

FAKTOR - FAKTOR YANG BERPENGARUH DALAM PEMILIHAN LOKASI MINIMARKET DI KECAMATAN PAMEKASAN

A. Fairus Shiddieqy, Dimas Wisnu Adrianto, I Nyoman Suluh Wijaya

Jurusan Perencanaan Wilayah dan Kota Fakultas Teknik Universitas Brawijaya

Jalan Mayjen Haryono 167 Malang Telp. 0341-567886

Email: dicky.fairus@gmail.com

ABSTRAK

Penigkatan jumlah penduduk di Kecamatan Pamekasan mendorong meningkatnya minimarket dalam rangka mengakomodir kebutuhan penduduk. Hingga saat ini, Kabupaten Pamekasan masih belum memiliki peraturan yang spesifik terkait ijin lokasi minimarket yang seharusnya berbeda dengan ijin lokasi jenis perdagangan yang lain, ditinjau dari segi pelayanan, minimarket merupakan fasilitas yang memiliki skala pelayanan regional yang memiliki kebutuhan lokasi berbeda dengan dengan fasilitas perdagangan lain. Khususnya di Kecamatan Pamekasan terdapat beberapa minimarket berada pada lokasi yang seharusnya tidak diperbolehkan dan terjadi penumpukan di beberapa titik. Berdasarkan fenomena tersebut, sehingga dilakukan kajian tentang faktor - faktor yang berpengaruh dalam penentuan lokasi minimarket di Kecamatan Pamekasan. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan menggunakan Analisis Faktor, dimana sebelum dilakukan Analisis Faktor, terlebih dahulu melihat pola pertumbuhan dan pola persebaran lokasi minimarket di Kecamatan Pamekasan dan diketahui kecenderungan lokasi minimarket mengumpul di beberapa titik. Tahapan terakhir melihat faktor apa saja yang berpengaruh dalam penentuan lokasi minimarket di Kecamatan Pamekasan. Berdasarkan analisis faktor, faktor yang berpengaruh dalam penentuan lokasi minimarket di Kecamatan Pamekasan yaitu faktor luas lahan, hirarki jalan, harga lahan.

Kata Kunci : Minimarket, Lokasi, Pola Pertumbuhan, Pola Persebaran, Faktor.

ABSTRACT

Increasing the population in Pamekasan encourage the increasing of minimarket in order to accommodate the needs of the population. Pamekasan has no specific regulations related to minimarket location permit that should different locations with location permit other types of trading. In terms of services, minimarket is a facility that has regional scale services which has different location needs with the other trade facilities. Especially in Pamekasan District there are several minimarkets is located in a area that is not allowed. Based on that phenomena, this study investigates the influential factor in determining the location of minimarket in Pamekasan District. This research using descriptive quantitative method with factor analysis. Prior to Factor Analysis, first look of the minimarket growth and distribution pattern in the Pamekasan District and to know the tendency to clump together in some point minimarket location. The last stage see what factors are influential in determining the location of minimarket in Pamekasan District. Based on factor analysis, the influencing factor in determining the location of minimarket in Pamekasan District are land area, the hierarchy of road, land prices.

Keywords: Minimarket, Locatin, Growth Pattern, Distribution Patter, Factor

PENDAHULUAN

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. Di era modern saat ini kegiatan perdagangan seperti toko modern dengan jenis minimarket sudah menjadi bagian yang tidak asing lagi dalam kehidupan masyarakat di perkotaan. Terlihat pada saat ini *trend* pertumbuhan dari retail

modern atau toko modern semakin lama semakin tidak terkendali dan terarah.

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. Selain itu juga ada Peraturan Menteri Perdagangan No. 70 Tahun 2013 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan

Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, dimana isi dari Permendag tidak berbeda jauh dengan Perpres.

Secara garis besar, terdapat 2 pola kebiasaan dalam menentukan lokasi retail. Pemikiran pertamamemandang lokasi retail modern memiliki kecenderungan berlokasi di pusat kota/CBD. Gejala ini dikenal sebagai sentralisasi lokasi retail. Sedangkan pemikiran kedua, melihat perkembangan retail modern mengarah pada pola desentralisasi wilayah (R.V.Retcliff dan Alonso, dalam Yunus, 2004:68).

Toko modern khususnya minimarket di Kecamatan Pamekasan telah ada 34 minimarket, tidak dapat dipungkiri pertumbuhan toko modern sebagai salah satu tempat penyediaan kebutuhan masyarakat juga akan mengalami peningkatan disejumlah lokasi di Kecamatan Pamekasan. Sektor perdagangan untuk toko modern khususnya minimarket memiliki peluang untuk dikembangkan di Kecamatan Pamekasan. Namun, diperlukan pengawasan yang ketat terhadap izin pendirian minimarket, karena dikhawatirkan apabila pendirian minimarket yang tidak sesuai dengan lokasinya akan mengakibatkan dampak negatif bagi pihak-pihak terkait. Sehingga penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh dalam penentuan lokasi minimarket di Kecamatan Pamekasan.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penenlitan kuantitatif yang di dalam proses, hipotesis, survei, analisa data hingga kesimpulan menggunakan aspek perhitungan, pengukuran, kepastian data yang bersifat numerik. Variabel yang digunakan untuk mengetahui pola pertumbuhan dan persebaran minimarket terdiri dari lima variabel yaitu Hirarki Jalan, Jarak Dari Pusat Kota, Visibilitas, Jarak Dari Permukiman, Luas Lahan, sedangkan variabel yang digunakan untuk mngetahui faktor yang berpengaruh dalam penentuan lokasi minimarket terdiri dari sepuluh variabel yaitu Hirarki Jalan, Jarak Dari Pusat Kota, Harga lahan, Sewa Properti, Visibilitas, Luas Lahan, Tingkat Kesejahteraan Penduduk, Kepadatan Penduduk, Jarak Terhadap Pasar Tradisional, Jarak Antar Minimarket.

Lokasi studi terdapat 9 kelurahan dan 9 desa di Kecamatan Pamekasan serta dalam menentukan responden tidak menggunakan

teknik sampling dikarenakan menggunakan jumlah populasi minimarket yang berada di Kecamatan Pamekasan berjumlah 34 minimarket.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini terdiri dari survei primer dan survei sekunder. Survei primer merupakan survei yang dilakukan untuk memperoleh data secara langsung dari sumbernya dengan cara pengisian kuisisioner oleh pemilik minimarket atau yang bertanggung jawab terhadap minimarket, selain pengisian kuisisioner, dilakukan observasi secara langsung untuk mengetahui pola persebaran minimarket dan dilakukan wawancara terhadap kepala bidang yang menangani perizinan usaha toko modern untuk mnegetahui pola pertumbuhan minimarket yang berada di Kecamatan Pamekasan. Sedangkan utnuk survei sekunder dilakukan untuk memperoleh data yang digunakan untuk menunjang analisis data. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

Analisis Faktor

Analisis faktor bertujuan untuk mencari hubungan interdependensi anatar variabel agar dapat mengidentifikasi faktor-faktor penyusunnya (sarwono, 2006:202). Metode ini dilakukan dengan pengisian kuisisioner oleh pemilik minimarket atau penanggung jawab terhadap minimarket tersebut yang memahami faktor-faktor yang mempengaruhi penentuan lokasi minimarket di Kecamatan Pamekasan. Variabel yang digunakan dalam analisis faktor yaitu Hirarki Jalan, Jarak Dari Pusat Kota, Harga lahan, Sewa Properti, Visibilitas, Luas Lahan, Tingkat Kesejahteraan Penduduk, Kepadatan Penduduk, Jarak Terhadap Pasar Tradisional, Jarak Antar Minimarket. Kesepuluh variabel tersebut merupakan faktor penentu lokasi minimarket yang akan diperoleh nilai ekstraksi faktor $> 0,5$ yang menjadi faktor yang berpengaruh dalam penentuan lokasi minimarket.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pola Pertumbuhan dan Persebaran Minimarket di Kecamatan Pamekasan

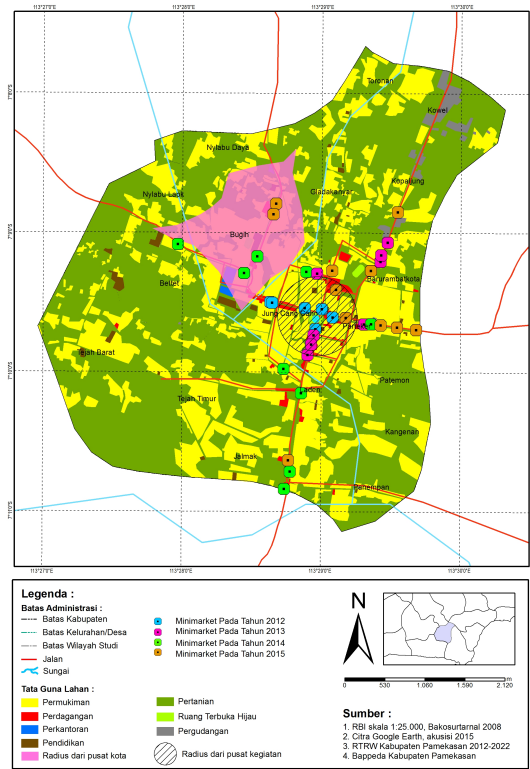
Penggunaan lahan yang terdapat di Kecamatan Pamekasan antara lain terdapat permukiman, perdagangan dan jasa, dan terdapat fasilitas umum. Penggunaan lahan yang lebih dominan adalah permukiman, sedangkan untuk fasilitas umum terdapat fasilitas

pendidikan. Sedangkan penggunaan lahan berupa kegiatan perdagangan dan jasa merupakan kegiatan yang dibutuhkan sebagai penunjang aktivitas.

Terlihat pola pertumbuhan minimarket pada awalnya, lokasi minimarket cenderung berada dekat dengan pusat kota, semakin lama minimarket berkembang tidak hanya dekat dengan pusat kota dan mulai mendekati permukiman yang kepadatan penduduknya tinggi dikarenakan pola belanja masyarakat berubah merasa lebih praktis dan efisien jika berbelanja di minimarket.

Meskipun memiliki pola yang sama yaitu cenderung mengelompok, namun arah konsentrasi antara minimarket menunjukkan arah yang berbeda, dimana sebaran minimarket cenderung mendekati penduduk dengan tingkat ekonomi yang stabil terletak di Kelurahan Barurambat Kota dan Jung Cang Cang, pola tersebut menentukan hirarki tempat sentral. Jika dilihat dari persebarannya, minimarket berlokasi di jalan utama. Persebaran minimarket mengikuti persebaran jumlah penduduk dan akses jalan utama yang dekat dengan pusat kota.

Pola tersebut menunjukkan bahwa aktivitas minimarket, sebagai sektor jasa cenderung untuk mendekati populasi/pasar, yang dalam hal ini direpresentasi dekat dengan area permukiman. Konsep ini tentu akan berbeda dengan *manufacturing*, yang cenderung mendekati input produksi, demi menjaga keberlanjutan proses produksi. Dari *central place theory*, suatu aktivitas jasa, akan selalu bicara tentang *threshold* dan *range of goods*. *Threshold* bicara tentang batas minimum populasi untuk mendukung fungsi dan *range of goods*, bicara tentang jarak maksimum konsumen bepergian untuk memperoleh barang. Dari peta sebaran minimarket terhadap variabel demografi, yang dicirikan dengan tingkat kepadatan penduduk, menguatkan akan konsep *threshold* tersebut, dimana minimarket cenderung akan melihat populasi, karena populasi lah yang menciptakan pasar (*threshold*) dan minimarket akan cenderung untuk dekati konsumen (konsep *range of goods*), khususnya untuk minimarket konsumen cenderung untuk mempertimbangkan faktor jarak dalam membeli barang. Aktivitas perdagangan dan jasa tersebar secara merata di seluruh koridor.



Gambar 1. Peta Persebaran Minimarket.

Kegiatan perdagangan dan jasa yang terdapat di setiap koridor cukup beragam, terdapat rumah makan, bank, SPBU, dan kegiatan perdagangan retail berupa minimarket. Perdagangan minimarket di wilayah Kecamatan Pamekasan terdiri dari Alfamart dan Indomaret. Dalam studi kasus kali ini pengamatan dilakukan dengan lebih terfokus pada kegiatan perdagangan minimarket waralaba dan pribadi. Pada Kecamatan Pamekasan terdapat 34 unit minimarket yang tersebar di Kecamatan Pamekasan.

Bisa dilihat pada penjelasan dibawah ini lokasi minimarket terkait variabel jarak dari pusat kota, hirarki jalan, jarak ke permukiman, visibilitas. Pengertian visibilitas adalah mudah terlihatnya minimarket melalui papan penanda minimarket, untuk visibilitas mengacu ke teori *urban design* Hamid Shirvani terkait papan penanda (*signage*) dimana menurut teori tersebut papan penanda yang baik bebas dari halangan tumbuhan maupun bangunan, pada tabel dibawah ini skoring variabel visibilitas dibagi menjadi 3 kriteria.

1. Jarak ke pusat kota

Dapat diketahui bahwa 12% lokasi minimarket berada di pusat kota, 30% berada pada range 0,1-2 km dari pusat kota, 40% berada di range 2,1-4 km dari pusat kota, 18% berada

pada range 4,1-6 km dari pusat kota. Dimana kecenderungan lokasi minimarket berada pada range 2,1-4 dari pusat kota. Menurut RTRW Kabupaten Pamekasan 2012-2032, pusat kota yang berada pada Kecamatan Pamekasan berada pada Kelurahan Bugih dikarenakan pusat pemerintahan berada pada Kelurahan Bugih.

2. Hirarki jalan

Dapat diketahui 100% lokasi minimarket berada pada hirarki jalan kolektor primer. Kecenderungan lokasi minimarket berada pada jalan kolektor primer untuk mempermudah aksesibilitas konsumen dan pendistribusian barang.

3. Jarak dari permukiman

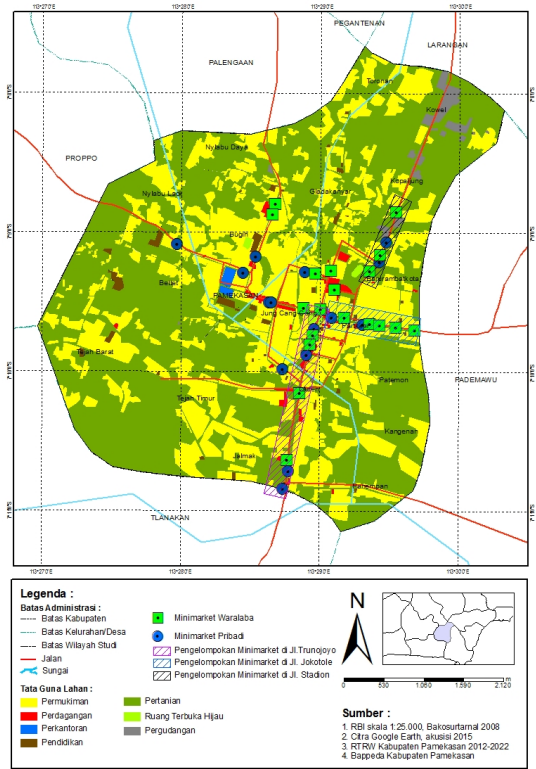
Dapat diketahui 95% lokasi minimarket berada pada range 0-7 m jaraknya dari permukiman dan 5% berada pada range 7,1-14 m. Lokasi minimarket yang dekat dengan permukiman memperbesar peluang dalam menggaet konsumen dikarenakan menurut Adityo, 2009. Konsumen melakukan pergerakan menuju lokasi minimarket paling jauh 500 m dari permukiman.

4. Visibilitas

Diketahui bahwa tingkat visibilitas minimarket yaitu 47,5% visibilitas dari minimarket sudah baik, 50% cukup dan 2,5% buruk. Kriteria visibilitas minimarket dikatakan baik ketika minimarket tersebut mudah terlihat oleh konsumen dari berbagai sudut dan papan penanda minimarket tidak terhalang tumbuhan maupun bangunan, visibilitas dikatakan cukup ketika papan penanda minimarket terlalu pendek sehingga hanya terlihat dari jarak 150 m berdasarkan lokasi minimarket, dan dikatakan buruk ketika minimarket tersebut tidak mempunyai papan penanda dan papan penanda minimarket tertutup tumbuhan maupun bangunan sehingga konsumen sulit untuk melihatnya.

5. Luas lahan

Diketahui luas lokasi yang berada pada range 30 m² - 50 m² sebesar 30%, 50,1 m² – 80 m² sebesar 50%, 80,1 m² – 120 m² sebesar 7%, dan pada range 120,1 m² – 300 m² sebesar 23%. Luas lahan minimarket yang lebih dominan menurut diagram tersebut berada pada range 50,1-80 m².



Gambar 2. Peta Persebaran Minimarket.

Pada peta dapat dilihat terkait persebaran lokasi minimarket, dimana terdapat minimarket yang lokasinya berpusat pada 3 titik dan berdekatan dengan minimarket lain, serta lokasinya berada di depan pasar tradisional. Fenomena ini menimbulkan beberapa pertanyaan terkait pasar (*market area*) tiap-tiap minimarket serta faktor-faktor apa saja yang berpengaruh dalam pemilihan lokasi minimarket tersebut.

Diketahui persebaran lokasi minimarket dan toko modern di Kecamatan Pamekasan cenderung berada di jalan kolektor primer, berada pada range 2-4 km dari pusat kota, sangat dekat dengan permukiman penduduk, visibilitasnya cukup, dan luas lokasinya antara 50 m² - 80 m².

Dari penjabaran di atas diketahui lokasi minimarket mengumpul pada 3 titik yaitu di jalan Trunojoyo, Jalan Joko Tole, dan jalan Stadion. Terdapat fenomena minimarket yang berada tepat di depan pasar tradisional dimana tidak sesuai dengan perda Kabupaten Pamekasan terkait minimarket dan toko modern.

Analisis Faktor-Faktor yang Berpengaruh Dalam Penentuan Lokasi Minimarket

Tahap pertama yang dilakukan dalam yaitu uji validitas.

Tabel 1. Uji Validitas

Variabel	Sub Variabel	Total	α	Keterangan
Aksesibilitas	Hirarki jalan	Pearson Correlati on	.483*	Valid
		Sig. (2-tailed)	.004	
		N	34	
Jarak dari pusat kota		Pearson Correlati on	.271	Tidak valid
		Sig. (2-tailed)	.121	
		N	34	
Lokasi	Harga lahan	Pearson Correlati on	.578*	Valid
		Sig. (2-tailed)	.000	
		N	34	
Sewa property		Pearson Correlati on	-.004	Tidak valid
		Sig. (2-tailed)	.984	
		N	34	
visibilitas		Pearson Correlati on	.392*	Valid
		Sig. (2-tailed)	.022	
		N	34	
Luas lahan		Pearson Correlati on	.533*	Valid
		Sig. (2-tailed)	.001	
		N	34	
Sosial ekonomi	Tingkat kesejahteraan penduduk	Pearson Correlati on	.571*	Valid
		Sig. (2-tailed)	.000	
		N	34	
pesaing	Jarak terhadap pasar tradisional	Pearson Correlati on	.299	Tidak valid
		Sig. (2-tailed)	.086	
		N	34	
Jarak antar minimarket		Pearson Correlati on	.426*	Valid
		Sig. (2-tailed)	.012	
		N	34	

Sumber : Hasil Analisis, 2015
 Keterangan : ** = nilai (α) dibawah 0,01
 * = nilai (α) dibawah 0,05

Setelah dilakukan uji validitas ada 3 variabel yang tidak valid yaitu variabel jarak dari pusat kota disebabkan minimarket yang berada

di Kecamatan secara keseluruhan berada dipusat kota, variabel sewa property tidak valid karena minimarket tersebut cenderung membeli lahan dan membangun minimarket daripada menyewa property, variabel jarak terhadap pasar tradisional juga tidak valid disebabkan lokasi minimarket cenderung berada dipinggiran kota sehingga variabel tersebut menjadi tidak valid. Setelah itu dilakukan uji reliabilitas dimana hasil dari uji tersebut bisa dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
.627	7	Reliabel

Sumber : Hasil Analisis, 2015

Setelah dilakukan uji validitas dan reliabilitas ada 7 faktor yang akan dimasukan pada analisis faktor dimana langkah pertama yaitu penyusunan matriks korelasi. Matriks korelasi merupakan matriks yang berisi nilai-nilai korelasi antara variabel-variabel yang dianalisis. Pada bagian *correlation* dapat dilihat besarnya korelasi antar variabel. Dari hasil indikator test terhadap nilai koefisien korelasi antarvariabel, melalui nilai KMO (*Kaiser Meyer Olkin*) dan *The Barlets Test of Sphericity* diperoleh *Bartlett's Test of Sphericity* dengan nilai 39.899. Hal tersebut menunjukkan bahwa matriks korelasi bukan merupakan matriks identitas sehingga dapat dilakukan analisis komponen utama. Namun nilai KMO yang dihasilkan adalah sebesar 0.594 bisa dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Nilai KMO and Bartlett's Test

KMO and Bartlett's Test	
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.594
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square 39.899
df	21
Sig.	.008

Sumber : Hasil Analisis, 2015

Nilai tersebut sudah melebihi dari 0,5 sehingga jatuh dalam kategori layak untuk kepentingan analisis faktor. Jika ingin mengetahui variabel yang berpengaruh (berkorelasi antar variabel lain) dapat dilihat pada gambar 7.

	Luas Lahan	Hirarki Jalan	Harga Lahan	Visibilitas	Tingkat Kesejahteraan Penduduk	Kepadatan Penduduk	Jarak Antar Mini Market
Luas Lahan		.001	.002	.010	.208	.261	.467
Hirarki jalan	.001		.035	.135	.111	.384	.245
Harga lahan	.002	.035		.075	.153	.006	.144
visibilitas	.010	.135	.075		.333	.430	.482
Tingkat kesejahteraan penduduk	.208	.111	.153	.333		.011	.247
Kepadatan penduduk	.261	.384	.006	.430	.011		.241
Jarak antar mini market	.467	.245	.144	.482	.247	.241	

Sumber : Hasil Analisis, 2015

Keterangan: Nilai dibawah 0,05 saling berkorelasi

Gambar 7. Matriks Korelasi

Dari hasil matriks korelasi dapat diputuskan bahwa jarak antar minimarket tidak berkorelasi dengan variabel yang lain disebabkan jarak antar minimarket dikondisi eksisting tidak berlaku, karena persaingan yang sangat membuat jarak antar minimarket menjadi tidak berlaku, variabel luas lahan, hirarki jalan, dan harga lahan menjadi saling berkorelasi karena pemilik minimarket dalam menentukan lokasi mempertimbangkan kondisi prasarana lokasi yang akan dibangun minimarket, variabel tingkat kesejahteraan penduduk dan kepadatan penduduk saling berkorelasi disebabkan faktor konsumen menjadi daya tarik minimarket dalam menjalankan bisnisnya. Selain pengecekan terhadap KMO and Bartlett test, dilakukan juga pengecekan *Anti Image matriks* untuk mengetahui apakah variabel – variabel secara parsial layak untuk dianalisis dan tidak dikeluarkan dalam pengujian. Berdasarkan tabel nilai MSA, terlihat bahwa dari 7 variabel yang akan dianalisis bisa dilihat pada tabel 4.8, terdapat 1 variabel yang memiliki nilai MSA < 0,5 yaitu variabel variabel kepadatan penduduk. Karena ada variabel yang nilai MSA nya < 0,5, maka variabel tersebut tidak dapat dianalisis lebih lanjut. Untuk lebih jelasnya tentang nilai MSA dapat dilihat pada tabel 4 dibawah ini.

Tabel 4. Nilai MSA Setelah Beberapa Variabel Dihilangkan

No.	Variabel	Nilai MSA
1	Luas lahan	0.643
2	Hirarki jalan	0.583
3	Harga lahan	0.640
4	Visibilitas	0.715
5	Tingkat kesejahteraan penduduk	0.537
6	Kepadatan penduduk	0.588
7	Jarak antar minimarket	0.463

Sumber : Hasil Analisis, 2015

Setelah 6 variabel dihilangkan maka akan dilihat kembali nilai KMO (Kaiser Meyer Olkin) dan The Barlets Test of Sphericity. Dapat dilihat pada tabel 3 berikut ini.

Tabel 5. Perbandingan Nilai KMO dan Barlett's test Sebelum dan Sesudah Variabel Dihilangkan

Indikator	Sebelum Tes Anti Image	Sesudah Tes Anti Image
	Nilai KMO (Kaiser Meyer Olkin)	0.594
The Barlets Test of Sphericity	39.899	27.067
Signifikansi	0.008	0.028
Keterangan	Signifikan dengan analisis faktor	Signifikan dengan analisis faktor

Sumber : Hasil Analisis, 2015

Dari hasil tabel 5 dapat disimpulkan bahwa menghilangkan variabel jarak antar minimarket, dapat meningkatkan nilai KMO (Kaiser Meyer Olkin). Nilai KMO meningkat dari 0.596 menjadi 0.666 yang artinya bahwa variabel tersebut layak untuk direduksi dan tidak bisa dianalisis lebih lanjut.

Setelah variabel jarak antar minimarket dikeluarkan, maka nilai KMO meningkat menjadi 0,666 dan tingkat signifikansi 0,028 (Lihat Tabel 4.10). Pengurangan variabel yang tidak layak meningkatkan nilai KMO sehingga cukup beralasan untuk melakukan pengurangan tersebut. Hal ini dapat menunjukkan bahwa keenam variabel lebih baik untuk dilakukan analisis faktor.

Penentuan atau pemilihan teknik analisis faktor yang akan digunakan dalam analisis adalah didasarkan pada kemampuan teknik tersebut dalam menjelaskan data yang ada serta tingkat keakuratan model analisis. Dalam penelitian ini metode yang digunakan untuk mengekstraksi dalam analisis faktor ini adalah dengan teknik *Principle Component Analysis* (PCA). Penentuan jumlah faktor didasarkan pada nilai eigen value yang lebih besar dari 1 (Ghozali, 2006:271). Jumlah faktor yang didasarkan pada kriteria tersebut adalah sebanyak 2 faktor.

Tabel 6. Nilai Ekstraksi Masing-masing Variabel

Variabel	Nilai Ekstraksi
Luas Lahan	0.822
Hirarki jalan	0.713
Harga lahan	0.722
Visibilitas	0.558
Tingkat kesejahteraan penduduk	0.490
Kepadatan penduduk	0.774

Sumber : Hasil Analisis, 2015

Ekstraksi faktor dipergunakan untuk menyatakan variabel-variabel baku dari faktor. Variabel yang memiliki faktor *loading* diatas 0,5 menunjukkan bahwa antara faktor dan variabel memiliki korelasi. Faktor *loading* dari masing-masing variabel dapat digunakan untuk menginterpretasikannya, namun masih sulit

untuk diinterpretasikan karena masih mempunyai korelasi dengan berbagai variabel. Karena alasan itulah maka diperlukan suatu rotasi faktor untuk menyederhanakan hasil tersebut serta agar mudah untuk diinterpretasikan.

Rotasi faktor yang digunakan adalah rotasi *varimax*. Rotasi *varimax* dipilih karena memberikan hasil yang lebih baik dibandingkan dengan teknik rotasi yang lain. Dengan rotasi *varimax* ini 2 faktor hasil analisis dapat dicerminkan oleh variabel-variabel dalam analisis. Lebih lanjut dalam analisis ini variabel yang akan digunakan adalah variabel yang mempunyai faktor *loading* minimum 0,5 bisa dilihat pada tabel 7.

Tabel 7. Nilai Ekstraksi Masing-masing Variabel

Variabel	component	
	1	2
Luas Lahan	.885	.047
Hirarki jalan	.650	.296
Harga lahan	.643	.338
Visibilitas	.671	-.180
Tingkat kesejahteraan penduduk	.181	.598
Kepadatan penduduk	-.065	.806

Sumber : Hasil Analisis, 2015

Berdasarkan dari tabel 7 diketahui yang masuk dalam faktor 1 adalah variabel yang memiliki faktor *loading* diatas 0,5 yaitu variabel luas lahan, variabel hirarki jalan, variabel harga lahan, variabel visibilitas, dari susunan variabel tersebut maka faktor 1 dinamakan faktor karakteristik lokasi, sedangkan pada faktor 2 meliputi variabel tingkat kesejahteraan penduduk dan kepadatan penduduk, dari susunan variabel tersebut maka faktor ini disebut faktor konsumen.

1. Faktor karakteristik lokasi
 - a. Luas lahan
 - b. Hirarki jalan
 - c. Harga lahan
 - d. Visibilitas
2. Faktor konsumen
 - a. Tingkat kesejahteraan penduduk
 - b. Kepadatan penduduk

KESIMPULAN

Diketahui Pola pertumbuhan minimarket di Kecamatan pamekasan dibagi menjadi dua periode dimana periode pertama yaitu tahun 2012 sampai tahun 2013 sebelum adanya Peraturan Daerah Kabupaten Pamekasan No. 22 Tahun 2013, minimarket terlihat lokasinya berada di jalan utama dekat dengan pusat kegiatan dimana untuk konsentrasi konsumen yang cukup tinggi, dikarenakan pusat kegiatan

merupakan pusat aktivitas, pusat kegiatan ekonomi dan kegiatan pendidikan dimana banyak orang melakukan aktivitas sehingga besar kemungkinan minimarket menggaet konsumen. Berada pada jalur lingkaran dalam dikarenakan pada jalur lingkaran luar merupakan jalan untuk memecah kendaraan besar supaya tidak masuk kota, jarak antar minimarket juga cukup berdekatan karena belum ada peraturan terkait lokasi minimarket. Untuk periode kedua mulai yaitu tahun 2014 sampai tahun 2015 setelah terbentuknya Peraturan Daerah Kabupaten Pamekasan No. 22 Tahun 2013 melalui pasal 4 dan Pasal 5 dimana mengatur tentang kriteria lokasi yang dibutuhkan serta jarak terhadap pasar tradisional dan toko kecil lokasi minimarket semakin banyak yang dibangun menjauhi pusat kegiatan.

Minimarket cenderung dibangun dekat dengan permukiman dengan kepadatan penduduk tinggi serta tingkat kesejahteraannya tinggi, tetap berada pada jalan kolektor tetapi sudah tidak pada jalur lingkaran dalam, lokasinya lebih tertata dibandingkan sebelum dibentuknya peraturan terkait minimarket. Dilihat terkait persebaran lokasi minimarket, dimana terdapat minimarket lokasinya cukup bersebelahan dengan minimarket lain yang menurut teori Hotteling fenomena ini minimarket mencoba menguasai pasar seluas-luasnya dengan cara berkompetisi dalam merebut pasar, dan presentase lokasinya bahwa 100% lokasi minimarket berada pada hirarki jalan kolektor primer. 22% berada di pusat kota, 30% berada pada range 0-2 km dari pusat kota, 40% berada di range 2-4 km dari pusat kota, 18% berada pada range 4-6 km dari pusat kota. 95% lokasi minimarket berada pada range 0-7 m jaraknya dari permukiman dan 5% berada pada range 7-14 m. 47,5% visibilitas dari minimarket sudah baik, 50% cukup dan 2,5% buruk. persebaran lokasi minimarket dan toko modern di Kecamatan Pamekasan cenderung berada di jalan kolektor, berada pada range 2-4 km dari pusat kota, sangat dekat dengan permukiman penduduk, visibilitasnya cukup, dan luas lokasinya diantara 50 m² - 80 m². Diketahui lokasi minimarket mengumpul pada 3 titik yaitu di jalan Trunojoyo, Jalan Joko Tole, dan jalan Stadion. Terdapat fenomena minimarket yang berada tepat di depan pasar tradisional dimana tidak sesuai dengan perda Kabupaten Pamekasan terkait minimarket dan toko modern.



Hasil analisis terhadap 6 variabel berdasarkan nilai ekstraksi faktor, variabel yang memiliki nilai ekstraksi faktor lebih dari 0,5 menjadi faktor yang berpengaruh dalam penentuan lokasi minimarket dan toko modern di Kecamatan Pamekasan menjadi menjadi 2 faktor yang berpengaruh dalam penentuan lokasi minimarket di Kecamatan Pamekasan, faktor tersebut adalah faktor karakteristik lokasi meliputi variabel luas lahan, variabel hirarki jalan, variabel harga lahan, variabel visibilitas, dan faktor yang kedua yaitu faktor konsumen

meliputi variabel kepadatan penduduk dan tingkat kesejahteraan penduduk. Dari hasil analisis faktor diketahui faktor apa yang berpengaruh dalam menentukan lokasi minimarket di Kecamatan Pamekasan yang saat ini lokasinya tidak sesuai dengan arahan Perda No.22 Tahun 2013 tentang penataan pasar tradisional, pusat perbelanjaan, dan toko modern sehingga terjadi pemusatan di beberapa titik dapat menimbulkan persaingan yang tidak sehat sehingga mematikan toko kecil dan pasar tradisional disebabkan oleh 2 faktor tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggar, K. (2012). *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap*
- Ghozali, Imam, 2006, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, edisi ke-4, Semarang, Badan Penerbit Undip.
- Peraturan Daerah Kabupaten Pamekasan No. 22 Tahun 2013.
- Peraturan Menteri Perdagangan No. 70 Tahun 2013 Tentang Pedoman Penataan Pasar Tradisional Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.
- Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern
- Utami, Christina Whidya. 2006. *Manajemen Ritel, Startegi dan Implementasi Ritel Modern*. Jakarta: Salemba Empat
- Robinson, Tarigan. 2005. *Perencanaan Pembangunan Wilayah*. Edisi Revisi. RTRW Kabupaten Pamekasan 2012-2032.
- Rustiadi, Ernan, dkk., 2009, *Perencanaan dan Pengembangan Wilayah*, Jakarta
- Santoso, Eko Budi dkk. 2012. *Diktat Analisis Lokasi Dan Keruangan (RP09-1209)*. Surabaya : Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota Institut Teknologi Sepuluh Nopember
- Setyawarman, Adityo., 2009, *Pola Sebaran dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Retail Modern (Studi Kasus Kota Surakarta)*, Depok
- Sirojuzilam. 2006. *Teori Lokasi*. USU Press. Medan
- Yunus, Hadi Sabari, 2004, *Struktur Tata Ruang*, Cetakan IV, Jogjakarta, Pustaka Pelajar Offset.