakan berkaitan dengan tingkat pendapatan, harga, dan fasilitas.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang penelitian di atas, maka dapat dirumuskan masalah untuk memilih beberapa pokok bahasan masalah yaitu:

1. Bagaimana pengaruh tingkat pendapatan terhadap kepuasan pengunjung *foodcourt* di Hartono Mall Yogyakarta?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan pengunjung *foodcourt* di Hartono Mall Yogyakarta?
3. Bagaimana pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pengunjung *foodcourt* di Hartono Mall Yogyakarta?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk menganalisis pengaruh tingkat pendapatan terhadap kepuasan pengunjung *foodcourt* di Hartono Mall Yogyakarta.
2. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pengunjung *foodcourt* di Hartono Mall Yogyakarta.

3. Untuk menganalisis pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pengunjung *foodcourt* di Hartono Mall Yogyakarta.

E. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian diharapkan dapat berguna bagi pihak-pihak yang berkepentingan, yaitu:

1. Bidang teoritis
 - a. Sebagai bahan masukan terhadap penelitian dengan topik yang sama di waktu yang akan datang.
 - b. Bagi ilmu pengetahuan khususnya bidang ekonomi, penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi secara langsung dalam menjelaskan secara lebih jelas yang berkaitan dengan perilaku konsumsi pada suatu pusat perbelanjaan modern.
2. Bidang praktikan
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi pertimbangan kepada bisnis terkait mengenai kebijakan-kebijakan untuk meningkatkan konsumsi masyarakat di *foodcourt* Hartono Mall Yogyakarta. Adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi mengenai faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan *foodcourt* Hartono Mall Yogyakarta.

