

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan Kota Malang pada saat ini menunjukkan peningkatan yang signifikan terlihat dari jumlah penduduk Kota Malang yang semakin meningkat, hal ini dapat membawa berbagai perubahan bagi sebuah kota, antara lain permukiman, perdagangan dan jasa, fasilitas umum yang menunjang kegiatan masyarakat. Jumlah penduduk yang semakin meningkat pada dasarnya tidak terlepas dari kebutuhan akan barang dan jasa, hal ini mengakibatkan meningkatnya jumlah tempat yang menyediakan barang dan jasa dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat. Terlihat pada saat ini *trend* pertumbuhan dari fasilitas perdagangan khususnya ritel modern atau toko modern semakin lama semakin tidak terkendali dan terarah. Aturan mengenai pendirian minimarket baru di Kota Malang berdasarkan Perda Kota Malang No. 8 tahun 2010 tentang Penyelenggaraan Usaha Perdagang dan Perindustrian hanya dapat dilakukan pada jarak 500 meter antar minimarket, toko dan pasar tradisional/usaha perdagangan mikro. Akan tetapi, hingga saat ini dalam perkembangannya sebagian besar minimarket di Kota Malang belum mengadopsi peraturan tersebut sebagai panduan dalam pendirian toko modern khususnya minimarket.

Berdasarkan Peraturan Presiden No. 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, definisi dari toko modern adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang, secara eceran yang berbentuk Perkulakan, Hypermarket, Departement Store, Supermarket dan Minimarket. Sedangkan pengelola jaringan minimarket berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No. 53 Tahun 2008 adalah pelaku usaha yang melakukan kegiatan usaha di bidang minimarket melalui satu kesatuan manajemen dan sistem pendistribusian barang ke *outlet* yang merupakan jaringannya.

Dalam perkembangan toko modern salah satunya minimarket tidak terlepas dari faktor penentuan lokasi, lokasi adalah faktor utama dalam pemilihan konsumen (*Utami, 2010:93*). Faktor lokasi dalam pendirian sebuah toko modern merupakan salah satu bentuk persaingan yang sulit untuk ditiru. Lokasi yang strategis akan menentukan keberlangsungan toko modern untuk kedepannya. Pemilihan lokasi sebuah toko modern yang tepat adalah terjadi sebuah keseimbangan antara permintaan dan penawaran barang.

Seperti halnya Kota Malang merupakan salah satu kota yang pada saat ini mengalami perkembangan yang cukup pesat, dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat akan barang dan jasa Kota Malang memiliki 77 toko modern khususnya minimarket (*Disperintag Kota Malang*). Apabila dilihat dari segi lokasi Kota Malang merupakan kota yang memiliki banyak daya tarik dan merupakan lokasi strategis untuk pertumbuhan ritel modern khususnya minimarket karena terlihat dari *trend* pola konsumsi masyarakat Kota Malang yang lebih *appreciate* terhadap toko modern. Namun, Kota Malang belum memiliki kebijakan terkait dengan perlindungan, penataan serta pengendalian toko modern, sehingga dalam pendiriannya beberapa minimarket berada pada lokasi yang seharusnya tidak diperbolehkan pendirian minimarket.

Berdasarkan RTRW tahun 2008-2028 perkembangan Kota Malang akan mengarah ke timur yaitu Kecamatan Kedungkandang. Bagi pihak pemerintah dan investor Kecamatan Kedungkandang dapat dilakukan pengembangan dan perencanaan baik itu dalam penyediaan permukiman baru, perdagangan dan jasa, serta perkantoran. Untuk toko modern di Kecamatan Kedungkandang telah ada 22 minimarket yang tersebar di beberapa kelurahan, dengan adanya isu perkembangan yang mengarah ke Kecamatan Kedungkandang sektor perdagangan untuk toko modern khususnya minimarket memiliki peluang untuk dikembangkan di Kecamatan Kedungkandang. Namun, diperlukan pengawasan yang ketat terhadap ijin pendirian minimarket, karena dikhawatirkan apabila pendirian minimarket yang tidak sesuai dengan lokasinya akan mengakibatkan dampak negatif bagi pihak-pihak terkait. Lokasi-lokasi yang berpotensi untuk dikembangkan minimarket baru di Kecamatan Kedungkandang berdasarkan kebijakan pemerintah, persepsi dari pihak masyarakat dan pengusaha yang merupakan faktor potensial dalam penentuan lokasi minimarket yang berada di Kecamatan Kedungkandang.

1.2 Identifikasi Masalah

Beberapa isu dan permasalahan yang teridentifikasi pada penelitian ini antara lain:

1. Pertumbuhan ritel modern atau toko modern khususnya minimarket saat ini yang tidak terkendali dan tidak terarah serta terdapat kecenderungan pola sebaran lokasi minimarket yang tidak hanya berkembang pada daerah perkotaan tetapi juga berkembang pada daerah pinggiran.
2. *Trend* pola konsumsi masyarakat yang lebih *appreciate* terhadap toko modern, dikhawatirkan untuk kedepannya dapat menjadi peluang dalam meningkatnya jumlah toko modern.

3. Lokasi toko modern yang berdekatan dengan toko usaha kecil dikhawatirkan akan berdampak negatif bagi toko usaha kecil.
4. Kota Malang belum memiliki kebijakan yang secara jelas terkait dengan perlindungan, penataan serta pengendalian toko modern, karena dikhawatirkan semakin lama akan menguasai pasar.

1.3 Rumusan Masalah

1. Apa saja faktor yang berpengaruh dalam penentuan lokasi minimarket di Kecamatan Kedungkandang?
2. Dimanakah lokasi-lokasi potensial untuk minimarket baru menurut *stakeholder* (Masyarakat, Pemerintah Kota, Pengusaha) di Kecamatan Kedungkandang?

1.4 Tujuan

1. Mengetahui faktor yang berpengaruh dalam penentuan lokasi minimarket di Kecamatan Kedungkandang.
2. Mengetahui lokasi-lokasi potensial minimarket baru menurut *stakeholder* (Masyarakat, Pemerintah Kota, Pengusaha) di Kecamatan Kedungkandang.

1.5 Ruang Lingkup Pembahasan

Ruang lingkup digunakan sebagai pembatasan dari pembahasan, dalam penelitian ini terdiri dari ruang lingkup materi yang mencakup batasan kajian dari penelitian serta ruang lingkup wilayah yang mencakup batas-batas administratif dari wilayah studi.

1.5.1 Ruang Lingkup Materi

Ruang lingkup materi bertujuan agar peneliti lebih terarah dan tidak terlalu luas. Dalam penelitian ini perlu diketahui terminologi terlebih dahulu terkait dengan faktor-faktor penentuan lokasi. Berdasarkan Peraturan Presiden No.112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat perbelanjaan dan Toko Modern, toko modern tersiri dari 4 macam, yaitu Perkulakan, Departement Store, Hypermart dan Minimarket.

Penelitian ini akan membahas secara spesifik penentuan lokasi-lokasi potensial untuk toko modern baru khususnya persebaran minimarket yang terwaralaba di Kecamatan Kedungkandang. Teridentifikasinya lokasi potensial untuk minimarket yang terdapat di Kecamatan Kedungkandang berasal dari persepsi konsumen atau masyarakat serta

kebijakan dari pihak Pemerintah Kota dan Pengusaha dengan menggunakan analisis faktor terhadap faktor-faktor yang berpengaruh terhadap penentuan lokasi minimarket baru.

Setelah diketahui faktor-faktor penentu lokasi minimarket di Kecamatan Kedungkandang berdasarkan persepsi *stakeholder* (Masyarakat, Pemerintah Kota, Pengusaha) untuk persepsi masyarakat hanya berdasarkan masyarakat yang berada di Kecamatan Kedungkandang, karena pada dasarnya keberadaan minimarket yang berada di Kecamatan Kedungkandang guna mengakomodir kebutuhan masyarakat di Kecamatan Kedungkandang dan pada dasarnya sebagian besar konsumen yang berbelanja di minimarket Kecamatan Kedungkandang merupakan masyarakat yang berada di daerah tersebut. Setelah itu, persepsi dari ketiga *stakeholder* kemudian di-*overlay* maka akan diperoleh lokasi-lokasi yang sesuai dan berpotensi untuk keberadaan toko modern baru khususnya minimarket di Kecamatan Kedungkandang Kota Malang.

Di dalam penentuan lokasi sebuah minimarket dapat ditentukan berdasarkan pertimbangan situasi dan lokasi fisik. Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 8 Tahun 2010 Tentang Penyelenggaraan Usaha Perindustrian dan Perdagangan, pendirian lokasi Toko Modern yang dilakukan oleh pengelola jaringan minimarket hanya dapat dilakukan pada jarak 500 (lima ratus) meter antar minimarket, toko dan pasar tradisional/usaha perdagangan mikro. Dalam penelitian ini pendirian minimarket selanjutnya memperhatikan keberadaan antar minimarket, pasar tradisional dan toko usaha kecil dengan melakukan *buffer* 500 meter dari titik lokasi minimarket, pasar tradisional dan toko usaha kecil, jarak diluar 500 meter dari titik lokasi merupakan lokasi yang diperbolehkan untuk pendirian minimarket selanjutnya, sedangkan jarak dari titik lokasi hingga 500 meter merupakan lokasi dilarang untuk pendirian minimarket, hal tersebut bertujuan untuk meminimalisir terjadinya persaingan antar minimarket, pasar tradisional dan toko usaha kecil.

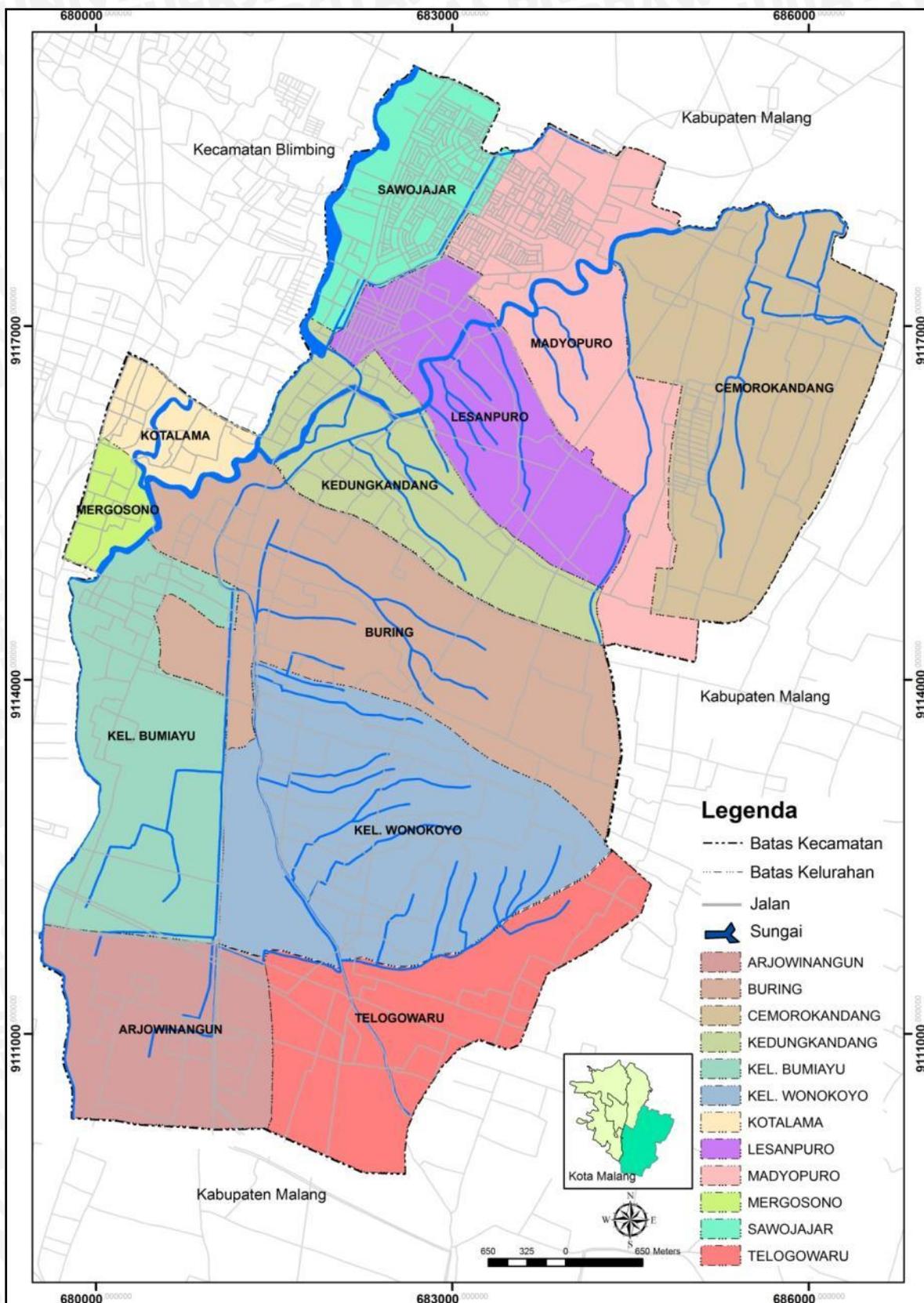
1.5.2 Ruang Lingkup Wilayah

Lokasi penelitian yang diambil dalam studi ini berada di Kecamatan Kedungkandang, Kota Malang. Batasan kawasan studi berdasarkan batas administrasi daerah antara lain:

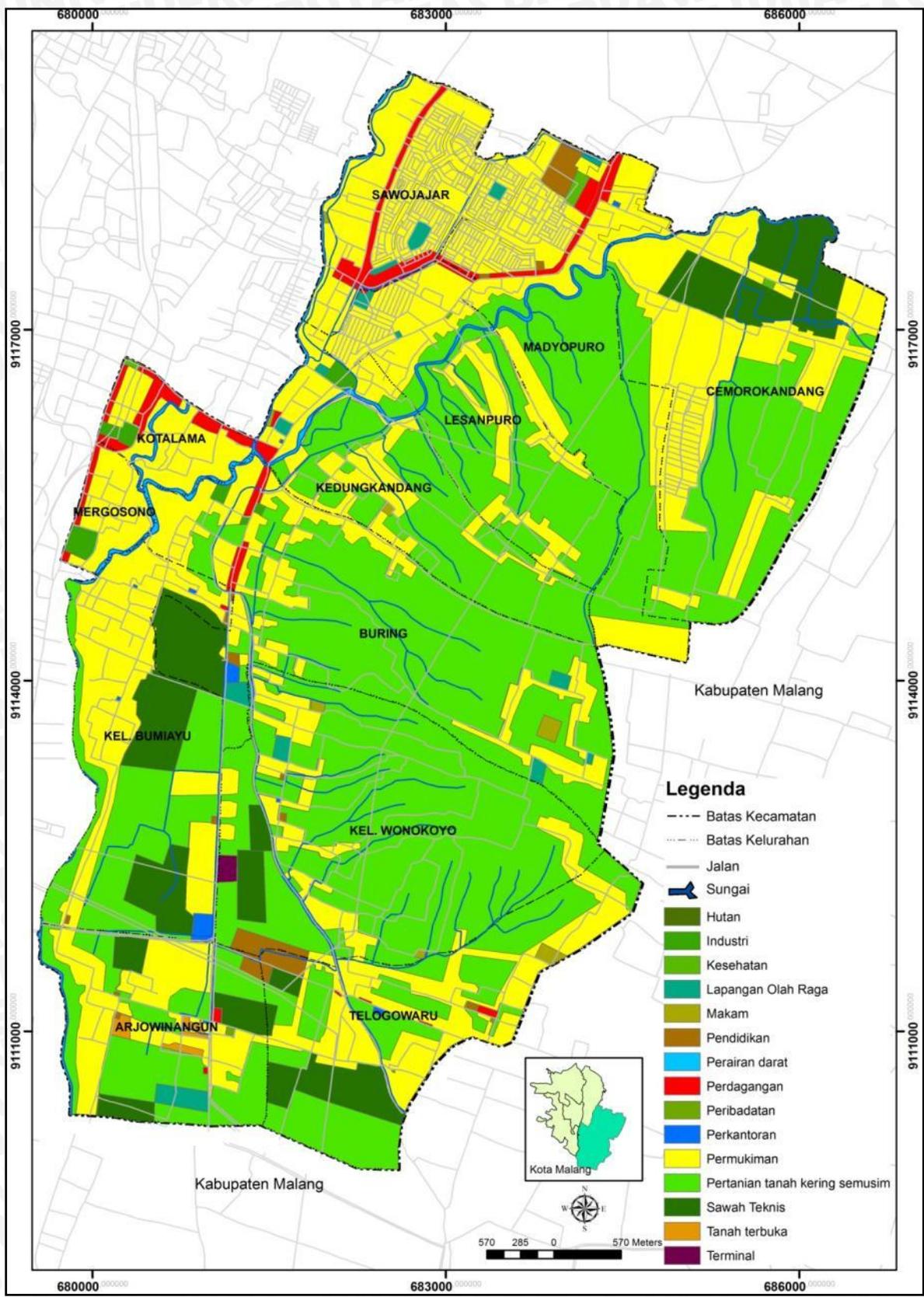
- | | |
|-----------------|---|
| Sebelah Utara | : Kecamatan Pakis, Kabupaten Malang |
| Sebelah Timur | : Kecamatan Tajinan, Kabupaten Malang |
| Sebelah Selatan | : Kecamatan Pakisaji, Tumpang, Kabupaten Malang |
| Sebelah Barat | : Kecamatan Sukun, Klojen dan Blimbing |

Memiliki luas wilayah sebesar 3.989 Ha, yang terbagi menjadi 12 kelurahan antara lain Mergosono, Bumiayu, Wonokoyo, Buring, Lesanpuro, Madyopuro, Sawojajar, Arjowinangun, Cemorokandang, Kedungkandang, Kotalama, Tlogowaru. Secara administrasi wilayah Kecamatan Kedungkandang dapat dilihat pada Peta 1.1 dan Peta 1.2 sebagai berikut:





Gambar 1.1 Peta Administrasi Kecamatan Kedungkandang



Gambar 1.2 Peta Tata Guna Lahan Kecamatan Kedungkandang

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi Pemerintah Kota, Akademisi, Pengusaha serta untuk Peneliti. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

A. Bagi Pihak Pemerintah

Pihak Pemerintah diharapkan dapat mengetahui *trend* perkembangan dari toko modern khususnya minimarket yang berada di wilayah studi dan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan kebijakan serta regulasi yang sesuai dengan rencana tata ruang.

B. Bagi Akademisi

Dapat menjadi bahan kajian dan referensi bagi kepentingan ilmiah maupun terhadap penelitian selanjutnya yang serupa, serta dapat menjadi bahan evaluasi.

C. Bagi Pengusaha

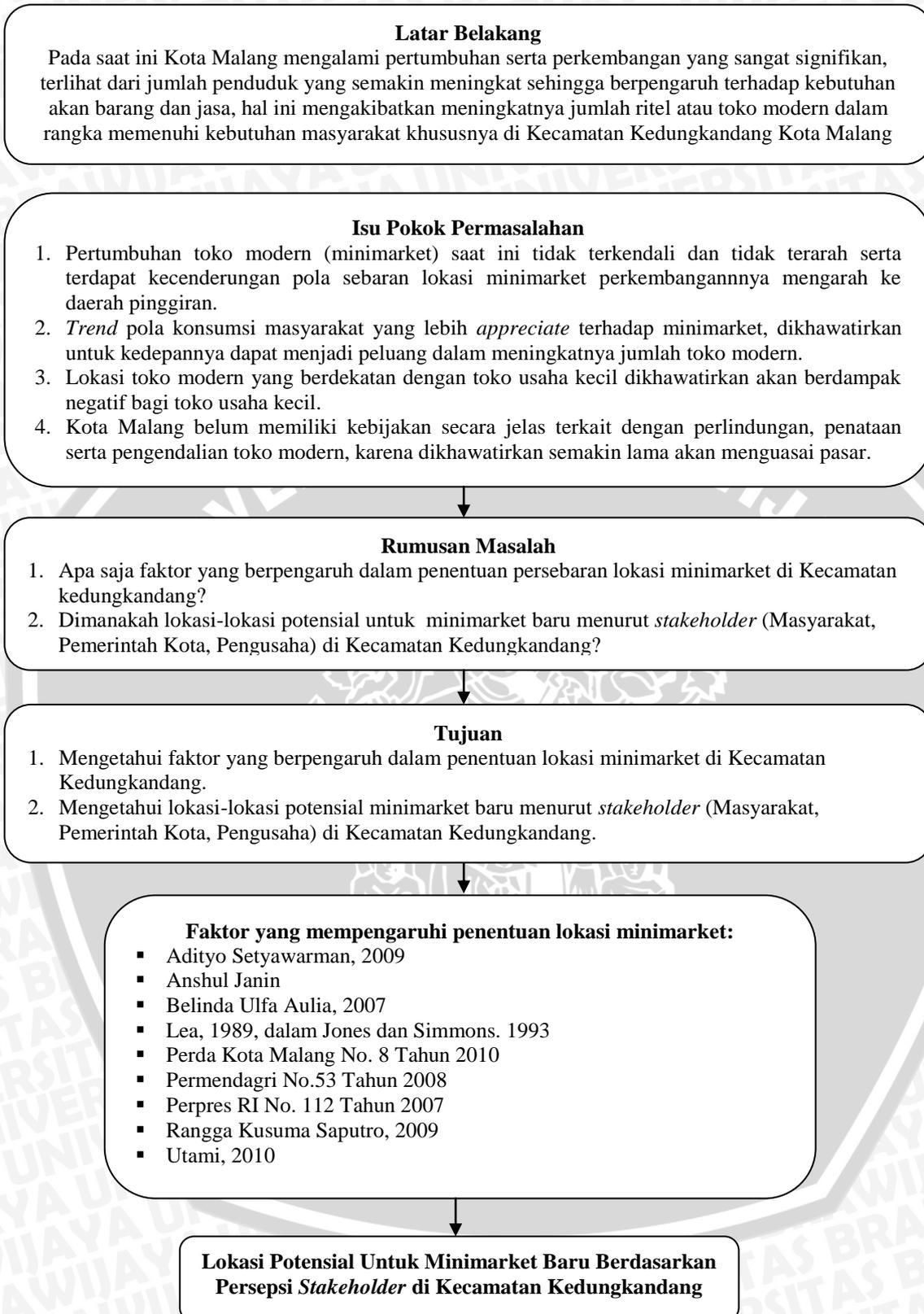
Mampu memberikan informasi terkait dengan perkembangan toko modern serta lokasi yang potensial yang dikembangkan, serta dapat dijadikan pertimbangan dalam perkembangan kedepannya.

D. Bagi Peneliti

Untuk dapat menambah wawasan serta pengetahuan bagi peneliti dan merupakan bentuk aplikasi terhadap materi-materi yang telah diberikan selama proses perkuliahan, serta dapat menyumbang ilmu terkait dengan arahan sebaran lokasi toko modern khususnya minimarket kepada pihak Pemerintah Kota Malang dan pihak-pihak yang terkait lainnya.

1.7 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan tahapan yang bertujuan untuk mempermudah proses pelaksanaan penelitian, serta dapat memberikan gambaran terkait dengan langkah atau sistematika penelitian agar lebih terarah dan dapat lebih mudah dipahami. Kerangka pemikiran penelitian ini dapat dilihat pada gambar 1.3.



Gambar 1.3 Kerangka Pemikiran

1.8 Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam penelitian ini adalah:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan membahas tentang latar belakang perlunya penelitian ini dilakukan, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat, ruang lingkup wilayah, serta sistematika pembahasan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab tinjauan pustaka berisi tinjauan teori-teori yang berkaitan dengan ritel modern atau toko modern, tinjauan pustaka tersebut diperoleh dari studi literatur seperti artikel, *text book*, internet, skripsi, *thesis*, jurnal.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab metode penelitian membahas tentang metode sampling yang akan digunakan dalam penelitian, teknik pengumpulan data, metode analisis data. Selain itu juga terdapat uraian tentang diagram alir penelitian, variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini serta desain survei.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab hasil dan pembahasan berisi tentang gambaran umum wilayah studi, persebaran minimarket eksisting di Kecamatan Kedungkandang, Analisis Faktor berdasarkan persepsi pihak pemerintah, masyarakat dan pengusaha minimarket, serta analisis *overlay* terhadap variabel-variabel penentuan lokasi minimarket berdasarkan persepsi dari 3 *stakeholder* yang kemudian hasil dari *overlay* 3 *stakeholder* menghasilkan lokasi potensial minimarket baru di Kecamatan Kedungkandang.

BAB V PENUTUP

Pada bab penutup berisi tentang hasil kesimpulan yang merupakan jawaban dari rumusan masalah penelitian, serta saran yang ditujukan kepada pihak pemerintah maupun pihak swasta terkait masukan dan diharapkan ada penelitian selanjutnya untuk dapat lebih menyempurnakan penelitian yang telah dilakukan.