BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Surabaya sebagai kota metropolitan kedua di Indonesia setelah Jakarta menjadi pusat kegiatan perekonomian di wilayah Jawa Timur. Hal itu menjadikan Surabaya sebagai pusat pendidikan, perdagangan, kebudayaan, hiburan, industri dan sebagainya. Karena itu sudah jarang terlihat ada lahan pertanian, persawahan telah diubah menjadi bangunan-bangunan tinggi seperti perkantoran, perumahan, hotel, tempat wisata, pusat perbelanjaan (mall) dan lain sebagainya. Mall merupakan salah satu tempat yang sering dikunjungi oleh masyarakat, selain menjadi tempat untuk membeli barang-barang kebutuhan sehari-hari tetapi juga bisa sekaligus dijadikan tempat berlibur/rekreasi.

Keberadaan mall atau pusat perbelanjaan yang pada awalnya merupakan tempat jual beli, tetapi kini telah bertambah fungsi menjadi ruang publik dan tempat untuk rekreasi serta relaksasi sekedar jalan-jalan menghabiskan waktu senggang. Masyarakat kota menjadikan mall sebagai salah satu destinasi wisata yang paling sering dikunjungi, tidak hanya saat hari libur tetapi juga di hari aktif banyak orang yang datang untuk berkunjung, ini dikarenakan lokasinya yang berada di perkotaan dan mudah dijangkau dengan berbagai macam kendaraan serta tidak dikenakan tarif untuk memasuki mall.

Selain itu, berbagai fasilitas pendukung disediakan oleh pengembang mall untuk membuat pengunjung merasa nyaman dan mau menghabiskan waktunya di dalam mall, diantara berbagai fasilitas yang dapat dimanfaatkan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

oleh pengunjung untuk mendapatkan kenyamanan disaat berkunjung, misalnya seperti toilet, tempat makan, tempat duduk, dan tentunya tempat beribadah. Fasilitas ibadah yang dimaksudkan disini adalah mushola. Kebanyakan mall yang ada di Indonesia telah memiliki fasilitas mushola, hal ini dikarenakan hampir sebagian besar penduduk Indonesia beragama Islam.

Keberadaan mushola di mall dulunya dianggap tidak menjadikan nilai tambah oleh pengembang. Pengelola mall hanya berfikir keuntungan materi belaka, seperti membangun area parkir yang sangat luas yang mampu menampung ratusan mobil dan motor, sedangkan untuk tempat ibadah seperti mushola hanya disediakan lahan seukuran parkir empat buah mobil. Ukuran tempat yang kecil mengharuskan orang-orang yang akan melakukan shalat untuk antri dan selesai salam tanpa sempat berdoa harus langsung bergantian tempat dengan jamaah lain.[1] Tetapi saat ini anggapan pengembang sudah berbeda, mereka memberikan perhatian terhadap fasilitas ibadah di dalam mall dengan melakukan pembenahan fisik mushola.

Adanya mushola di pusat perbelanjaan menjadi suatu kebutuhan tersendiri bagi umat muslim, karena disitulah tempat untuk melakukan ibadah wajib yang tidak boleh ditinggalkan yakni shalat. Tetapi ada beberapa hal yang sering dikeluhkan pengunjung terhadap fasilitas tersebut, diantaranya penempatannya yang sangat jauh dari area pertokoan, kebanyakan berada di ruang sisa mall seperti di tempat parkir atau lantai bawah tanah. Selain itu ada beberapa tempat ibadah di mall yang kurang mendapatkan perhatian dari pihak

[1] Citizen Journalism, 2007, *Mushola Kecil Nan Menyedihkan Apa Kata Dunia?,* Republika, Jakarta, hal.A2

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pengembang, sehingga mushola jadi tidak terawat seperti ruangan sholat yang kotor dan pengap, toilet tidak berfungsi dengan baik, alat sholat yang bau dan lain sebagainya.

Mushola sebagai tempat ibadah yang difasilitasi oleh mall seharusnya dijaga kebersihannya bukan hanya pihak pengembang yang bertanggung jawab untuk merawat dan membersihkannya, tetapi pengunjung yang melakukan ibadah disana juga harus ikut serta menjaga kebersihan mushola, karena kebersihan adalah sebagian dari iman dan Allah Mencintai Kebersihan, seperti yang terdapat dalam Al-Qur'an Surat At-Taubah ayat 108 :

...وَٱللَّهُ يُحِبُّ ٱلۡمُطَّهِّرِينَ ١٠٨

" Allah menyukai orang-orang yang bersih." [2]

Melihat kenyataan bahwa mayoritas penduduk Indonesia adalah muslim, pengembang mall sadar akan pentingnya fasilitas mushola bagi pengunjung dan mulai memperhatikan keberadaannya. Karena fasilitas mushola digunakan setiap hari dan sudah menjadi kewajiban bagi pengunjung yang muslim untuk melaksanakan shalat. Banyak pembenahan yang dilakukan untuk memaksimallkan fasilitas mushola seperti menjaga kebersihan dan kerapian tempat ibadah dengan menugaskan *cleaning service* serta menambah beberapa fasilitas lainnya, agar pengunjung merasa nyaman berada di mushola maupun di mall.

Grand City Surabaya sebagai salah satu mall terbesar di daerah Surabaya, menjadi salah satu pilihan banyak masyarakat untuk berbelanja,

[2] QS. At-Taubah ayat 108, Al-Qur'an Terjemahan Kementrian Agama Republik Indonesia, 2013

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

rekreasi dan bermain. Tempat ini selalu ramai dikunjungi setiap harinya, terlebih jika saat hari libur. Mall yang yang satu ini banyak dikunjungi oleh masyarakat karena letaknya yang strategis yakni di jalan Walikota Mustajab, Genteng Surabaya.

Berbagai macam keperluan seperti baju, aksesoris, tas, sepatu, kosmetik, elektronik dan keperluan rumah tangga tersedia di Grand City Surabaya, ada juga berbagai makanan dan minuman yang disediakan di bagian *foodcourt* serta wahana bermain *game zone* untuk keluarga. Selain itu juga disediakan berbagai fasilitas yang menunjang masyarakat untuk berlama-lama berada di mall diantaranya toilet dan tempat ibadah (mushola). Keberadaan fasilitas mushola memudahkan pengunjung untuk melaksanakan shalat tanpa harus keluar mall, yang menarik dari mushola ini adalah namanya yakni "Executive Mushola", selain itu mushola juga dijaga kebersihannya agar pengunjung merasa nyaman melaksanakan shalat, rasa nyaman yang dirasakan akan berdampak pada kepuasan pengunjung.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai kepuasan pengunjung ditinjau dari sisi fasilitas mushola yang disediakan mall, adapun judul yang digunakan dalam penelitian ini adalah "Pengaruh Fasilitas Executive Mushola Terhadap Kepuasan Pengunjung Grand City Malll Surabaya"

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan paparan latar belakang diatas, rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini, yakni :

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Adakah pengaruh yang signifikan dari fasilitas ibadah terhadap kepuasan pengunjung mall ?
2. Seberapa besar pengaruh fasilitas ibadah terhadap kepuasan pengunjung mall ?
3. Bagaimana manajemen pengelolaan mushola di Grand City Surabaya?

C. TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan dari fasilitas ibadah terhadap kepuasan pengunjung mall.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh fasilitas ibadah terhadap kepuasan pengunjung mall.
3. Untuk mengetahui bagaimana manajemen pengelolaan mushola di Grand City Surabaya?

D. MANFAAT PENELITIAN

Adapun manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pembaca maupun pihak yang bersangkutan, diantaranya :

1. Bagi tempat penelitian, penelitian ini dapat digunakan untuk membantu mengembangkan berbagai fasilitas di dalam mushola.
2. Bagi pihak akademis, penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan refrensi dan bukti empiris yang diharapkan dapat menambah khazanah pengetahuan.
3. Bagi peneliti, penelitian ini dapat digunakan untuk menambah khazanah keilmuan serta pengalaman dalam menganalisis di bidang kepuasan pengunjung.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

E. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan cara memberi arti atau menspesifikasi kegiatan atau memberi suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut. [3] Devinisi operasional dalam penelitian ini adalah :

1) Fasilitas Ibadah(X)

Fasilitas merupakan sarana maupun prasarana yang penting dalam usaha meningkatkan kepuasan seperti memberi kemudahan, memenuhi kebutuhan dan kenyamanan bagi pengguna jasa.[4] Sedangkan fasilitas ibadah merupakan salah satu fasilitas yang dapat dimanfaatkan oleh konsumen untuk melaksanakan ibadah. Indikator fasilitas menurut Tjiptono diantaranya perencanaan spasial, perencanaan ruangan, perlengkapan/perabotan, tata cahaya, warna, pesan-pesan secara grafis. Fasilitas ibadah yang dimaksud dalam penelitian ini merupakan sarana dan prasarana yang tersedia di tempat ibadah atau mushola dan dimanfaatkan kegunaannya oleh pengunjung mall. Indikator fasilitas penelitian ini diambil berdasarkan teori Tjiptono, yakni:

a) Desain *interior* dan *eksterior*.
b) Kebersihan
c) Perlengkapan

2) Kepuasan pengunjung (Y)

Kepuasan pengunjung adalah perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibanding dengan

[3] Indriantoro dan Supomo, 1999, *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan. Manajemen*, Edisi Pertama, BPFE, Yogyakarta.
[4] Fandi Tjiptono, 2006, *Pemasaran Jasa*, Bayumedia Publising, Mallang, hal. 145

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

harapannya. Indikator kepuasan pengunjung menurut Kotler diantaranya yakni : kinerja (*performance*), harapan (e*xpectations*) dan perbandingan (*comparison*).[5] Adapun dalam penelitian ini yang dimaksud dengan kepuasan pengunjung adalah perasaan senang yang dirasakan konsummen terhadap mall yang telah menyedikan fasilitas tempat ibadah. Kepuasan diukur menggunakan indikator dari teori Kotler, yakni :

a) Konfirmasi harapan pengunjung
b) Minat kunjungan ulang
c) Kesediaan untuk merekomendasikan

F. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

Untuk memberikan gambaran yang cukup jelas tentang penelitian ini maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi mengenai informasi materi serta hal-hal yang berhubungan dengan penelitian ini. Adapun sistematika penelitian tersebut adalah sebagai berikut:[6]

BAB I : Pendahuluan, yakni yang mengemukakan latar belakang masalah penelitian, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, definisi operaional dan sistematika pembahasan.

BAB II : Kajian Teoritik, membahas mengenai penelitian terdahulu yang relevan, kerangka teori, paradigm penelitian serta hipotesis penelitian.

BAB III : Metode Penelitian, menguraikan pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, populasi, sampel, teknik sampling, variabel dan

[5] Philip Kotler, 1997, *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi Kontrol*, jilid satu, Jakarta, Prenhallindo, hal. 36
[6] Buku Pedoman Penulisan Skripsi Jurusan Manajemen Dakwah, 2011.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

indikator penelitian, tahap-tahap penelitian, teknik pengumpulan data, teknik validitas instrumen penelitian serta teknik analisis data yang digunakan.

BAB IV : Hasil Penelitian, menyajikan gambaran umum obyek penelitian, penyajian data, pengujian hipotesis serta analisis data.

BAB V : Penutup, berisi mengenai kesimpulan dari hasil penelitian dan saran-saran serta keterbatasan penelitian.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id