

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era modern saat ini kegiatan perdagangan seperti toko modern jenis minimarket sudah menjadi bagian dalam kehidupan masyarakat di perkotaan. Bangkitnya bisnis pasar modern ini tidak lepas dari tuntutan kebutuhan masyarakat yang ingin serba praktis, cepat dan menghemat waktu juga nyaman (Setyawardman, 2009). Namun sesuai dengan perkembangan kota dan perekonomian, perdagangan eceran mengalami perkembangan dengan munculnya perdagangan eceran modern di Indonesia pada tahun 1970-an yaitu munculnya pasar modern dalam bentuk minimarket. Berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007, didefinisikan bahwa format toko modern yaitu tentang jenis minimarket adalah produk yang dijual hanya kebutuhan rumah tangga, makanan dan termasuk kebutuhan harian (Setyawardman, 2009).

Minimarket merupakan sebuah varian baru dalam dunia perdagangan dengan konsep belanja segala kebutuhan hidup pada satu atap yang melayani perdagangan dalam skala regional, minimarket telah berkembang dan merubah strategi menjadi sebuah peritel raksasa (melayani penjualan komoditas kepada pengguna akhir). Pesatnya pembangunan minimarket di sebagian wilayah di Indonesia termasuk di Kecamatan Pamekasan didukung oleh respon positif dari masyarakat yang membutuhkan suatu fasilitas perdagangan yang dapat melayani berbagai kebutuhan dalam sekali jalan. Selain itu segala kemudahan dan kenyamanan dalam berbelanja dapat dipenuhi oleh minimarket. Hal inilah yang memicu trend perubahan perilaku belanja masyarakat dari pasar tradisional ke pasar modern. Apalagi minimarket mempunyai *range* komoditas yang begitu luas mulai dari barang kebutuhan sehari-hari sampai dengan peralatan elektronik. Hal inilah yang membedakan minimarket dengan toko kelontong pada kelas dibawahnya (Setyawardman, 2009).

Pembangunan minimarket yang demikian pesat juga didukung oleh kemudahan perolehan ijin lokasi dan usaha perdagangan. Hal ini ternyata tidak dibarengi dengan peraturan yang melandasi secara spesifik kebutuhan lokasi minimarket yang dimana lokasi minimarket seharusnya memiliki lokasi yang berbeda dengan toko kelontong dikarenakan minimarket memiliki skala regional. Dalam melakukan perijinan lokasi, minimarket memiliki kewajiban yang tidak berbeda dengan izin usaha perdagangan yang lain. Padahal apabila ditinjau dari skala pelayanan, minimarket merupakan fasilitas perdagangan yang

memiliki skala pelayanan regional yang memiliki kebutuhan lokasi yang berbeda dengan fasilitas perdagangan yang lain (Robinson dan Tarigan, 2005).

Lokasi adalah suatu penjelasan yang dikaitkan dengan tata ruang dari suatu kegiatan ekonomi. Hal ini selalu dikaitkan pula dengan alokasi geografis dari sumber daya yang terbatas yang pada gilirannya akan berpengaruh dan berdampak terhadap lokasi berbagai aktivitas baik ekonomi atau sosial (Sirojuzilam, 2006:22). Dalam industri retail, terdapat dua kunci utama dalam kesuksesan retail, yaitu faktor lokasi dan ketersediaan barang. Dari 2 faktor ini, faktor lokasi memegang peranan kunci dalam menentukan kesuksesan retail (Jones dan Simmons dalam Setyawardman, 2009).

Secara garis besar, terdapat 2 pola kebiasaan dalam menentukan lokasi retail. Pemikiran pertama memandang lokasi retail modern memiliki kecenderungan berlokasi di pusat kota/CBD. Gejala ini dikenal sebagai sentralisasi lokasi retail (R.V.Retcliff dan Alonso dalam Yunus, 2004). Sedangkan pemikiran kedua, melihat perkembangan retail modern mengarah pada pola desentralisasi wilayah. Beberapa variabel yang berpengaruh terhadap pola desentralisasi wilayah dalam pola lokasi retail meliputi adanya perubahan permintaan, perubahan organisasi retail, kondisi tanah dan tenaga kerja, perubahan teknologi dan kebijakan perencanaan. (Healey dan Ilbery dalam Setyawardman, 2009).

Selama kurun waktu 2007-2012 jumlah gerai ritel modern di Indonesia mengalami pertumbuhan rata-rata 17,57% per tahun. Pada tahun 2007, jumlah usaha ritel di Indonesia masih sebanyak 10.365 gerai, kemudian pada tahun 2011 mencapai 18.152 gerai tersebar di hampir seluruh kota di Indonesia (Utami, 2006).

Dari kasus-kasus nasional diatas, hal serupa juga terjadi pada wilayah Indonesia lainnya khususnya pada wilayah Jawa Timur. Pertumbuhan minimarket juga sangat pesat di wilayah Jawa Timur, di wilayah Jatim ada 300-400 izin baru minimarket. Sampai akhir 2009, terdapat 4.250 mini market di Jatim, naik 677 (18,62) persen dari 2008 yang 3.633 minimarket. Akhir 2010 jumlahnya diprediksi meningkat 40 persen (Surabaya Post, Mei 2010).

Dari beberapa fenomena dan kasus diatas dapat dilihat bahwa ekspansi yang terjadi dari adanya pertumbuhan minimarket yang makin menjamur berpotensi memunculkan persaingan yang timbul karena lokasi yang berdekatan antara satu dengan yang lainnya, apalagi berdekatan dengan pasar tradisonal yang mengakibatkan penurunan omset pasar tradisional hal ini dikarenakan begitu mudahnya peritel-peritel modern dalam membangun pasar modern tersebut. Fenomena seperti ini perlu adanya pertimbangan-pertimbangan yang mengatur lokasi minimarket agar tidak terjadi penumpukkan.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kabid Sarana dan Prasarana BAPPEDA Kabupaten Pamekasan serta menurut Radar Madura Jawa Pos 13 Mei 2014 diketahui masalah-masalah mengenai minimarket di Kecamatan Pamekasan yakni.

1. Pertumbuhan minimarket yang pesat, saat ini berjumlah 34 minimarket di Kecamatan Pamekasan dipengaruhi oleh beberapa faktor dimana lokasinya berkumpul di beberapa titik.
2. Pertumbuhan yang pesat tanpa pembangunan yang terarah serta tidak sesuai dengan lokasi dengan Perda No. 22 Tahun 2013 tentang Penataan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, serta Toko Modern di Kabupaten Pamekasan dapat mengakibatkan penumpukan di titik-titik tertentu sehingga dapat menimbulkan persaingan yang tidak sehat dan mematikan toko kecil serta pasar tradisional.
3. Semakin menjamurnya minimarket ternyata juga banyak minimarket yang tidak memiliki ijin usaha sehingga membuat usaha kecil di sekitarnya tidak berkembang.

1.3 Rumusan Masalah

Dalam melaksanakan penelitian, rumusan masalah yang akan dibahas adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pola pertumbuhan dan persebaran minimarket di Kecamatan Pamekasan?
2. Faktor apa saja yang mempengaruhi penentuan lokasi minimarket?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian mengarah pada faktor yang berpengaruh dalam penentuan lokasi minimarket di Kecamatan Pamekasan dengan tujuan :

1. Mengidentifikasi pola pertumbuhan dan persebaran minimarket di Kecamatan Pamekasan cenderung berada pada lokasi yang seperti apa.
2. Menganalisis faktor yang berpengaruh dalam penentuan lokasi minimarket di Kecamatan Pamekasan setelah diketahui pola persebarannya.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian yang akan dibahas terdiri dari ruang lingkup materi dan ruang lingkup wilayah. Penjelasan dari masing-masing ruang lingkup tersebut, akan dijelaskan sebagai berikut.

1.5.1 Ruang Lingkup Materi

Pembahasan yang akan dilakukan dalam penelitian ini mencakup hal-hal yang berkaitan dengan lokasi minimarket dengan batasan sesuai dengan hasil kajian literatur dan empiris. Lingkup pembahasan mengenai obyek yang dibahas yaitu minimarket *franchise* dan minimarket pribadi yang ada di Kecamatan Pamekasan yang dijelaskan sebagai berikut.

1. Melihat fenomena pola pertumbuhan minimarket di Kecamatan Pamekasan dari tahun 2012 sampai 2015 meningkat atau cenderung stagnan, serta melihat kecenderungan persebaran lokasi minimarket yang sudah ada cenderung berada pada lokasi yang seperti apa yang terdiri dari variabel aksesibilitas dan lokasi.
2. Menganalisis faktor yang berpengaruh terhadap penentuan lokasi minimarket yang berada di Kecamatan Pamekasan yang terdiri dari variabel aksesibilitas, lokasi, sosial ekonomi dan pesaing.

1.5.2 Ruang Lingkup Wilayah

Ruang lingkup wilayah dalam penelitian adalah di wilayah administrasi Kecamatan Pamekasan, yang meliputi 9 kelurahan dan 9 desa (Barurambat Kota, Bugih, Gladak Anyar, Jungcangcang, Kangenan, Kolpajung, Kowel, Parteker, Patemon, Panempan, Jalmak, Teja Timur, Nyalabu Daya, Toronan, Laden, Betet, Teja Barat) gambar 4.1.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat hasil penelitian diharapkan dapat memberikan masukan dan kegunaan bagi pihak akademisi, pihak swasta serta pihak pemerintah Kota Pamekasan. Penjelasan manfaat penelitian ini, akan dijelaskan sebagai berikut :

1. Bagi kalangan akademisi

Bagi kalangan akademisi hasil penelitian dapat dijadikan acuan dalam melihat seberapa besar pengaruh nilai lahan terhadap penentuan lokasi minimarket, tidak hanya itu penelitian juga dapat dijadikan sebagai informasi dan acuan untuk melakukan penelitian lain di masa yang akan datang.

2. Bagi pemerintah Kota Pamekasan

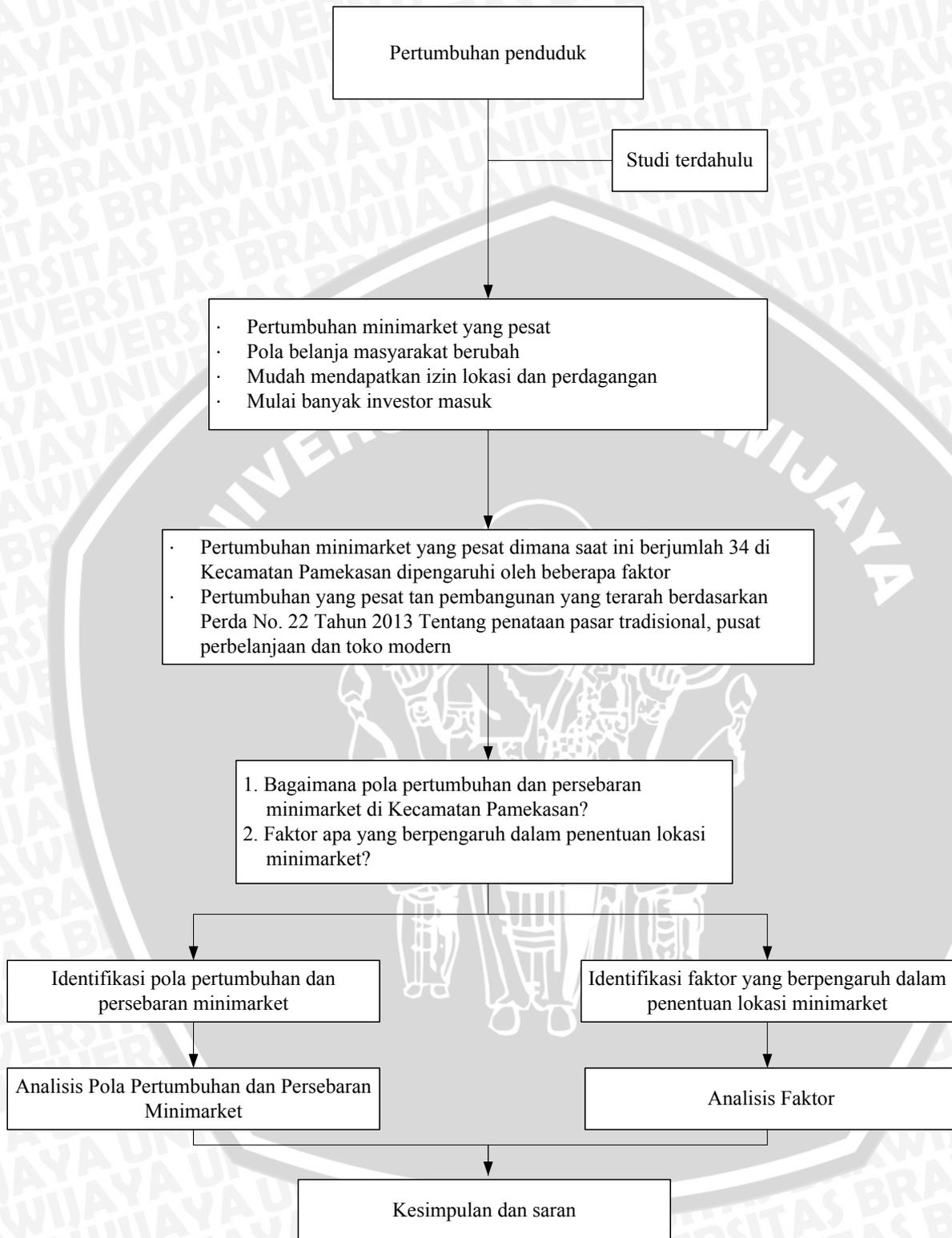
Hasil penelitian dapat dijadikan masukan atau rekomendasi sebagai bahan pertimbangan untuk pengambilan kebijakan penentuan lokasi minimarket serta pengendalian minimarket.

3. Bagi pihak swasta

Pihak swasta yang berperan sebagai pemilik minimarket dapat menggunakan hasil dari penelitian dapat dijadikan bahan pertimbangan sebagai informasi dalam penentuan lokasi minimarket yang strategis.



1.7 Kerangka Pemikiran



Gambar 1. 1 Kerangka Pemikiran

1.8 Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dari penelitian “Faktor yang Berpengaruh dalam Penentuan Lokasi Minimarket di Kecamatan Pamekasan” memiliki sistematika sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Berisi latar belakang dari penelitian, identifikasi masalah terakit permasalahan menjamurnya minimarket di Kecamatan Pamekasan, rumusan masalah, tujuan, ruang lingkup materi, ruang lingkup wilayah yang digunakan dalam penelitian berada di Kecamatan Pamekasan, kerangka pemikiran, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab II Tinjauan Pustaka

Berisi tinjauan teoritis mengenai konsep dan kategorisasi retail modern, teori struktur kota, dan teori lokasi retail yang dikalsifikasikan terhadap 3 kelompok yaitu lokasi retail di pusat perbelanjaan, lokasi retail dipusat di pusat kota, dan lokasi retail yang beridir sendiri, serta pemaparan mengenai studi-studi terdahulu terkait dengan penelitian.

Bab III Metodologi Penelitian

Berisi mengenai prosedur yang digunakan dalam penelitian yang terdiri dari jenis penelitian, metode penelitian, variabel penelitian terdiri dari 3 variabel dan 10 subvariabel dimana penelitian ini terfokus pada sub variabel, metode pengumpulan data, metode sampling tidak dipakai melainkan menggunakan populasi, metode analisis data menggunakan analisis faktor.

Bab IV Hasil dan Pembahasan

Berisi mengenai data-data hasil survey serta pembahasan materi berdasarkan analisa yang telah dilakukan menggunakan analisis faktor terkait faktor yang berpengaruh dalam penentuan lokasi minimarket di Kecamatan Pamekasan sehingga diketahui jawaban atas rumusan masalah yang diteliti.

Bab V Penutup

Berisi kesimpulan dari penelitian faktor yang berpengaruh dalam penentuan lokasi minimarket untuk menjawab rumusan masalah serta saran yang diajukan oleh peneliti. Saran diberikan peneliti sebagai masukan untuk penelitian selanjutnya.

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

“Halaman ini sengaja dikosongkan”

