

1.7Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan yang menjadi langkah-langkah dalam proses penyusunan tugas akhir ini selanjutnya yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan uraian dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan sasaran studi, ruang lingkup studi, sistematika penulisan dan kerangka berfikir.

BAB II TINJAUAN TEORI

Bab ini berisikan kajian terhadap beberapa teori dan referensi yang menjadi landasan dalam mendukung studi penelitian ini, diantaranya adalah teori mengenai perdagangan eceran, teori perilaku perdagangan yaitu pengusaha atau produsendan perilaku konsumen yang menjadi dasar pemilihan faktor.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan mengenai metode penelitian, metode pendekatan, dan metode pengumpulan data yang dilakukan dalam studi ini.

BAB IV GAMBARAN UMUM

Bab ini berisikan mengenai gambaran umum yang menjelaskan kondisi wilayah studi.

BAB V ANALISIS

Bab ini berisikan pembahasan dari berbagai hasil pengumpulan data dan analisa mengenai hasil tersebut.

BAB VI KONSEP

Bab ini berisikan mengenai konsep pengembangan pada wilayah studi

BAB VII KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Bab ini berisikan temuan studi berupa kesimpulan dari keseluruhan pembahasan dan saran rekomendasi dari hasil kesimpulan tersebut

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 LatarBelakang

Bagi kebanyakan negara berkembang, sector perdagangan, memegang peranan penting dalam mendukung perekonomian suatu negara. Sektor perdagangan yang berbasis pada industrialisasi memegang peranan kunci karena produk yang dihasilkan diharapkan mampu bersaing dengan produk industry Negara lain dalam pasar global. Kemajuan pembangunan sector industri maupun perdagangan diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi kemajuan pembangunan pertumbuhan ekonomi suatu daerah dan negara¹.

Prestasi pembangunan dapat dinilai dengan berbagai macam cara, baik dengan pendekatan ekonomi maupun dengan pendekatan non ekonomi. Salah satu cara tolak ukur untuk menilai prestasi pembangunan tersebut adalah dengan melihat tingkat pertumbuhan ekonomi daerah pada umumnya, laju pertumbuhan ekonomi suatu daerah ditunjukkan dengan menggunakan tingkat pertumbuhan. Pertumbuhan ekonomi diartikan sebagai kenaikan tanpa memandang apakah kenaikan itu lebih besar atau lebih kecil dari tingkat pertumbuhan penduduk atau apakah perubahan struktur ekonomi terjadi atau tidak. Suatu perekonomian baru dapat dinyatakan

¹Sudaryati. 2002. *Ekonomi Daerah*. Jakarta. hal-12

dalam keadaan berkembang jika pendapatan perkapita menunjukkan kecenderungan jangka panjang yang meningkat².

Stok modal investasi merupakan salah satu factor penting dalam menentukan tingkat pendapatan nasional. Kegiatan investasi memungkinkan suatu masyarakat terus menerus meningkatkan kegiatan ekonomi dan kesempatan kerja, meningkatkan pendapatan nasional maupun daerah dengan taraf kemakmuran³. Salah satunya adalah di Kota Bandung, disana terdapat perdagangan yang bergerak di bidang *Factory Outlet* tepatnya di kawasan *Factory Outlet* Jl .R.E Martadinata di Kelurahan Cihapit, Kecamatan Bandung Wetan yang menjual berbagai kebutuhan pakaian. Dalam perkembangannya saat ini kebutuhan akan pakaian tidak hanya sebagai kebutuhan primer, namun sudah menjadi kebutuhan tersendiri yang terkadang menunjukkan gaya hidup seseorang.

Berbagai model dan desain yang beragam akan selalu muncul dan berkembang setiap waktunya. Seiring dengan meningkat dan berkembangnya kebutuhan akan pakaian. Secara otomatis toko-toko yang menjual pakaianpun berkembang dan berlomba menawarkan berbagai kebutuhan yang diminati oleh konsumen. Studi ini Kajian Rencana Pemindahan *Factory Outlet* Dari Jl. R.E Martadinata Bandung ke Wilayah Gedebage, berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Untuk itu sebelumnya akan dijelaskan apa yang menjadi latar belakang, identifikasi persoalan, dan tujuan dari dilakukannya studi ini.

²Lincoln, Arsyad. 1999. *Hubungan perdagangan internasional*. Jakarta. hal345

³Sukirno. 2000 *Pengembangan perdagangan Indonesia*. Jakarta hal 367

Pada dasarnya pemasaran kota dapat membantu mendorong peran serta masyarakat dan menarik *investor* untuk ikut meningkatkan kesejahteraan daerah. Selain itu karena potensinya untuk mendorong peran serta warga dan *investor* tersebut maka pemasaran kota diharapkan pula dapat mewujudkan impian rencana tata ruang kota⁴. Aktivitas kota diupayakan mampu memenuhi permintaan dari pihak-pihak yang memenuhi kebutuhannya dan mengambil keuntungan dari kota tersebut sesuai dengan fungsi dan perannya (Target Pasar) dalam rangka memaksimalkan visi dan misi kota yang telah direncanakan. Dengan kata lain pemasaran kota ditekankan pada bagaimana kota mampu memfasilitasi kebutuhan target pasar maupun kebutuhan kota sehingga mampu menciptakan daya tarik pihak lain yang ingin menanamkan modal di kota tersebut guna keberlangsungan kota tersebut.

Dalam upaya menarik target pasar diperlukan faktor-faktor pemasaran, yaitu unsur yang diperjual belikan dalam proses pemasaran. Faktor-faktor tersebut merupakan penyebab baik buruknya kualitas fungsi suatu kota. Menurut Philip Kotler faktor pemasaran kota terdiri dari Pemasaran Citra, Pemasaran Daya Tarik, Pemasaran Prasarana dan Pemasaran Penduduk⁵.

⁴Philip; Michael Alan Hamli; Irving Rein & Donald H. Haider. 2002. *Marketing Asian Places: attracting investment, industry and tourism to cities, state and nation*. John Willy & Sons (Asia) Pte Ltd, Singapore, hal 78.

⁵ Ibid

1.2 Perumusan Masalah

Ada beberapa persoalan yang menjadi latar belakang pentingnya dilakukan studi ini, yaitu:

1. Banyak *Factory Outlet* tumbuh pada lokasi yang tidak semestinya
2. Keberadaan *Factory Outlet* menimbulkan dampak fisik seperti pada kemacetan lalu-lintas, perubahan fungsi lahan yang membuat aktivitas ruang gerak perkotaan menjadi tidak efisien
3. Diperlukan *Factory Outlet* alternatif untuk mengatasi masalah *Factory Outlet* di Jl. R.E Martadinata.

1.3 Tujuan dan Sasaran

Tujuan yang ingin dicapai dari penyusunan studi ini adalah mengkaji rencana pengembangan wisata belanja *Factory outlet* yang sesuai dengan kebijakan yang terkait dengan keberadaan *Facory Outlet* di Kota Bandung secara umum dan secara khusus dengan sasaran sebagai berikut :

1. Melakukan penambahan daya tarik unik *Factory Outlet* sebagai Kawasan Wisata Belanja yang ada di Kota Bandung seperti promosi penjualan dan kenyamanan berbelanja.
2. Adanya peningkatan sarana dan prasarana dalam penataan Kawasan belanja *Factory Outlet*.

3. Pemandahan kawasan belanja *Factory Outlet* ke wilayah pengembangan Bandung Timur, yaitu Gedebage.

1.4 Manfaat Studi

Manfaat dari kegiatan studi ini adalah:

1. Memperluas pengetahuan Perencanaan Wilayah dan Kota, dan menambahkan keanekaragaman objek studi dalam konteks pengembangan sektor kegiatan perkotaan
2. Dapat menjadi masukan bagi Pemerintah Kota Bandung dalam mengantisipasi perkembangan *Factory Outlet*
3. Menambah pengetahuan kepada Penulis khususnya, dan masyarakat pada umumnya.

1.5 Ruang Lingkup Materi

Fokus kajian studi ini adalah Kajian Rencana Pemandahan *Factory Outlet* dari Jl. R.E Martadinata Bandung ke Wilayah Gedebage. Secara materi, studi ini akan menekankan pembahasan pada tinjauan karakteristik kegiatan perdagangan *Factory Outlet* yaitu pihak penyedia (*supplier*) dalam hal ini pengusaha *Factory Outlet* dan pihak konsumen atau wisatawan yang mendukung perkembangan *Factory Outlet* di Kota Bandung.

Sesuai dengan tujuan yang telah dipaparkan diatas, maka ruang lingkup materi studi meliputi:

1. Pengkajian terhadap studi-studi atau rencana pengembangan Kawasan Wisata Belanja *Factory Outlet*.
2. Gambaran eksisting dilapangan.
3. Usulan pengembangan Kawasan Wisata Belanja *Factory Outlet*.

1.6 Ruang Lingkup Wilayah Studi

Ruang lingkup wilayah dalam studi ini adalah wilayah administratif Kota Bandung. Tepatnya di kawasan perdagangan *Factory Outlet* di Jl. R.E Martadinata, terletak di Kelurahan Cihapit, Kecamatan Bandung Wetan, dengan luas wilayah Kelurahan Cihapit adalah 110 Ha, dan jumlah penduduk sebesar 5.932 jiwa, dan terbagi atas jumlah penduduk laki-laki sebanyak 2.134 jiwa, dan penduduk perempuan sebanyak 2.422 jiwa. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar I – 1 Peta Orientasi Wilayah Studi, batas-batas wilayahnya sebagai berikut:

- | | |
|-------------------|------------------------|
| ➤ Sebelah utara | : Kelurahan Cihapit |
| ➤ Sebelah Timur | : Kelurahan Taman Sari |
| ➤ Sebelah Selatan | : Kelurahan Citarum |
| ➤ Sebelah Barat | : Sungai Cikapundung |