

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pusat perbelanjaan atau yang bisa disebut *shopping* mall merupakan salah satu pusat perbelanjaan yang dirancang dengan konsep modern mengikuti perkembangan zaman. *Shopping* mall merupakan suatu arena yang memiliki arti tempat yang luas dalam suatu bangunan yang terdiri dari berbagai macam toko, baik supermarket, *game online/timezone*, toko buku, toko kaset, toko pakaian, kantin/*cafe* untuk nongkrong, toko ATK (alat tulis kantor), konter-konter elektronik dan didukung pula oleh satu atau lebih *departement store* yang dikelilingi oleh tempat parkir yang luas. (Al-Hamdi,2009: 51)

Fungsi *shopping* mall sendiri masih sama seperti pasar-pasar tradisional yang hadir dipelosok daerah, yaitu tempat bertemunya pedagang dan pembeli untuk melakukan sebuah transaksi jual beli. Yang membedakan hanyalah mall menciptakan daya tarik tertentu guna menggoda perhatian pengunjungnya sebagai pusat perbelanjaan modern. Jauh berbeda dengan pasar tradisional yang hanya seadanya dan terpenting roda perekonomian tetap berputar.

Pusat perbelanjaan juga mengalami perkembangan sejalan dengan kemajuan di bidang teknologi yang cukup pesat. Pusat perbelanjaan saat ini telah berevolusi dari asalnya sebagai pusat konsumsi beralih menjadi aspirasi dan gaya hidup konsumen bukan hanya sebatas tempat untuk melakukan pembelian produk saja.

Akan tetapi telah berubah fungsi menjadi tempat rekreasi yang menarik, menyenangkan, aman, nyaman, dan juga untuk menghilangkan penat ditubuh.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka dapat disusun rumusan masalah yang akan dijadikan pokok pembahasan, yaitu:

1. Bagaimana strategi marketing *communication* Mall Maspion Square Surabaya dalam meningkatkan jumlah pengunjung?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan jumlah pengunjung dan memberikan informasi seperti *tenant* dan *event* yang ada di Mall Maspion Square Surabaya

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi manajemen Mall Maspion Square Surabaya:

Pembuatan *Website* ini dapat memberikan informasi pada Mall Maspion Square Surabaya, serta dapat digunakan secara efisien dan efektif.

2. Bagi Peneliti:

Mengasah dan meningkatkan kemampuan *softskill* di bidang sistem informasi.

3. Bagi Mahasiswa/Peneliti Lanjutan:

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya, terutama bagi mahasiswa NSC Surabaya yang ingin mengadakan penelitian yang relevan dengan pembuatan *website*.