

Konsep One Stop Shopping pada pusat perbelanjaan

Ronald Darmanto, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20245935&lokasi=lokal>

Abstrak

Kota Jakarta sebagai kota terbesar di Indonesia dengan jumlah penduduk yang kurang lebih berjumlah 2 juta jiwa yang menetap dan 6 juta jiwa yang datang dan pergi, menjadi sebuah lahan subur bagi para investor menanamkan modalnya. Hal ini dapat kita lihat dengan bermunculannya bangunan pusat perbelanjaan baru dan kondominium atau apartemen. Bermunculannya pusat-pusat perbelanjaan baru ini membuat para pemodal berpikir bagaimana cara untuk membuat produknya laku terjual dan bagaimana caranya agar pusat perbelanjaannya tidak henti didatangi pengunjung. Salah satu cara yang ditempuh adalah dengan membuat sebuah konsep belanja "One-Stop shopping" dimana para pengunjung tidak perlu repot-repot keliling kota untuk mencari barang yang diinginkan, cukup datang ke sebuah pusat perbelanjaan yang mengusung konsep tersebut dan semua tersedia. apa sebenarnya yang dimaksud dengan konsep "One Stop Shopping"? Tak sedikit konsep "One Stop Shopping" digulirkan oleh sejumlah pengembang. Mengapa konsep ini bisa tumbuh dan berkembang dengan begitu pesat? Siapa yang menjadi sasaran (target market) dari pendirian pusat-pusat perbelanjaan/Shopping Centre dengan konsep "one stop shopping" ini? Fasilitas apa saja yang mendukung pembangunan sebuah pusat perbelanjaan/Shopping Center dengan konsep ini? Di tengah maraknya berbagai jenis pusat perbelanjaan di Indonesia, apakah konsep ini dapat diterapkan di semua jenis pusat perbelanjaan tersebut? Skripsi ini dibuat untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut dengan memaparkan mulai dari pengertian pusat perbelanjaan, jenis-jenisnya, penerapan di Indonesia dan juga pengertian dari konsep "One Stop Shopping", sasarannya, jenis kegiatan di dalamnya, dll.