

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis karakteristik toko modern di Kota Malang dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan jumlah dan persebaran toko modern, jumlah toko modern di Kota Malang sebanyak 271 unit. Persebaran toko modern rata-rata berada dekat dengan permukiman penduduk dengan jarak rata-rata kurang dari 1 km.
2. Berdasarkan analisis skala pelayanan, skala pelayanan toko modern dapat melayani seluruh kelurahan di Kota Malang, namun terdapat 11 kelurahan yang tidak memiliki toko modern. 11 kelurahan tersebut dapat dilayani oleh *supermarket* yang berada di wilayah kecamatan masing-masing. Kapasitas pelayanan toko modern rata-rata di Kota Malang sebesar 188,31%, hal ini berarti toko modern di Kota Malang bisa melayani jumlah penduduk eksisting di Kota Malang.
3. Berdasarkan analisis fasilitas pelayanan toko modern, *minimarket* dan *supermarket* di Kota Malang telah memenuhi dari luas lantai. Akan tetapi fasilitas pelayanan berupa luas parkir toko modern di Kota Malang belum memenuhi standar fasilitas pelayanan karena memiliki luas parkir rata-rata kurang dari 60 m<sup>2</sup> yaitu pada, *Minimarket* Kecamatan Blimbing, Kecamatan Sukun dan Kecamatan Kedungkandang.

Berdasarkan hasil analisis preferensi dan orientasi masyarakat dalam pemilihan toko modern dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Orientasi masyarakat terhadap pemilihan lokasi toko modern di Kota Malang sebesar 87,33% melakukan kegiatan berbelanja didalam kecamatan. Sebesar 10,82% melakukan kegiatan berbelanja diluar kecamatan. Orientasi masyarakat Kecamatan Blimbing berbelanja didalam kecamatan itu sendiri relatif besar (69,70%) dan berbelanja di luar sebesar 30,301%, Kecamatan Lowokwaru memiliki orientasi berbelanja di dalam relatif besar (93,33%) dan berbelanja diluar sebesar 6,67%, Kecamatan Sukun memiliki orientasi berbelanja didalam relatif besar (78,26%) dan berbelanja diluar sebesar 21,74%, Kecamatan Klojen memiliki orientasi berbelanja didalam relatif besar (97,73%) dan berbelanja di dalam sebesar

orientasi berbelanja didalam relatif besar (97,73%) dan berbelanja di dalam sebesar 2,27% dan Kecamatan Kedungkandang memiliki orientasi berbelanja didalam relatif besar (97,62%) dan berbelanja diluar sebesar 2,38%.

2. Preferensi masyarakat Kota Malang terhadap pemilihan toko modern sebagai lokasi berbelanja rata-rata sebesar 48,58%. Kecamatan Blimbing sebesar 52,85%. Kecamatan Lowokwaru sebesar 49,12%, Kecamatan Sukun sebesar 38,03%, Kecamatan Sukun Sebesar 51,34% dan Kecamatan Kedungkandang sebesar 51,56%. Preferensi kebutuhan harian masyarakat Kota Malang terhadap toko modern tertinggi yaitu makanan kecil dan minuman ringan sebesar 92,80% dan sembako sebesar 78,16%.
3. Analisis *Cluster* didapatkan dari hasil faktor terkait berdasarkan preferensi dan orientasi masyarakat pada setiap kecamatan di Kota Malang. Berikut merupakan kesimpulan analisis *cluster* Kota Malang:

Tabel 5. 1 Kesimpulan Analisis *Cluster* Faktor Terkait Pemilihan Toko Modern Kota Malang

No	Kecamatan	Faktor	Cluster	Kelurahan	Keterangan
1	Blimbing	1. Lama belanja	1	1. Balarjosari	<i>Cluster</i> 1 memiliki faktor terkait yang lebih tinggi dibanding pada <i>cluster</i> 2
		2. Ketersediaan pendingin ruangan		2. Kesatrian	
		3. Ketersediaan CCTV		3. Jodipan	
		4. Ketersediaan parkir		4. Polowijen	
		5. Jumlah promo/diskon		5. Arjosari	
		6. Keterjangkauan harga	6. Purwantoro	7. Purwodadi	
		7. Gaya hidup	8. Polehan	9. Blimbing	
2	Lowokwaru	1. Lama belanja	1	1. Bunulrejo	<i>Cluster</i> 1 memiliki pendidikan terakhir yang lebih tinggi dibanding pada <i>cluster</i> 2
		2. Pendidikan terakhir		2. Pandanwangi	
		3. Pendapatan responden		1. Merjosari	
		4. Pengeluaran keluarga		2. Tlogomas	
				3. Tunjungsekar	
			4. Jatimulyo		
			5. Lowokwaru		
3	Sukun	1. Jumlah promo/diskon	1	1. Ketawanggede	<i>Cluster</i> 1 memiliki faktor terkait pemilihan toko modern lebih tinggi dibanding pada <i>cluster</i> yang ke 2
		2. Keterjangkauan harga		2. Sumpersari	
		3. Penataan rak barang		3. Mojolangu	
		4. Jumlah pramuniaga		4. Tulusrejo	
		5. Keramahan pramuniaga		5. Tunggulwulung	
			6. Tasikmadu		
			7. Dinoyo		
		2	1. Mulyorejo		
			2. Bandungrejosari		
			3. Karangbesuki		
			4. Gadang		
			5. Bandulan		
			6. Tanjungrejo		
			7. Bakalan Krajan		
			8. Ciptomulyo		
			9. Pisangcandi		
			1. Kebonsari		

No	Kecamatan	Faktor	Cluster	Kelurahan	Keterangan
4	Klojen	1. Lama belanja 2. Waktu tempuh 3. Frekuensi belanja 4. Jarak toko modern	1	2. Sukun	Kecenderungan berbelanja toko modern cluster 2 lebih tinggi dibanding cluster 1
				1. Kiduldalem	
				2. Samaan	
				3. Penanggungan	
				4. Kauman	
			2	5. Oro-Oro Dowo	
				6. Sukoharjo	
				7. Kasin	
				8. Bareng	
				1. Rampalcelaket	
5	Kedungkandang	1. Kebersihan lantai 2. Kebersihan rak barang 3. Kebersihan produk	1	1. Wonokoyo	Cluster 1 memiliki kecenderungan berbelanja di toko modern lebih tinggi dibanding cluster 2
				2. Tlogowaru	
				3. Cemorokandang	
				4. Bumiayu	
				5. Lesanpuro	
			2	6. Madyopuro	
				7. Kedungkandang	
				8. Mergosono	
				9. Buring	
				10. Sawojajar	
				1. Kotalama	
				2. Arjowinangun	

## 5.2 Saran

### 5.2.1 Rekomendasi

1. Pada Kecamatan Klojen dan Kecamatan Lowokwaru memiliki pelayanan sangat tinggi dan memiliki preferensi cukup rendah, yang berarti jumlah toko modern yang ada pada Kecamatan Klojen dan Kecamatan Lowokwaru perlu dibatasi.
2. Kecamatan Sukun dan Kecamatan Kedungkandang memiliki pelayanan toko modern cukup rendah sedangkan memiliki preferensi cukup tinggi, sehingga diarahkan adanya penambahan toko modern yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat di masing-masing kecamatan tersebut.

### 5.2.2 Penelitian Lanjutan

1. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan mengkaji tentang kualitas pelayanan toko modern berupa promosi yang dilakukan toko modern dalam menarik minat konsumen, adanya musik dan pencahayaan. Dengan adanya penambahan komponen kualitas pelayanan tersebut akan berpengaruh terhadap orientasi masyarakat.

2. Pada penelitian ini menggunakan derajat kepercayaan sebesar 94%. Pada penelitian selanjutnya diharapkan dalam menghitung jumlah sampel yaitu menggunakan derajat kepercayaan 95%. Dengan derajat kepercayaan 95% memiliki jumlah *sample* yang lebih besar sehingga lebih dapat mewakili populasi.

