



## INTISARI

Analisis penelitian dilakukan untuk mengidentifikasi tingkat persaingan pusat perbelanjaan, nilai potensial, analisis kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman, dan faktor-faktor yang mendasari preferensi masyarakat dalam memilih pusat perbelanjaan. Metode yang digunakan yaitu *Huff's Probability Model* untuk menilai kemungkinan kunjungan ke pusat perbelanjaan di Kota Kotamobagu, pendekatan pendapatan (*income approach*) dengan metode kapitalisasi langsung (*direct capitalization method*) digunakan untuk menentukan estimasi nilai potensial dari masing-masing pusat perbelanjaan, *Internal Factor Analysis Summary (IFAS)* dan *External Factor Analysis Summary (EFAS)* digunakan sebagai pendekatan dalam analisis *SWOT*, dan penyebaran kuesioner melalui *google form* yang kemudian di transformasi ke dalam skala Likert dengan tujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mendasari preferensi masyarakat dalam memilih pusat perbelanjaan. Objek dari penelitian ini adalah tiga pusat perbelanjaan di Kota Kotamobagu.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peluang kunjungan dan nilai potensial terbesar dimiliki oleh Paris *Superstore* dengan probabilitas sebesar 66,84%, Dragon *Supermarket* dengan probabilitas sebesar 20,05%, sedangkan peluang kunjungan dan nilai potensial terendah dimiliki oleh Abdi Karya *Supermarket* dengan probabilitas sebesar 13,11%. Berdasarkan analisis *SWOT* dengan menggunakan pendekatan *Internal Factor Analysis (IFAS)* dan *Eksternal Factor Analysis (EFAS)*, pusat perbelanjaan di Kota Kotamobagu berada pada kuadran I, karena memiliki kekuatan dan peluang yang lebih dominan. Strategi yang harus diterapkan oleh pusat perbelanjaan dalam kondisi ini adalah strategi *growth*. Selain itu, urutan faktor yang dipertimbangkan masyarakat dalam memilih pusat perbelanjaan yaitu faktor kualitas produk, harga, variasi, pelayanan, promo/*discount*, pengalaman berbelanja, reputasi pusat perbelanjaan, lokasi, dan fasilitas.

Kata kunci: wilayah cakupan, pusat perbelanjaan, *Huff's Probability Model*, nilai potensi, *SWOT*, *EFAS* & *IFAS*



## ABSTRACT

This catchment area analysis was conducted to identify the level of competition of shopping centers in Kotamobagu City, potential value, analysis of strengths, weaknesses, opportunities and threats, and factors underlying public preferences in choosing shopping centers. The method used is the Huff's Probability Model to assess the possibility of visits to shopping centers in Kotamobagu City, the income approach with the direct capitalization method is used to determine the estimated potential value of each shopping center, Internal Factor Analysis Summary (IFAS) and External Factor Analysis Summary (EFAS) are used as approaches in SWOT analysis, and the distribution of questionnaires via google form which is then transformed into a Likert scale with the aim of determining the factors underlying public preferences in choosing shopping centers. The objects of this study are three shopping centers in Kotamobagu City.

The results of this study indicate that the greatest visit opportunity and potential value are owned by Paris Superstore with a probability of 66.84%, Dragon Supermarket with a probability of 20.05%, while the lowest visit opportunity and potential value are owned by Abdi Karya Supermarket with a probability of 13.11%. Based on the SWOT analysis using the Internal Factor Analysis (IFAS) and External Factor Analysis (EFAS) approaches, shopping centers in Kotamobagu City are in quadrant I, because they have more dominant strengths and opportunities. The strategy that must be implemented by shopping centers in this condition is a growth strategy. In addition, the order of factors that people consider in choosing a shopping center is the product quality factor, price, variety, service, promo/discount, shopping experience, shopping center reputation, location, and facilities.

**Keywords:** catchment area, shopping center, Huff's Probability Model, potential value, SWOT, EFAS & IFAS