

**ANALISIS PREFERENSI MASYARAKAT TERHADAP MINIMARKET
DAN TOKO KELONTONG DI JL.HR SOEBRANTAS KECAMATAN
TAMPAN KOTA PEKANBARU**

TUGAS AKHIR

*Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Pada
Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota Fakultas Teknik Universitas
Islam Riau*



OLEH

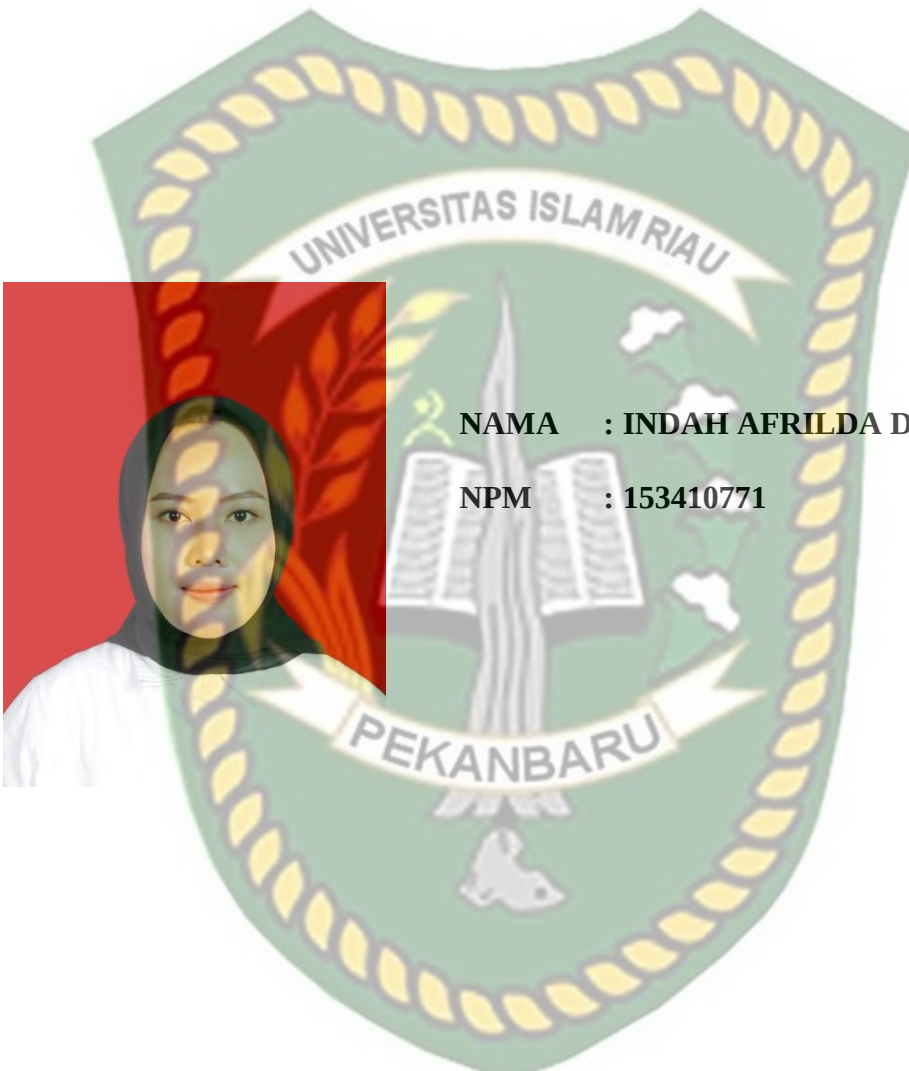
INDAH AFRILDA DEWI

NPM :153410771

**PROGRAM STUDI PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA
FAKULTAS TEKNIK UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU**

2022

**ANALISIS PREFERENSI MASYARAKAT TERHADAP *MINIMARKET* DAN
TOKO KELONTONG DI JL.HR SOEBRANTAS KECAMATAN TAMPAN
KOTA PEKANBARU**



NAMA : INDAH AFRILDA DEWI

NPM : 153410771

PROGRAM STUDI PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA

FAKULTAS TEKNIK

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

PEKANBARU

2022

LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS PREFERENSI MASYARAKAT TERHADAP *MINIMARKET* DAN
TOKO KELONTONG DI JL.HR SOEBRANTAS KECAMATAN TAMPAN
KOTA PEKANBARU**

TUGAS AKHIR

Disusun Oleh :



INDAH AFRILDA DEWI

NPM. 153410771

Disetujui Oleh :

PEMBIMBING



FEBBY ASTERIANI, ST., M.T

Disahkan Oleh :

KETUA PROGRAM STUDI



PUJI ASTUTI, ST., MT

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Indah Afrilda Dewi
Tempat/ Tgl Lahir : Rumbio, 29 April 1997
NPM : 153410771
Alamat : Jl. Karya 1, Gg. Tanjung, Kel. Simpang Tiga, Kec.
Bukit Raya, Kota Pekanbaru, Riau

Adalah mahasiswa Universitas Islam Riau yang terdaftar pada :

Fakultas : Teknik
Program Studi : Perencanaan Wilayah Dan Kota
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S1)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tugas akhir yang saya tulis ini adalah benar dan asli dengan judul **“ANALISIS PREFERENSI MASYARAKAT TERHADAP MINIMARKET DAN TOKO KELONTONG DIJL.HR SOEBRANTAS KECAMATAN TAMPAN KOTA PEKANBARU”**

Apabila dikemudian hari ada yang merasa dirugikan dan atau menuntut karena tugas akhir saya ini menggunakan sebagian dari hasil tulisan atau karya orang lain (**Plagiat**) tanpa mencantumkan nama penulisnya, maka saya akan menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Pekanbaru, 28 Maret 2022



Indah Afrilda Dewi

153410771

**ANALISIS PREFERENSI MASYARAKAT TERHADAP *MINIMARKET*
DAN TOKO KELONTONG DI JL.HR SOEBRANTAS KECAMATAN
TAMPAN KOTA PEKANBARU**

INDAH AFRILDA DEWI

NPM: 153410771

**Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota
Fakultas Teknik Universitas Islam Riau**

ABSTRAK

Pertumbuhan perdagangan di Kota Pekanbaru terus meningkat pertahunnya seiring dengan pertumbuhan penduduk. Dimana lokasi keberadaan *minimarket* dan toko kelontong yang cenderung berdekatan. Hal ini menimbulkan persaingan antar *minimarket* dan toko kelontong yang dapat memengaruhi keberlangsungan toko kelontong di Jl.HR.Soebrantas Kecamatan Tampan. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh keberadaan *minimarket* terhadap keberlangsungan usaha toko kelontong disekitarnya dengan sasaran (1) mengidentifikasi persebaran lokasi *minimarket* dan toko kelontong di Jl.HR.Soebrantas (2) mengidentifikasi kesesuaian lokasi *minimarket* terhadap toko kelontong di Jl.HR.Soebrantas (3) menganalisis pengaruh keberadaan *minimarket* terhadap keberlangsungan usaha toko kelontong di sekitarnya

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan teknik analisis pemetaan untuk menganalisis keberadaan *minimarket* dan toko kelontong, teknik analisis buffer untuk menganalisis kesesuaian lokasi menggunakan aplikasi ArcGIS, dan analisis skoring selanjutnya teknik pengambilan sampel dilakukan menggunakan *random sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 50 responden menggunakan analisis distribusi frekuensi dan analisis skoring untuk mengetahui penilaian responden terhadap kinerja *minimarket* dan toko kelontong .

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberadaan *minimarket* di Jl.HR.Soebrantas Kecamatan Tampan ditandai dengan menjamurnya *minimarket* berjenis Indomaret dan Alfamart. Pertumbuhan yang terjadi mengakibatkan kesesuaian lokasi *minimarket* rendah karena berdekatan dengan perdagangan lain terutama toko kelontong disekitarnya dengan kepadatan penduduk rendah. Hal tersebut berpengaruh dalam preferensi masyarakat dengan hasil penilaian yang lebih unggul terhadap *minimarket* (Alfamart dan Indomaret), terutama pada manajemen dan fasilitas yang diberikannya dan dapat diasumsikan terjadinya persaingan dan berpengaruh terhadap keberlangsungan toko kelontong di sekitar *minimarket*.

Kata Kunci : *Minimarket*, Toko kelontong, Kesesuaian Lokasi, Keberadaan

**ANALISIS OF COMMUNITY PREFERENCES FOR *MINIMARKETS* AND
GENERAL SHOPS AT JL. HR SOEBRANTAS, TAMPAN DISTRICT,
PEKANBARU CITY**

By:

INDAH AFRILDA DEWI

NPM: 153410771

**Urban and Regional Planning Study Program
Faculty of Engineering, Islamic University of Riau**

ABSTRACT

Trade growth in Pekanbaru City continues to increase annually in line with population growth. Where is the location of the existence of *minimarkets* and grocery stores which tend to be close together. This creates competition between *minimarkets* and grocery stores which can affect the sustainability of the grocery store on Jl. HR. Soebrantas, Tampan District. The purpose of this study was to analyze the effect of the existence of *minimarkets* on the business continuity of the surrounding grocery stores with the objectives of (1) identifying the distribution of *minimarkets* and grocery stores on Jl.HR.Soebrantas (2) identifying the suitability of the location of *minimarkets* with grocery stores on Jl.HR.Soebrantas (3) analyze the effect of the existence of *minimarkets* on the sustainability of the grocery store business in the vicinity

. This research uses a quantitative approach, with mapping analysis techniques to analyze the presence of *minimarkets* and grocery stores, buffer analysis techniques to analyze location suitability using the ArcGIS application, and scoring analysis. *random sampling* with a sample of 50 respondents using frequency distribution analysis and scoring analysis to determine the respondents' assessment of the performance of *minimarkets* and grocery stores.

The results showed that the existence of *minimarkets* on Jl. HR. Soebrantas, Tampan District was marked by the proliferation of *minimarkets* of the Indomaret and Alfamart types. The growth that occurred resulted in the low suitability of the minimarket location because it was close to other trades, especially the grocery store around it with a low population density. This has an effect on people's preferences with superior assessment results on *minimarkets* (Alfamart and Indomaret), especially on the management and facilities they provide and it can be assumed that competition will occur and affect the sustainability of grocery stores around *minimarkets*.

Keywords: *Minimarket*, Grocery store, Location suitability, Presence

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah kepada Allah *Subhanahu Wa Ta'ala* yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga dapat menyusun dan menyelesaikan tugas akhir ini.. Tugas akhir ini diajukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu bidang Perencanaan Wilayah dan Kota Fakultas Teknik Universitas Islam Riau (UIR). Adapun judul tugas akhir ini adalah “Analisis Pengaruh Keberadaan Minimarket Terhadap Keberlangsungan Usaha Toko Kelontong Di sekitarnya (Studi kasus: JL.HR.Soebrantas Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru)”.

Dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan penulis. Penulis menyadari bahwa di dalam proses penyusunan Tugas Akhir tidak lepas dari bantuan dari beberapa pihak, baik bimbingan, dan dukungan motivasi yang sangat berharga dari pengajuan judul skripsi hingga penyusunan laporan skripsi ini. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada orang-orang yang penulis hormati dan sayangi yang membantu secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada :

1. Ayahanda Alm.Lelo Alam Hasibuan dan Ibunda Sinarni yang sangat penulis cintai, yang selalu memberikan dukungan, dan yang selalu mendo'akan serta selalu memberikan semangat yang luar biasa kepada penulis

2. Bapak Prof. Dr. H. Syafrinaldi, SH.,MCI. selaku Rektor Universitas Islam Riau.
3. Bapak Dr. Eng. Muslim selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Islam Riau periode Tahun 2020-2024 dan Bapak Ir. H. Abdul Kudus Zaini, MT., MS.Trselaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Islam Riau periode sebelumnya.
4. Ibu Puji Astuti, ST.,MT. selaku Ketua Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota Fakultas Teknik Universitas Islam Riau.
5. Ibu Febby Asteriani, ST.,MT selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta dukungan kepada penulis
6. Ibu Mira Hafizhah Tanjung, ST.,Msc selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta dukungan kepada penulis
7. Ibu Puji Astuti, ST.,MT dan Ibu Rona Muliana, ST.,MT. selaku Dosen Penguji I dan Dosen Penguji II yang telah memberikan masukan serta arahan kepada penulis sehingga tugas akhir ini bisa menjadi lebih baik lagi.
8. Kepada seluruh Dosen dan Staf Tata Usaha Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota Fakultas Teknik Universitas Islam Riau atas segala ilmu, pengetahuan, pengalaman, serta pelayanannya selama penulis belajar pada fase perkuliahan ini.
9. Adik-adik ku Melisa Hera Wanti, S.Tr.Gz, Muhammad Raja Halomoan, Diana Aisyah Putri, Muhammad Tan'im, yang selalu memberikan dukungan, do'a dan semangat serta selalu bersama penulis.

10. Teman-teman Planologi 2015 khususnya Planbee (Planologi B), kebersamaan, suka dan duka serta cerita yang terajut bersama tidak akan pernah hilang dan terlupakan. Sukses untuk semua teman-teman ku!
11. Keluarga Besar Himpunan Mahasiswa Planologi (HIMPLAN) UIR, sukses terus untuk semua senior dan junior yang sudah bergabung dan membanggakan Planologi.
12. Sahabat seperjuangan dari awal kuliah hingga akhir Eli, Nia, May, Nunun, Dinda, Vina, Thalia, ica, uci, ocu, trik, kojek, dicky, hadiq, yoga terimakasih atas cerita, cinta dan perhatian kalian sukses untuk kita !
13. Tim survei lapangan Eli, May, Shinta, Thalia yang sudah sangat membantu penulis dalam pengumpulan data observasi selama 3 hari.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih ada kekurangannya. Oleh karena itu kritikan, masukan dan saran sudah sepatutnya diterima untuk memperbaiki laporan ini menjadi lebih sempurna. Penulis berharap agar skripsi dapat bermanfaat bagi kita semua.

Pekanbaru, 28 Maret 2022



INDAH AFRILDA DEWI

NPM :153410771

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Batasan Masalah dan Rumusan Masalah.....	9
1.2.1 Batasan Masalah.....	9
1.2.2 Batasan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Sasaran Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	11
1.6 Ruang Lingkup Penelitian.....	11
1.6.1 Ruang Lingkup Wilayah.....	12
1.6.2 Ruang Lingkup Materi.....	16
1.7 Kerangka Berpikir Penelitian.....	17
1.8 Sistematika Penulisan.....	19
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	21
2.1 Minimarket.....	21
2.2 Usaha Toko Kelontong.....	26
2.3 Preferensi Masyarakat Terhadap Minimarket dan Toko Kelontong.....	27

2.4	Defenisi Preferensi Konsumen.....	27
2.5	Lokasi	31
2.5.1	Penentuan Lokasi Minimarket	32
2.5.2	Teori Tempat Lokasi	34
2.5.3	Penentuan Lokasi Perdagangan yang Melayani Pelanggan	35
2.5.4	Unsur Daerah Pasar Dalam Teori Lokasi.....	35
2.6	Ketergantungan Lokasi dan Keseimbangan Spasiali	36
2.6.1	Ketergantungan Lokasi	36
2.6.2	Teori Melvin Greenhut.....	37
2.7	Aksesibbilitas	38
2.8	Peraturan Perundangan yang Mengatur Unit Usaha	40
2.9	Pemetaan.....	46
2.10	Sintesis Teori.....	47
2.11	PenelitianTerdahulu.....	49
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN.....	54
3.1	Pendekatan Metode Penelitian	54
3.2	Lokasi dan Waktu Penelitian	55
3.3	Metode Penelitian.....	55
3.4	Jenis Data dan Sumber Data	56
3.4.1	Jenis Data	56
3.4.2	Sumber Data	57
3.5	Alat dan BahanPenelitian	60
3.6	Metode Penentuan Lokasi Penelitian	60

3.7	Metode Pengumpulan Data.....	61
3.8	Populasi Sampel dan Teknik Penentuan Jumlah Sampel	62
3.8.1	Populasi	62
3.8.2	Sampel.....	63
3.9	Variabel Penelitian	64
3.10	Metode Analisis	65
3.10.1	Pemetaan dengan ArcGIS	65
3.10.2	Analisis Skoring	68
3.10.3	Analisis Distribusi Frekuensi	71
BAB IV	GAMBARAN UMUM	74
4.1	Gambaran Umum Kota Pekanbaru	74
4.1.1	Letak dan Luas	74
4.2	Gambaran Umum Kecamatan Tampan.....	78
4.3	Minamarket (Alfamart dan Indomaret).....	80
4.4	UMKM dan Usaha Toko Kelontong di Jl.HR.Soebrantas	83
BAB V	HASIL DAN PEMBAHASAN	86
5.1	Identifikasi Penyebaran Minimarket dan Toko Kelontong yang Terletak di Jl.HR.Soebrantas	86
5.2	Teridentifikasi Kesesuaian Lokasi Minimarket Terhadap Toko Kelontong di Jl.HR.Soebrantas	95
5.2.1	Kesesuaian Lokasi Berdasarkan Kepadatan Penduduk.....	96
5.2.2	Kesesuaian Lokasi Berdasarkan Keberadaan Minimarket	105

5.2.3	Kesesuaian Lokasi Berdasarkan Keberadaan Keterjangkauan Minimarket terhadap Toko Kelontong	111
5.3	Menganalisis Preferensi Masyarakat Terhadap Minimarket dan Toko Kelontong di Sekitarnya	124
5.3.1	Karakteristik Responden Masyarakat	126
5.3.2	Preferensi Konsumen	131
5.3.3	Uji Validitas Data	143
5.3.4	Uji Reliabilitas	145
BAB VI	PENUTUP	147
6.1	Kesimpulan.....	147
6.2	Saran	149
DAFTAR PUSTAKA.....		150

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Peta Kecamatan Tampan.....	14
Gambar 1.2	Peta Orientasi Wilayah Jl.Subrantas Kecamatan Tampan	15
Gambar 1.3	Kerangka Berfikir Studi	18
Gambar 3.1	Sketsa Analisis <i>Buffer</i> dalam Penelitian.....	68
Gambar 4.1	Peta Administrasi Kota Pekanbaru	77
Gambar 5.1	Kondisi Eksisting Minimarket di Jl.HR.Soebrantas	88
Gambar 5.2	Peta Persebaran Minimarket di Koridor Jl.HR.Soebrantas	89
Gambar 5.3	Kondisi Eksisting Toko Kelontong Jl.HR.Soebrantas	93
Gambar 5.4	Peta Persebaran Toko Kelontong di Koridor Jl.HR.Soebrantas	94
Gambar 5.5	Peta Kesesuaian Lokasi Berdasarkan Kepadatan Penduduk di Jl.HR.Soebrantas	104
Gambar 5.6	Peta Persebaran Minimarket di Koridor Jl.HR.Soebrantas	106
Gambar 5.7	Peta Persebaran Toko Kelontong di Koridor Jl.HR.Soebrantas ..	107
Gambar 5.8	Peta Kesesuaian Lokasi Minimarket Terhadap Toko Kelontong Berdasarkan Radius di Koridor Jl.HR.Soebrantas	112

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Sintetis Teori.....	48
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu	50
Tabel 3.1	Data Sekunder dalam Penelitian	57
Tabel 3.2	Data yang Dibutuhkan.....	59
Tabel 3.3	Variabel Penelitian.....	64
Tabel 3.4	Ketentuan Pembobotan Kesesuaian Lokasi	70
Tabel 3.5	Desain Penelitian	73
Tabel 4.1	Jumlah Penduduk di Kecamatan Tampan	80
Tabel 5.1	Lokasi Minimarket (Alfamart dan Indomaret) di Jl.HR.Soebrantas.....	87
Tabel 5.2	Lokasi Usaha Toko Kelontong di Jl.HR.Soebrantas	90
Tabel 5.3	Kepadatan Penduduk Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru	96
Tabel 5.4	Klasifikasi Kepadatan Penduduk Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru	98
Tabel 5.5	Analisis Kesesuaian Lokasi Minimarket Berdasarkan Kepadatan Penduduk.....	98
Tabel 5.6	Analisis Kesesuaian Lokasi Usaha Toko Kelontong Berdasarkan Kepadatan Penduduk.....	100
Tabel 5.7	Kesesuaian Lokasi Berdasarkan Keberadaan Minimarket	108
Tabel 5.8	Kesesuaian Lokasi Berdasarkan Keterjangkauan Minimarket (Alfamart dan Indomaret) terhadap Toko Kelontong	109

Tabel 5.9	Kesesuaian Lokasi Berdasarkan Keterjangkauan <i>Minimarket</i> (Alfamart dan Indomaret) terhadap Toko Kelontong	113
Tabel 5.10	Kesesuaian Lokasi Berdasarkan Keterjangkauandan <i>Minimarket</i> (Alfamart dan Indomaret) terhadap Toko Kelontong	114
Tabel 5.11	Rekapitulasi Hasil Analisis Kesesuaian Lokasi <i>Minimarket</i>	117
Tabel 5.12	Rekapitulasi Hasil Analisis Kesesuaian Lokasi Toko Kelontong	120
Tabel 5.13	Jenis Kelamin	126
Tabel 5.14	Usia Responden	127
Tabel 5.15	Tingkat Pendidikan	128
Tabel 5.16	Pekerjaan	128
Tabel 5.17	Tempat Tinggal.....	129
Tabel 5.18	Jenis Toko yang Sering diKunjungi.....	130
Tabel 5.19	Seberapa Sering Berkunjung ke Toko.....	130
Tabel 5.20	Analisis Skoring Penilaian Responden Terhadap Keberadaan <i>Minimarket</i> dan Toko Kelontong	134
Tabel 5.21	Analisis Skoring Penilaian Responden Terhadap Daya Beli <i>Minimarket</i> dan Toko Kelontong	136
Tabel 5.22	Analisis Skoring Penilaian Responden Terhadap Manajemen <i>Minimarket</i> dan Toko Kelontong	139
Tabel 5.23	Rekapitulasi Hasil Penilaian Responden Terhadap <i>Minimarket</i> dan Toko Kelontong	141
Tabel 5.24	Uji Validitas Kuesioner	145

Tabel 5.25	Uji Reliabilitas	145
------------	------------------------	-----



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perdagangan dikalangan masyarakat telah berkembang seiring dengan pertumbuhan penduduk, sehingga memungkinkan adanya kegiatan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari masyarakat, perdagangan dan jasa tersebut dapat berupa pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan toko modern. Tipe dari *minimarket* berdasarkan kepemilikan yaitu *single store*, rantai toko dan toko waralaba (Sujana, 2005)

Dewasa ini yang sedang merajalela untuk dunia bisnis *franchise* yaitu usaha yang bergerak dibidang *minimarket*. Keberadaan *minimarket* telah menyebar di kota – kota besar di Indonesia . Biasanya dimiliki oleh pemegang modal besar ataupun para investor. Mereka dengan mudah mengembangkan usahanya dan menambahkan jaringan usahanya yang lebih besar dengan modal ini. *Minimarket* yang tumbuh pesat saat ini berlomba menawarkan sistem waralaba yang memungkinkan para pemilik modal lainnya ikut melebarkan usahanya demi mendapatkan laba yang lebih besar.

Berbelanja di *minimarket* semakin menjadi *trend* seiring perubahan orientasi berbelanja masyarakat perkotaan. Dulu, konsumen selalu mengejar harga murah, namun dengan kemajuan dan pertumbuhan perekonomian kota, harga murah tidak menjadi pertimbangan utama. Daya tarik selama decade terakhir adalah Faktor kenyamanan berbelanja yang sangat diminati. Hal ini yang membuat konsumen lebih memilih untuk berbelanja di toko modern daripada ke warung atau toko kelontong.

Dengan demikian, *minimarket* adalah sebuah jenis toko yang menggabungkan konsep swalayan dalam skala kecil dengan target pasar yang sama dengan target “warung atau kios” pada pasar tradisional, oleh karena itu usaha *minimarket* pada dasarnya dilakukan oleh pengusaha kelas menengah ke atas, bukan untuk pengusaha mikro atau kecil, yang selama ini bergerak pada mereka bergelut di dataran di pasar tradisional. Modal besar yang dimiliki oleh *minimarket* kemungkinan konsep *minimarket* cenderung memiliki fasilitas dan pelayanan yang lebih menarik konsumen lebih baik dibanding pasar tradisional. Tumbuhnya minat berbelanja di *minimarket* pada masyarakat tergantung fasilitas apa yang diberikan ketika konsumen memutuskan membeli produk. Tidak hanya pelayanan yang baik, keamanan yang terjaga namun juga memahami dan memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen dengan selalu mengikuti perubahan yang terjadi dan mampu mengetahui kebutuhan konsumen (Purwanti, 2011).

Salah satu Provinsi yang saat ini sedang mengalami perkembangan pembangunan ialah Provinsi Riau tepatnya di Kota Pekanbaru yang juga merupakan ibukota Provinsi Riau. Berbagai jenis pembangunan dibidang pusat-pusat perbelanjaan di berbagai daerah pekanbaru. Seperti bentuk pembangunan yang banyak ditemui di Kecamatan Tampan khususnya di Jl.HR.Soebrantas Pekanbaru ialah berupa bangunan yang bertemakan sebagai pusat perbelanjaan dalam bentuk Alfamart dan Indomaret.

Peneliti melakukan pengamatan dimana terdapat beberapa Alfamart dan Indomaret yang didirikan di kecamatan Tampan, Jl.HR.Soebrantas. adapun jumlahnya yaitu terdiri dari 10 Alfamart dan 9 Indomaret yang sudah beroperasi

dengan baik. Kedua *minimarket* tersebut merupakan usaha yang tergabung dalam jenis usaha waralaba adalah bentuk kerja sama bisnis dan usaha antara pemilik dan merek dengan memakai prinsip kemitraan. Perusahaan ini sudah memiliki manajemen yang cukup baik.

Pembangunan Alfamart dan Indomaret di berbagai daerah khususnya di Kecamatan Tampan, Jl.HR.Soebrantas, merupakan sesuatu hal yang bernilai positif. Dimana dengan adanya tempat perbelanjaan tersebut akan semakin memudahkan masyarakat dalam proses pemenuhan kebutuhan hidupnya di bidang barang dan jasa, karena Alfamart dan Indomaret menyediakan berbagai produk yang banyak kita butuhkan dalam kehidupan sehari-hari seperti berbagai kebutuhan pokok dapur, alat tulis, kosmetik dan lain-lain. Selain itu Alfamart dan Indomaret juga diketahui memberikan pelayanan yang baik bagi pelanggan. Hal ini tentu saja menjadi keunggulan tersendiri sehingga menjadi tolak ukur bagi masyarakat untuk lebih memilih berbelanja di Alfamart dan Indomaret.

Melihat hal tersebut, keberlangsungan warung tradisional maupun toko kelontong yang berdiri sendiri akan mengalami penurunan. Hal ini dikarenakan munculnya toko modern yang dinilai cukup potensial oleh para pebisnis ritel. Ritel modern yang mengalami pertumbuhan cukup pesat saat ini adalah *minimarket* dengan konsep waralaba atau *franchise*.

Usaha toko kelontong sendiri merupakan usaha yang beroperasi dengan penawaran berbagai jenis barang. Pada dasarnya barang yang dijual hampir sama jenisnya dengan barang yang ada di Alfamart dan Indomaret. Toko kelontong

biasanya terdiri dari penjualan dalam skala yang cukup kecil, selain itu diketahui tidak memiliki fasilitas yang memadai untuk memuaskan pelanggan.

Di sisi lain peran usaha kecil dan menengah (UKM) khususnya usaha kecil yang bergerak dalam penyediaan barang kebutuhan sehari-hari di Indonesia mampu menyumbang sangat banyak kesempatan kerja dan menjadi salah satu sumber bagi penciptaan pendapatan (Tambunan, 2002). Hal ini disebabkan warung/toko tradisional menggunakan tenaga kerja lokal dan pemasok barang dari pengusaha lokal sehingga secara langsung berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi lokal (Civic Economics, 2002).

Bersamaan dengan hal tersebut juga ditemui pembangunan Alfamart dan Indomaret di lokasi yang sama yaitu di Jl.HR.Soebrantas. Dimana kita ketahui sendiri sejauh ini Alfamart dan Indomaret juga menjual produk-produk atau barang yang sama dengan dagangan yang dijual di kios-kios atau toko kelontong seperti beras, minyak, gula, alat mandi, rokok telur dan bahan-bahan pokok lainnya.

Ritel modern jenis *minimarket* waralaba berdampak pada ritel tradisional seperti toko kelontong dikarenakan ritel besar mempunyai kelebihan antara lain harga yang kompetitif, sistem jaringan yang lebih bagus. Sedangkan ritel tradisional di Indonesia masih bermasalah dengan internal pasar seperti buruknya manajemen pasar, sarana dan prasarana pasar yang sangat minim. Maka dari itu untuk menjaga keseimbangan dari pertumbuhan industri ritel dan keberlangsungan toko kelontong pemerintah diharuskan membuat kebijakan yang memfasilitasi keberadaan ritel tradisional tanpa harus menghambat kehadiran industri-industri usaha ritel di Indonesia, yaitu seperti pemerintah memberikan subsidi kepemilikan kios dan juga

dengan penjualan kepada masyarakat. Karena *minimarket* dan toko kelontong merupakan alternatif tempat berbelanja bagi masyarakat.

Kedua toko tersebut juga berdagang pada lokasi yang sama. Hal tersebut akan menimbulkan terancamnya keberlangsungan usaha toko kelontong dikarenakan pihak Alfamart dan Indomaret memiliki fasilitas dan pelayanan yang lebih memadai dibandingkan dengan toko kelontong seperti tempat yang nyaman, kopi gratis, pelayanan yang baik, wifi pada sebagian Alfamart dan Indomaret, diskon dan lain sebagainya.

Untuk menanggulangi ketimpangan antara toko modern dan toko kelontong maka telah diatur dalam Perpres No 112 tahun 2007 tentang penataan dan pembinaan pasar tradisional pusat perbelanjaan dan toko modern, yang menyebutkan bahwa pada setiap pasar modern wajib memperhatikan kondisi sosial ekonomi masyarakat disekitarnya, keberadaan pasar tradisional dan jarak antara toko modern dengan warung dan toko kelontong yang telah ada sebelumnya. Di dalam Perpres tersebut diatur secara ketentuannya baik dari segi perizinan, aturan lokasi, amdal, dan dampak bagi pelaku penjual eceran.

Pertumbuhan perekonomian di Kota Pekanbaru berpengaruh terhadap tingginya aktivitas perekonomian dan perdagangan. Tingginya aktivitas perekonomian dan perdagangan di Kota Pekanbaru berdampak pada tumbuhnya sektor perdagangan di Wilayah Kota Pekanbaru. Sektor perdagangan merupakan salah satu sektor yang dominan dalam struktur perekonomian Kota Pekanbaru.

pemerintah sangat berperan penting dalam masalah yang sedang dihadapi oleh ritel tradisional, agar kinerja para pedagang kecil tidak menurun adalah dengan

melakukan penertiban terhadap pendirian gerai *minimarket* khususnya Indomaret dan Alfamart. Sebagaimana Perpres No. 112/2007 tentang penataan dan pembinaan pasar tradisional pusat perbelanjaan dan toko modern, sebagaimana yang terdapat pada pasal 1 ayat 12 yang tentang peraturan zona, yang diharapkan mampu melindungi pedagang tradisional. Dengan membuat peraturan-peraturan yang diperlukan untuk melindungi usaha kecil, pemerintah mencegah terjadinya penguasaan pasar dan pemusatan usaha oleh orang perseorangan dan kelompok tertentu yang merugikan ritel tradisional.

Permasalahan yang dapat ditimbulkan dengan adanya persaingan ritel modern dan tradisional salah satunya adalah adanya pengalihan konsumen terhadap ritel lokal khususnya toko kelontong. Permasalahan tersebut dipengaruhi oleh aglomerasi/ kedekatan lokasi ritel yang berdampak pada keberlangsungan usaha toko kelontong. Kedekatan lokasi ritel modern memberikan kemudahan konsumen untuk mendapatkan barang sesuai kebutuhan nya. Pedagang yang terkena dampak langsung adanya ritel modern adalah pedagang yang menjual produk yang sama dengan ritel modern, Untuk itu, yang menjadi permasalahannya adalah bagaimana Pengaruh keberadaan minimarket terhadap keberlangsungan usaha toko kelontong disekitarnya Jl.Subrantas Kecamatan Tampan.

Pengembangan penataan *minimarket* yang merupakan bagian dari toko swalayan di Kota Pekanbaru dasar kebijakannya sudah ditentukan berdasarkan kesepakatan Walikota Pekanbaru dan DPRD Kota Pekanbaru dalam Perda Kota Pekanbaru No.9 Tahun 2014 tentang pengelolaan pasar rakyat, Pusat perbelanjaan dan toko swalayan. a) Berdasarkan ketentuan tersebut pendirian *minimarket* harus

berdasarkan RTRW, RDTRK, termasuk peraturan zonasi. Selain itu pendiri meter harus memenuhi ketentuan memperhatikan keberadaan pasar rakyat, usaha kecil dan usaha kajian sosial ekonomi masyarakat yang dilakukan oleh lembaga Independen yang berwenang; b) memperhatikan jarak antara minimarket dengan pasar rakyat minimal radius 350 meter, jarak ini terkecuali untuk pusat perbelanjaan yang terintegrasi. Bila dikaitkan dengan kondisi di lapangan nampak tidak sejalan. Ada beberapa minimarket seperti Indomaret dan alfamart jaraknya kurang dari radius 350 meter.

Meski Peraturan Daerah Nomor 09 Tahun 2014 tentang pengelolaan pasar rakyat, pusat perbelanjaan dan toko swalayan telah disahkan, namun tidak dijalankan sesuai dengan ketentuan. Awalnya ritel ini hanya diberi izin sebanyak 150 gerai, namun hingga tahun 2017 ini, menurut data dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (PTSP) Kota Pekanbaru sudah ada sebanyak 339 gerai Indomaret dan Alfamart yang berdiri hingga di seluruh Kota Pekanbaru.

Terdapat juga pelanggaran aturan lainnya dalam penerapan Peraturan Daerah disebutkan toko modern harus memiliki izin usaha toko modern (IUTM). Terdapat juga ketentuan yang tidak dijalankan dengan sesuai Peraturan Daerah tersebut, pantauan di lapangan banyak terdapat toko modern yang jam operasionalnya 24 jam. Salah satunya berada di Jalan Riau Kecamatan Payung Sekaki. Terlihat 5 toko modern yang berada di Jalan Riau, kelima-limanya jam operasionalnya 24 jam. Juga terdapat di Jalan Soebrantas Kecamatan Tampan terlihat 7 toko modern yang operasionalnya 24 jam dan terdapat juga di Jalan Nangka Kecamatan Sukajadi terlihat 6 toko modern yang jam operasionalnya juga 24 jam. Padahal, dalam penerapan

Peraturan Daerah juga disebutkan dalam Pasal 24 tentang jam operasional toko modern untuk hari Senin sampai Jumat dari pukul 10.00 WIB sampai dengan pukul 22.00 WIB dan untuk hari Sabtu dan Minggu dari pukul 10.00 WIB sampai pukul 23.00 WIB.

Keberadaan *minimarket* Alfamart dan Indomaret di Kota Pekanbaru semakin tidak dapat dikendalikan. kini daerah pelosok menjadi sasaran bisnis waralaba itu, hingga gang kecil pun toko Alfamart dan Indomaret tersebut sudah tidak susah untuk ditemukan, masyarakat Kota Pekanbaru yang bertahan hidup dari hasil penjualan toko kecil-kecilan di rumah kini sudah merasakan dampak dari keberadaan Alfamart dan Indomaret tersebut.

Di kota Pekanbaru perizinan ritel modern sudah di atur dalam Perda Kota Pekanbaru No.9 Tahun 2014 tentang pengelolaan pasar rakyat, pusat perbelanjaan dan toko swalayan. Bahwa jarak antara *minimarket* dengan pasar rakyat 350 meter, jarak ini terkecuali untuk pusat perbelanjaan yang terintegrasi. Namun kenyataannya terbukti di jalan Subrantas Kecamatan Tampan *minimarket* Indomaret dan Alfamart berdekatan dengan toko kelontong di sekitarnya dengan jarak hanya 100m dan kurang dari 350m sebagaimana dalam peraturan yang telah di tetapkan.

Dengan dilakukannya penelitian mengenai Preferensi Masyarakat Terhadap *minimarket* dan toko kelontong di Jl.HR.Soebrantas kecamatan tampan Kota Pekanbaru, maka akan diketahui dampak yang terjadi. Sehingga dapat dikemukakan arahan- arahan ataupun rekomendasi terhadap pihak yang berkaitan untuk mengurangi dampak buruk yang terjadi.

Penelitian ini akan membahas secara spesifik pengaruh keberadaan *minimarket* terhadap toko kelontong dengan jenis toko modern dipilih jenis *minimarket* Alfamart dan Indomaret. Sedangkan toko usaha kecil yang dipilih adalah toko kelontong milik pribadi yang berada di wilayah studi.

1.2 Batas Masalah dan Rumusan Masalah

1.2.1 Batasan Masalah

Agar lebih terarah dan memperjelas ruang lingkup dalam penulisan ini, perlu diadakan batasan masalah, penelitian memfokuskan pada pengaruh keberadaan *minimarket* (Alfamart dan Indomaret) terhadap keberlangsungan usaha toko kelontong di sekitarnya yang berada di sepanjang Jl.HR.Soebrantas Kecamatan Tampan kota Pekanbaru.

1.2.2 Rumusan Masalah

Ditinjau dari aspek sarananya maupun fasilitas penunjang lainnya, *minimarket* yang beroperasi saat ini sangat membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-harinya. Maka dari itu, masalah dalam penelitian ini adalah pesatnya pertumbuhan *minimarket* di Kota Pekanbaru sebagai studi kasus mengakibatkan terancamnya keberlangsungan warung kelontong di sekitarnya.

Hal tersebut menarik untuk di jadikan penelitian, apalagi dari data dinas Kota Pekanbaru di atas tingginya perkembangan *minimarket* yang berada di Jl.Subrantas Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru, maka terdapat pertanyaan penelitian / *research question* sebagai berikut :

1. Bagaimana Persebaran *Minimarket* dan Usaha Toko Kelontong yang Terletak di Jl.HR.Soebrantas?
2. Bagaimana Kesesuaian Lokasi *Minimarket* terhadap usaha toko kelontong di Jl.HR.Soebrantas?
3. Bagaimana Preferensi Masyarakat Terhadap *Minimarket* Dan Toko Kelontong di Sekitarnya yang Terletak di Jl.HR.Soebrantas?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah penelitian, maka tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh keberadaan *minimarket* terhadap keberlangsungan usaha toko kelontong di sekitarnya, dengan mengaitkan preferensi masyarakat di Jl.HR.Subrantas Kecamatan Tampan.

1.4 Sasaran Penelitian

Berdasarkan tujuan tersebut adapun sasaran yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Teridentifikasi Penyebaran *Minimarket* dan Toko Kelontong yang Terletak di Jl.HR.Subrantas.
2. Teridentifikasi Kesesuaian Lokasi *Minimarket* Terhadap Toko Kelontog di Jl.HRSubrantas.
3. Menganalisis Preferensi Masyarakat Terhadap *Minimarket* dan Toko Kelontong di Sekitarnya yang Terletak di Jl.HR.Subrantas.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu untuk memberikan informasi terkait identifikasi pengaruh keberadaan *minimarket* terhadap keberlangsungan toko usaha kelontong di sekitarnya. Hasil penelitian ini diharapkan juga nantinya dapat bermanfaat bagi peneliti, masyarakat dan peneliti selanjutnya dengan manfaat sebagai berikut:

a. Bagi penulis;

Penelitian ini sebagai sarana untuk menambah pengetahuan dan wawasan dalam penerapan teori- teori yang sudah diperoleh di bangku kuliah terhadap suatu permasalahan khususnya pada bidang perencanaan wilayah dan kota;

b. Bagi Masyarakat

Penelitian ini bermanfaat untuk menambah informasi mengenai pengaruh keberadaan *Minimarket* terhadap keberlangsungan usaha toko kelontong di sekitarnya yang beradadi Jl.HR.Soebrantas;

c. Bagi Pemerintah

Sebagai bahan masukan kepada Pemerintah Kota Pekanbaru dalam mengatur sebaran *minimarket* (Alfamart dan Indomaret).

1.6 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini terdiri dari ruang lingkup materi dan ruang lingkup wilayah studi:

1.6.1 Ruang Lingkup Wilayah

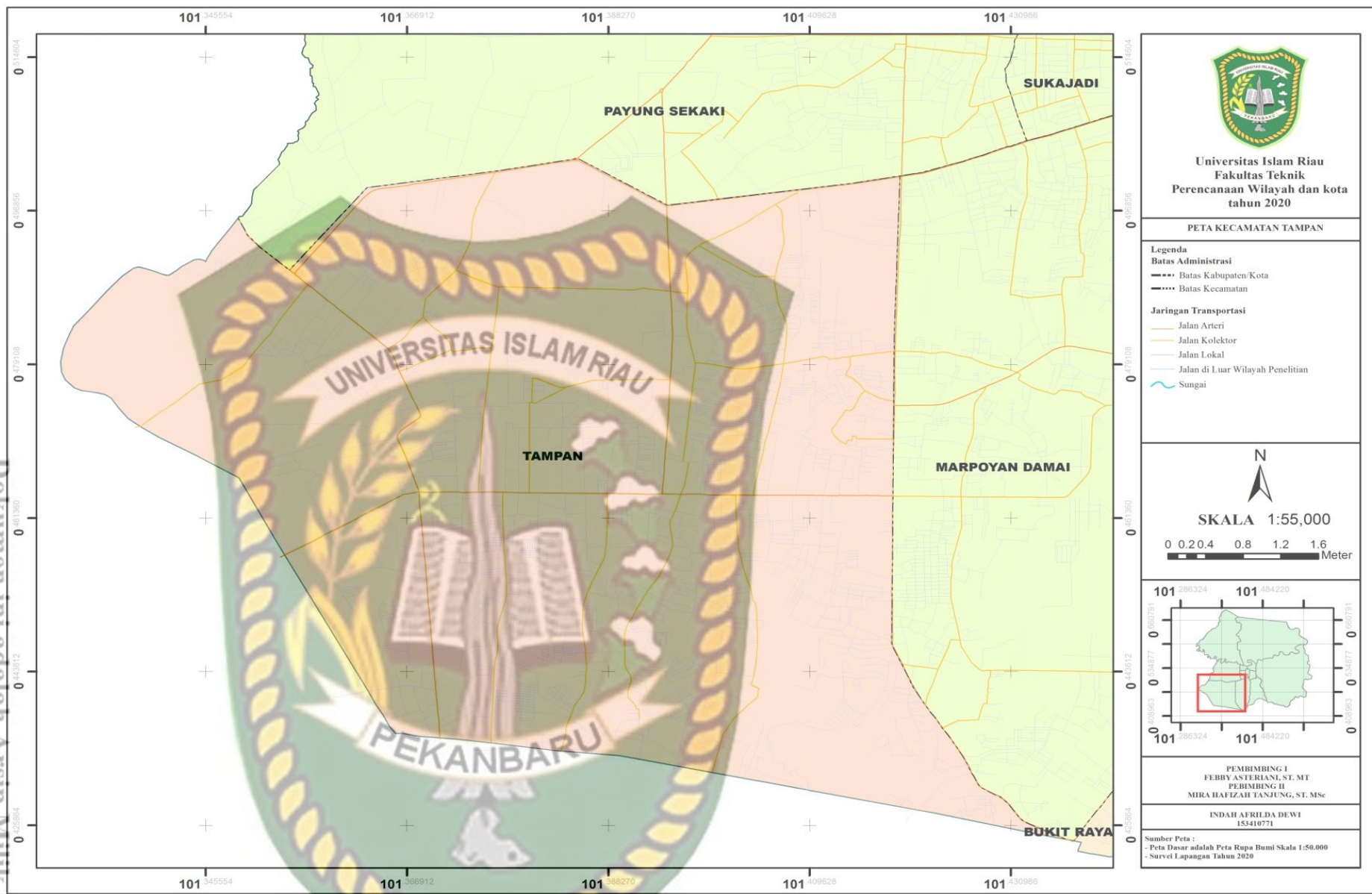
Kecamatan Tampan adalah salah satu dari 12 Kecamatan yang ada di kota Pekanbaru, yang pada mulanya merupakan wilayah dari Kabupaten Kampar. Kemudian pada tahun 1987 status wilayah ini berubah masuk kedalam wilayah kota Pekanbaru. Kecamatan Tampan ini memiliki daerah yang bisa dikatakan cukup luas wilayahnya yaitu lebih kurang 69 km². Seiring dengan perkembangan, pada tahun 2015 Pemerintah Kota Pekanbaru mengeluarkan Peraturan Daerah No. 03 Tahun 2003, sehingga wilayah Kecamatan Tampan dimekarkan menjadi 2 kecamatan yaitu Tampan dan Payung Sekaki, sehingga Kecamatan Tampan memiliki batas-batas sebagai berikut:

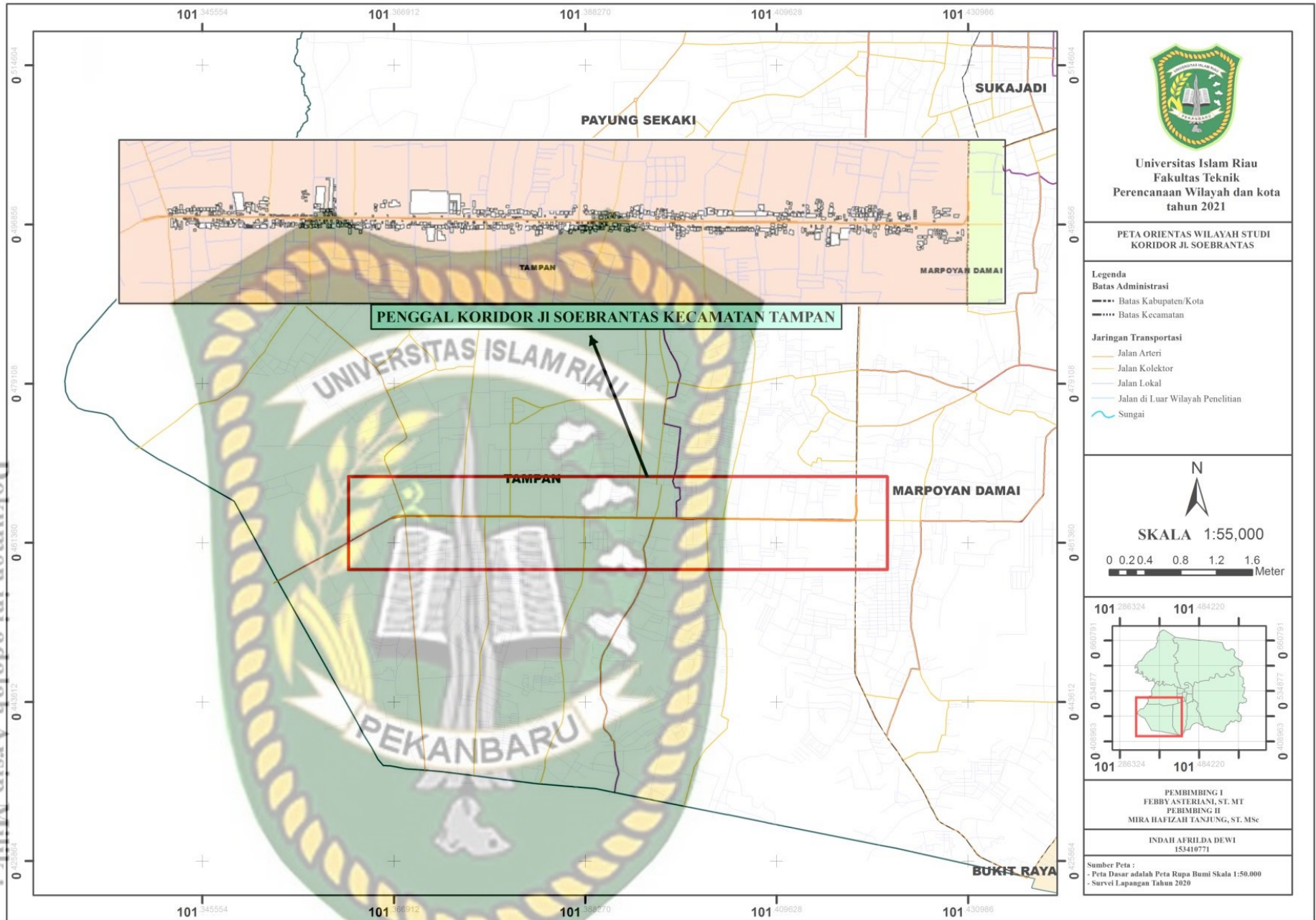
Berikut adalah batasan pada ruang lingkup wilayah preferensi masyarakat terhadap *minimarket* dan toko kelontong di sekitarnya Jl.HR.Soebrantas Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru :

1. Jalan pada wilayah studi berada di antara empat kecamatan yakni,
 - a) Sebelah timur berbatasan dengan Kecamatan Marpoyan Damai (Kota Pekanbaru).
 - b) Sebelah barat berbatasan dengan Kecamatan Tambang (Kabupaten Kampar)
 - c) Sebelah utara berbatasan dengan kecamatan Payung Sekaki (Kota Pekanbaru)
 - d) Sebelah selatan berbatasan dengan Kecamatan Tambang (Kabupaten Kampar).

2. Analisis Preferensi masyarakat terhadap *minimarket* dan toko kelontong di sekitarnya, dilakukan sepanjang Jl.HR.Soebrantas. Berikut peta orientasi wilayah studi jalan Soebrantas Kecamatan Tampan.







1.6.2 Ruang Lingkup Materi

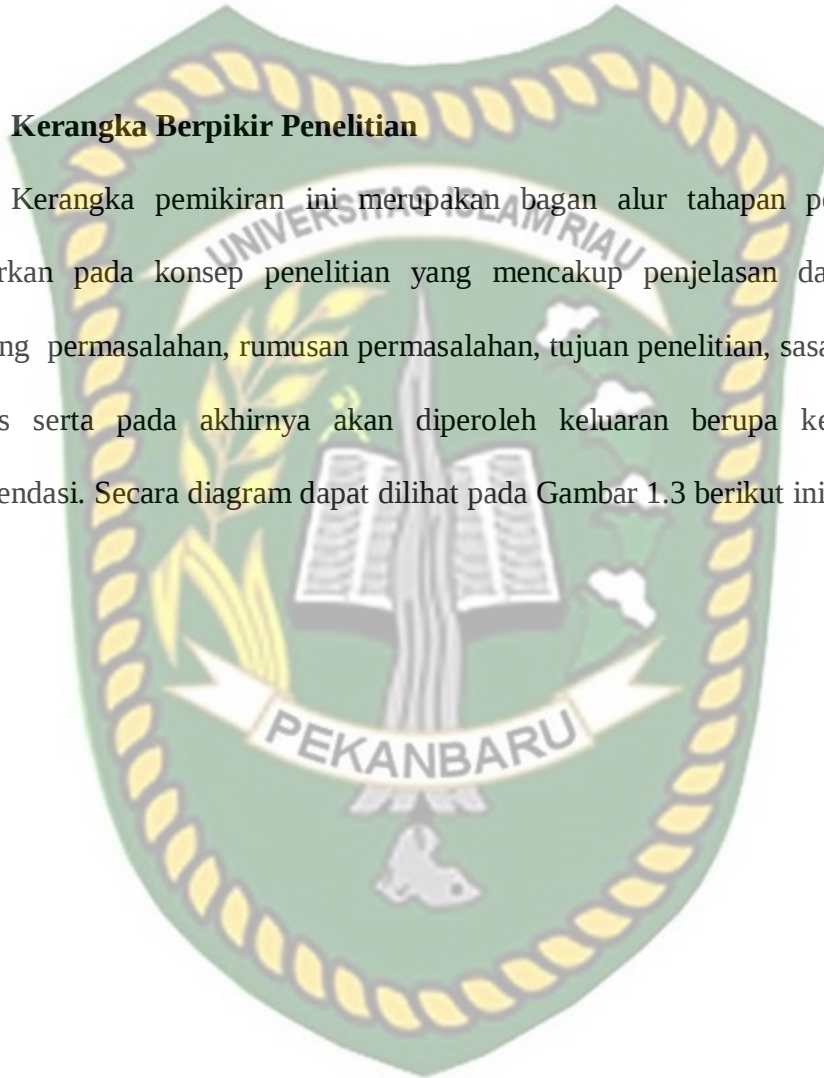
Ruang lingkup materi yang akan diteliti adalah *minimarket* di Kota Pekanbaru. Dalam penentuan pasar modern di Kota Pekanbaru menggunakan Peraturan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No: 107/MPP/Kep/2/1998, PERDA Kota Pekanbaru No.09 Tahun 2014 dan Peraturan Presiden No. 112 Tahun 2007. Dan dianalisis yang akan dilaksanakan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui penyebaran *minimarket* yang terletak di Jl.HR.Soebrantas dalam wilayah Kecamatan Tampan Dalam mengidentifikasi sebaran *minimarket* di Kecamatan Tampan menggunakan analisis deskriptif kuantitatif dan kualitatif (campuran), yang menjelaskan teori secara deskriptif mengenai persebaran lokasi *minimarket* dalam kaitannya dengan sebaran spasial/ruang di Kecamatan Tampan. Analisis ini juga menggunakan peta citra satelit (Arcgis), GPS, dan analisis skoring untuk mengetahui kondisi eksisting persebaran lokasi *minimarket* dan toko kelontong di Jl.HR.Soebrantas Kecamatan Tampan.
2. Mengidentifikasi kesesuaian lokasi *Minimarket* di Jl.HR.Soebrantas Kecamatan Tampan menggunakan analisis deskriptif komparatif dengan membandingkan peraturan terkait lokasi *minimarket* dengan kondisi eksisting.
3. Menganalisis Preferensi Masyarakat Terhadap *Minimarket* dan Toko Kelontong di Sekitarnya yang Terletak di Jl.HR.Soebrantas Kecamatan Tampan menggunakan analisis distribusi frekuensi. Dalam ilmu statistik distribusi frekuensi mengandung pengertian sebagai berikut: suatu keadaan yang menggambarkan bagaimana frekuensi dari gejala atau variabel dengan

hasil distribusi dan frekuensi dari setiap variabel. Teknik ini digunakan untuk menghitung persentase dari setiap variabel data, sehingga dapat diketahui besaran dari variabel data tentang keberadaan *minimarket* terhadap keberlangsungan usaha toko kelontong di sekitarnya.

1.7 Kerangka Berpikir Penelitian

Kerangka pemikiran ini merupakan bagan alur tahapan pemikiran yang didasarkan pada konsep penelitian yang mencakup penjelasan dari mulai latar belakang permasalahan, rumusan permasalahan, tujuan penelitian, sasaran penelitian, analisis serta pada akhirnya akan diperoleh keluaran berupa kesimpulan dan rekomendasi. Secara diagram dapat dilihat pada Gambar 1.3 berikut ini



Gambar 1.3. Kerangka Pemikiran Studi



Gambar 1.3 Kerangka Pemikiran Studi

Sumber: Hasil Analisis 2021

1.8 Sistematika Penulisan

Gambaran tentang Sistematika Penulisan yang digunakan dalam penyusunan laporan ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang secara singkat sebagai dasar penelitian ini dilakukan. Selain itu pada bab ini akan membahas hal yang mencakup rumusan masalah, tujuan, ruang lingkup yakni ruang lingkup wilayah dan ruang lingkup materi, kerangka berpikir dan sistematika penulisan dari penelitian ini.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan tentang kumpulan teori yang berkaitan dengan penelitian-penelitian meliputi pengertian pasar, pasar modern, klasifikasi pasar, kesesuaian lokasi pasar modern, sintesa teori, dan penelitian terdahulu.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang cara penelitian yang dilakukan, pendekatan-pendekatan yang dilakukan yang mengacu pada tujuan studi, melakukan tujuan pustaka untuk pengumpulan studi literatur yang berhubungan dengan *minimarket* dan toko kelontong di Jl.HR.Soebrantas Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. Metode yang digunakan yakni teknik sampling random, metode deskriptif kualitatif dan Kuantitatif (*mixed research*) dengan menggunakan analisis scoring, Analisis distribusi frekuensi dan pemetanan menggunakan analisi *Buffer*. Serta melakukan penyaringan atau komplikasi data dari hasil survey yang dilakukan di lapangan.

BAB IV GAMBARAN UMUM PENELITIAN

Bab ini berisi tentang gambaran wilayah umum Kota Pekanbaru, sejarah Kota Pekanbaru, letak geografis dan batas wilayah, gambaran umum Kecamatan Tampan, sejarah *minimarket* (Alfamart dan Indomaret), serta usaha toko kelontong di Jl.HR.Soebrantas.

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan menjelaskan hasil analisis dan pembahasan untuk menjawab sasaran yang telah ditentukan yaitu teridentifikasinya sebaran lokasi *minimarket* dan usaha toko kelontong di Jl.HR.Soebrantas, Teridentifikasi Kesesuaian Lokasi *Minimarket* di Jl.Subrantas, dan menganalisis pengaruh preferensi masyarakat terhadap *minimarket* dan toko kelontong disekitarnya

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

bab ini tentang kesimpulan dan saran berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang sesuai dengan tujuan dan sasaran penelitian. Selain itu, pada bab ini juga di sampaikan beberapa saran dari temuan terkait dengan hasil penelitian.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Studi ini dilakukan berdasarkan beberapa konsep dan teori yang berhubungan dengan persebaran *minimarket*, khususnya mengenai preferensi Masyarakat terhadap *minimarket* dan toko kelontong di sekitarnya, untuk memahami teori-teori yang digunakan dalam studi ini maka berikut ini disajikan paparan mengenai studi penelitian.

2.1 *Minimarket*

Di era modern masyarakat sekarang kebutuhan primer atau pangan semakin dibutuhkan walaupun apa yang ingin dicari tersebut hanyalah berupa makanan ringan. Pada era sebelumnya untuk mendapatkan kebutuhan makanan ringan tersebut atau bahkan keperluan sehari-hari masyarakat perlu bepergian ke pasar tradisional atau bahkan ke supermarket yang persebarannya tidak banyak di kota.

Perkembangan usaha dalam bidang *franchising* akhir-akhir ini mengalami peningkatan, usaha ini dipelopori oleh pengusaha-pengusaha Amerika yang memberikan hak kepada partnernya seperti di Indonesia untuk menjualkan atau mendistribusikan produk-produk di pasar Indonesia.

Menurut Robert T. Justis, *franchising* merupakan sebuah peluang bisnis di mana pemilik, produsen atau distributor sebagai *franchisor* dari barang dan jasa atau merek tertentu memberi hak kepada individu atau *franchising* untuk menjadi agen lokal dari barang dan jasa dan sebagai imbalannya menerima pembayaran atau royalti yang telah ditetapkan Keuntungan *franchising*, diantaranya:

1. Produk yang ditawarkan telah memasuki pasaran yang cukup luas dan diterima oleh umum.
2. *Franchising* tidak perlu mengeluarkan biaya lagi untuk memperkenalkan kredibilitas perusahaan induk yang dimilikinya.
3. Pengetahuan terhadap pasar. Karena pengetahuan tentang pasar sudah sangat tinggi maka dengan mudah dilakukan perencanaan secara detail untuk menghadapi pasar lokal.

Hal ini sangat penting dikarenakan pasar lokal ada kesamaan dan juga perbedaan. Masalah persaingan, media promosi, selera masyarakat perlu diperhatikan. Untuk mengatasi permasalahan ini maka *franchisor* memberikan nasihat dan bantuan agar dapat memecahkan segala masalah yang dijumpai.

Minimarket merupakan bentuk *franchising* atau waralaba ialah toko modern berukuran lebih kecil dari pada supermarket yang menjual barang-barang yang sama seperti (makanan, minuman, perlengkapan sehari-hari) namun tidak selengkap dan sebesar supermarket. *Minimarket* mempunyai luas lantai penjualan di bawah 400 m². Berbeda dengan toko kelontong, *minimarket* menerapkan sistem pelayanan mandiri, di mana pembeli dapat mengambil sendiri barang dari rak-rak dagangan dan membayarnya di kasir. Contoh *minimarket* berbentuk jaringan waralaba *franchise* misalnya Indomaret, Alfamart, Alfamidi, Star Mart, Circle K, dan lain-lain.

Dalam definisinya *minimarket* merupakan toko atau swalayan kecil yang menjual sebagian besar barang-barang kebutuhan sehari-hari yang dibutuhkan oleh konsumen dengan luasan radius *sales area* antara 100m² hingga 1000m² (Sujana, 2005). *Minimarket* yang berperan sebagai penyedia kebutuhan masyarakat sehari-

hari menjadi tempat belanja favorit masyarakat yang ingin belanja ringan tetapi tidak perlu pergi jauh seperti ke supermarket. Pada era modern sekarang sudah mulai banyak tumbuh *minimarket-minimarket* modern yang sudah menyediakan fasilitas yang memadai guna memanjakan konsumennya.

Minimarket dapat dikatakan merupakan bagian dari pengecer. semua kegiatan yang melibatkan penjualan barang dan jasa secara langsung kepada konsumen akhir untuk penggunaan pribadi bukan untuk bisnis merupakan Definisi dari pengecer tersebut (Kotler, 2005). Pengecer menghimpun barang-barang yang dibutuhkan konsumen dari berbagai macam sumber dan tempat, sehingga memungkinkan konsumen untuk membeli beraneka macam barang dalam jumlah kecil dengan harga yang terjangkau.

1. Menurut Kotler (2005) retailing adalah Penjualan barang secara eceran yang meliputi semua aktivitas penjualan barang atau jasa pada konsumen akhir yang bersifat pribadi.
2. Menurut Sudjana (2005) retailing adalah penghimpun barang-barang yang dibutuhkan oleh konsumen akhir, sehingga konsumen akan menjadikan toko retail sebagai tempat untuk mendapatkan barang kebutuhannya.
3. Menurut Utami (2010) retailing adalah perangkat dari suatu aktivitas bisnis yang melakukan penjualan barang-barang maupun jasa kepada konsumen akhir untuk penggunaan konsumsi perorangan maupun keluarga.

Berdasarkan definisi pengecer tersebut terdapat beberapa bentuk dari pengecer diantaranya adalah:

- a. Toko khusus (*Speciality Store*)

Toko yang hanya menjual barang-barang khusus atau satu jenis produk pada dagangannya contoh yang dapat kita lihat di Indonesia adalah clothing store atau toko baju merk tersendiri seperti “Lea jeans”.

b. Toko serba ada (*Department store*)

Toko yang menjual beberapa produk di dalam usahanya dan barang yang dijual bersifat umum seperti perabotan rumah tangga, kebutuhan rumah sehari-hari.

c. *Minimarket*

Toko yang menjual kebutuhan masyarakat sehari-hari seperti makanan ringan, alat mandi, dan lain-lain namun dalam skala usaha yang kecil serta persebaran toko yang mendekati pemukiman warga.

d. Toko Swalayan (*Supermarket*)

Sama seperti *minimarket* namun supermarket memiliki skala usaha yang besar dan letaknya berada di keramaian kota, seperti di dalam mall atau mendekati perkantoran. Barang yang dijual di supermarket meliputi kebutuhan masyarakat sehari-hari seperti makanan, perabotan rumah, alat mandi, alat tulis, dan lain-lain.

Minimarket memiliki jenis usaha dalam pengelolaan perusahaannya. Terdapat 2 jenis usaha yang biasanya ada di kalangan masyarakat diantaranya ialah usaha *minimarket* yang bersifat Waralaba atau *Franchising*, dan usaha *minimarket* yang bersifat regular atau milik perusahaan tertentu tidak bekerja sama dengan perseorangan. Waralaba (*franchising*) merupakan suatu pengaturan bisnis dimana sebuah perusahaan pewaralaba (*franchisor*) memberi hak kepada pihak independent

terwaralaba (*franchisee*) untuk menjual produk atau jasa perusahaan tersebut dengan peraturan yang ditetapkan pewaralaba.

Waralaba merupakan cara memperluas jaringan usaha dengan menjual merek disertai konsep yang standar ataupun baku dalam menjalankan usaha yang sama bagi semua terwaralaba. Dalam waralaba, biasanya disertai kewajiban membayar sejumlah dana kepada pewaralaba yang dinamakan *initial franchise fee* dan *royalti* atau bagian keuntungan. Terwaralaba menggunakan nama, *goodwill*, produk dan jasa, prosedur pemasaran, keahlian, sistem prosedur operasional dan fasilitas penunjang dari perusahaan tersebut. Sebagai imbalannya terwaralaba membayar *initial fee* dan *royalty* (biaya pelayanan manajemen) kepada perusahaan waralaba seperti yang diatur dalam perjanjian waralaba (*franchise agreement*). Sebuah paket waralaba yang baik mampu membuat seseorang yang tepat dapat mengoperasikan sebuah bisnis dengan sukses, bahkan tanpa pengetahuan sebelumnya tentang berbisnis tersebut.

Dalam Islam syarat-syarat sahnya transaksi tersebut sangat dikedepankan yang berkaitan jual beli, salah satu kunci sukses sebuah transaksi adalah kebebasan individu dalam memilih barang yang di inginkan, adapun kejujuran dan kecurangan merupakan yang diperhatikan dalam sebuah transaksi. dalam syariat agama Islam Jual beli yang dilakukan tidak boleh bertentangan. Dimana prinsip jual beli dalam Islam, salah satu pihak tidak boleh ada yang dirugikan, baik penjual atau pembeli. Jual beli yang harus dilakukan atas dasar suka sama suka, bukan karena terpaksa. Berikut di jelaskan dalam Qur'an surah An-Nisa' ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ
بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا
أَنفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya :

Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), Kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu . dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu (Qur'an surat An-Nisa' ayat 29)

2.2 Usaha Toko Kelontong

Berdasarkan Undang Undang nomor 20 tahun 2008 usaha mikro merupakan usaha produktif yang dimiliki orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan. Usaha kecil yaitu usaha yang ekonomi produktif berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan anak dari perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki. Usaha Menengah yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan. Atau secara kriteria menurut undang-undang tersebut usaha kecil dan menengah mempunyai minimal kekayaan bersih Rp50.000.000- . Usaha kecil dan menengah yang banyak dijalani oleh masyarakat adalah diantaranya usaha ritel. Usaha ritel disini salah satunya ialah Toko Kelontong atau usaha penjualan kebutuhan masyarakat sehari-hari.

Toko kelontong atau yang biasa disebut dengan warung penyedia barang-barang kebutuhan sehari-hari merupakan usaha mikro yang dimiliki oleh pribadi dan melakukan penjualan barang yang bersifat melayani pelanggan atau konsumen datang langsung untuk membeli barang, tidak dengan mandiri yaitu dengan dilayani langsung oleh pelayan toko kelontong tersebut, dan pada umumnya toko kelontong yang skala kecil pelayan toko kelontong adalah yang berperan sebagai kasir juga.

Pedagang kelontong yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pedagang kelontong di sekitar *minimarket* dan memiliki toko yang tetap. Toko adalah bangunan gedung dengan fungsi usaha yang digunakan untuk menjual barang dan terdiri hanya satu penjual (Peraturan Presiden No. 112 Tahun 2007).

2.3 Preferensi Masyarakat Terhadap Minimarket dan Usaha Toko Kelontong.

Penelitian ini menganalisis bagaimana pedagang kelontong dalam jarak tertentu dari *minimarket* menanggapi hubungan yang terjadi antara *minimarket* tersebut dengan usaha toko kelontongnya, karena keduanya memiliki penggunaan ruang yang sama sebagai aktivitas perdagangan secara eceran. Hubungan ini didasarkan pada lokasi *minimarket* terhadap toko kelontong.

2.4 Definisi Preferensi Konsumen

Manusia memiliki keinginan yang tidak terbatas, tetapi sumber daya yang ada terbatas, sehingga pilihan konsumen berfokus pada bagaimana konsumen memilih barang dan jasa dengan adanya keterbatasan sumber daya. Saat ini, dalam

perekonomian modern bahwa konsumen dapat membeli berbagai jenis barang dan jasa. Pembelian tersebut berdasarkan dari selera subjektif (individu), yang diukur dengan utilitas, dari bundel berbagai barang. Preferensi konsumen merupakan selera konsumen yang melakukan perbandingan terhadap bundel barang yang diberikan pada konsumen. Preferensi ini juga bersifat independen terhadap pendapatan dan harga yang mempengaruhi pemilihan konsumen dalam berbelanja. (David A. Besanko, dalam Ronald R. Braeutigam, 2011).

Pernyataan diatas, dapat disimpulkan bahwa kecenderungan seseorang dalam memilih suatu produk yang didasarkan atas keinginan, dan selernya adalah definisi preferensi. Seorang konsumen diharapkan mampu membedakan setiap produk yang akan dihadapinya, serta membuat daftar preferensinya atas seluruh produk tersebut. Preferensi konsumen atau masyarakat, khususnya pada tahap pemilihan jenis tempat berbelanja, merupakan tahap dimana konsumen sudah melakukan pemilihan terhadap tempat berbelanja yang disenangi dibandingkan tempat lainnya, yang pada akhirnya menimbulkan niat untuk berbelanja yang merupakan tahap kecenderungan konsumen untuk bertindak sebelum keputusan dalam berbelanja tersebut dilakukan (Handayani, 2017). konsumen yang membeli dipengaruhi oleh lima karakteristik yaitu karakteristik budaya, sosial, pribadi, ekonomi dan psikologis. Pemasar tidak dapat mengendalikan karakteristik-karakteristik tersebut tetapi hanya memperhitungkan implementasi dari masing-masing karakteristik.

PERDA Kota Pekanbaru No 09 Tahun 2004 tentang pengelolaan pasar rakyat, pusat perbelanjaan dan Toko Swalayan pasal pasal 20 penataan pusat perbelanjaan dan toko swalayan.

1. Lokasi berdirinya Pusat Perbelanjaan atau Toko Swalayan wajib mengacu pada RTRW, RDTRK, termasuk Peraturan Zonasi Kota.
2. Luas batasan lantai penjualan Toko Swalayan ialah sebagai berikut:
 - a. Minimarket kurang dari 400 m² (empat ratus meter per segi)
 - b. Supermarket 400 m² (empat ratus meter persegi) sampai dengan 5.000 m² (lima ribu meter persegi)
 - c. Hypermarket diatas 5.000 m² (lima ribu meter persegi)
 - d. Department Store diatas 400 m² (empat ratus meter persegi)
 - e. Perkulakan, diatas 5.000 m² (lima ribu meter persegi).
3. Sistem penjualan dan jenis barang dagangan Toko Swalayan ialah sebagai berikut:
 - a. Minimarket Supermarket dan Hypermarket menjual secara eceran barang
 - b. konsumsi terutama produk makanan dan produk rumah tangga lainnya
 - c. Department Store menjual secara eceran barang konsumsi utamanya produk sandang dan perlengkapannya dengan penataan barang berdasarkan jenis kelamin dan/atau tingkat usia konsumen
 - d. Perkulakan menjual secara grosir barang konsumsi.

Kemudian dalam pasal 21 juga dijelaskan sebagai berikut:

1. Pendirian Pusat Perbelanjaan atau Toko Swalayan wajib memenuhi ketentuan berikut ini:
 - a. Keberadaan Pasar Rakyat, Usaha Kecil dan Usaha Menengah merupakan hal yang wajib di perhatikan yang ada di wilayah yang bersangkutan dengan

- membuat kajian kondisi sosial ekonomi masyarakat yang dilakukan oleh lembaga independen yang berwenang
- b. Memperhatikan jarak antara Pusat Perbelanjaan atau Toko Swalayan dengan Pasar Rakyat
 - c. Menyediakan areal parkir paling sedikit seluas kebutuhan parkir 1 (satu) unit kendaraan roda empat untuk setiap 60 m² (enam puluh meter persegi) luas lantai penjualan Pusat Perbelanjaan dan/atau Toko Swalayan; dan
 - d. Menyediakan fasilitas yang menjamin Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan yang bersih, sehat (hygienis), aman, tertib dan ruang publik yang nyaman.
2. Jarak sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf b antara Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan dengan Pasar Rakyat minimum radius 350 (tiga ratus lima puluh) meter sudah ditentukan.
 3. Ketentuan mengenai jarak sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dikecualikan bagi Pusat Perbelanjaan yang terintegrasi.
 4. Penyediaan areal parkir sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf dapat dilakukan berdasarkan kerjasama antara pengelola Pusat Perbelanjaan dan/atau Toko Swalayan dengan Pihak Ketiga.
 5. Walikota telah mengatur Ketentuan lebih lanjut mengenai jarak antara Pusat Perbelanjaan, Toko Swalayan, Pasar Rakyat, dan kios/toko diatur dengan.

2.5 Lokasi

Lokasi merupakan penjelasan yang berkaitan dengan tata ruang dari suatu kegiatan perekonomian. Hal tersebut selalu dikaitkan pula dengan alokasi geografis dari sumber daya yang terbatas yang pada gilirannya kemudian berpengaruh dan berdampak kepada lokasi berbagai aktivitas baik ekonomi atau pun sosial (Sirojuzilam, 2006).

Perencanaan lokasi merupakan suatu kegiatan strategis yang bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan terhadap perusahaan (Herjanto, 2007). Biaya dan menentukan penghasilan sangat dipengaruhi Lokasi, lokasi sepenuhnya memiliki kekuatan untuk membuat (atau menghancurkan) strategi bisnis sebuah perusahaan (Heizer dan Render, 2009).

Dalam industri retail, faktor lokasi dan inventori merupakan dua kunci utama dalam kesuksesan retail, yaitu. Dari dua faktor ini, faktor lokasi memegang peranan kunci dalam menentukan kesuksesan retail. *Three important factors determine a retailer's success: location and location and location* (Jones and Simmons, 1993 dalam Setyawarman, 2009).

Pemilihan lokasi ritel adalah sebuah keputusan yang strategis, sekali lokasi dipilih, pemilik ritel harus bertanggung jawab terhadap semua konsekuensi dari pilihan tersebut (Utami, 2010).

Menurut Kotler dan Keller (2009) tiga kunci keberhasilan eceran ialah lokasi, lokasi, dan lokasi. Penentuan lokasi adalah strategi utama dalam usaha ritel. Lokasi yang strategis akan menjadi jalan pembuka yang menentukan kesuksesan sebuah usaha ritel (Adiwijaya, 2010). Faktor lokasi juga merupakan salah satu *tangible asset*

yang menjadi *distinctive capability* (kapabilitas yang unik dan susah ditiru oleh pesaing) bagi perusahaan dalam bersaing (Setyawarman, 2009).

2.5.1 Penentuan Lokasi *Minimarket*

Penentuan lokasi toko ritel adalah salah satu keputusan yang sangat signifikan dalam pemasaran ritel (*retail marketing*), dikarenakan toko ritel berbasis toko, lokasi yang strategis merupakan elemen kunci dalam menarik pelanggan untuk datang ke suatu *outlet* dan dapat mengimbangi strategi bauran toko *retail* (Zentes, Morshchet, dan Schramm-Klein, 2011).

Menurut Mendes dan Themido (2004) pemilihan lokasi merupakan bagian terpenting dalam memperluas bisnis apapun karena merupakan suatu proses yang sangat mahal jika toko gagal. Dapat membuat tempat untuk menemukan *outlet* ritel merupakan salah satu keputusan yang sangat penting untuk pengecer, sebuah toko ritel bisa maju atau gagal hanya karena disebabkan lokasinya. Menurut Zentes, Morshchet, dan Schramm-Klein (2011) lokasi ritel dianggap sebagai salah satu elemen paling penting dalam strategi pemasaran ritel, karena merupakan keputusan jangka panjang, serta terkait dengan komitmen jangka panjang modal. Pemilihan lokasi juga dikarenakan terkait dengan proses perencanaan yang berbeda dalam memecahkan keputusan lokasi yang kompleks.

Dalam hal menentukan lokasi retail, terdapat beberapa pendekatan yang dilakukan guna untuk mendapatkan lokasi yang diinginkan, sebab ketepatan mendapatkan sebuah lokasi yang ideal merupakan kunci sukses dari sebuah bisnis *retail*. Beberapa formula dalam mendapatkan lokasi *retail* yang ideal dilakukan

berdasarkan kriteria-kriteria maupun dengan faktor pengalaman dari perusahaan tersebut, dengan melakukan penentuan lokasi dari proses kanibalisasi dengan melihat lokasi toko pesaing yang sudah dianggap mapan dalam menentukan lokasi *retail*. Pemilihan lokasi ritel yang sukses bergantung kepada pertimbangan kriteria termasuk karakteristik geografis, kondisi demografi, pertumbuhan ekonomi, visibilitas lokasi dan banyak lagi lainnya. Sebuah metodologi pemilihan lokasi yang sukses termasuk alat dalam melakukan pengukuran dan analisis sehingga setiap membuka lokasi baru akan mengurangi resiko dari pembukaan lokasi sebelumnya. Penentuan lokasi *retail* juga tidak terlepas dari ruang tempat aktivitas manusia dalam menjalankan kehidupan ataupun aktivitas bisnis mereka.

Dalam penentuan lokasi *retail* juga bisa dilakukan pendekatan secara spasial maupun non spasial, dengan harapan dapat mendekatkan diri dengan konsumen, sehingga keuntungan yang diperoleh dapat dicapai. Adapun beberapa teori yang berkaitan dengan teori lokasi sebagai berikut :

Teori *Central Place* dikemukakan oleh Christaller dengan memodelkan perilaku ritel secara spasial. Asumsi yang dikemukakan sebagai berikut:

- a. Suatu lokasi yang memiliki permukaan datar yang seragam
 - b. Lokasi tersebut memiliki jumlah penduduk yang merata
 - c. Lokasi tersebut mempunyai kesempatan transpor dan komunikasi yang merata
 - d. Jumlah penduduk yang ada membutuhkan barang dan jasa Sementara itu, prinsip yang dikemukakan oleh Christaller adalah :
- a. Range (jarak) ialah jarak jangkauan antara penduduk dan tempat suatu aktivitas pasar yang menjual kebutuhan komoditi atau barang.

b. Threshold (ambang batas) adalah jumlah minimum penduduk atau konsumen yang dibutuhkan untuk menunjang kesinambungan pasokan barang atau jasa yang bersangkutan, yang diperlukan dalam penyebaran penduduk atau konsumen dalam ruang (spatial population distribution). Dari komponen range dan threshold lahir prinsip optimalisasi pasar (market optimizing principle). Prinsip ini diantaranya menyebutkan bahwa dengan memenuhi asumsi di atas, dalam suatu wilayah akan terbentuk wilayah tempat pusat (central place). Pusat tersebut menyediakan kebutuhan barang dan jasa bagi penduduk atau konsumen yang berada sekitarnya. Apabila sebuah pusat dalam range dan threshold yang membentuk lingkaran bertemu dengan pusat yang lain yang juga memiliki range dan threshold tertentu, maka akan terjadi daerah yang bertampalan. Dalam kenyataannya, konsumen atau masyarakat tidak terlalu rasional dalam memilih barang atau komoditi yang diinginkan. Keterbatasan sistem tempat pusat dari Christaller ini meliputi beberapa kendala, seperti jumlah penduduk, pola aksesibilitas, dan distribusi.

2.5.2 Teori Tempat Lokasi

Von Thunen dalam Djojodipuro (1992), bila teori lokasi ditelaah dalam perkembangannya maka dapat dibedakan menjadi tiga teori, yaitu teori lokasi yang berorientasikan kepada daerah lokasi, yang berorientasikan kepada tempat lokasi dan yang berorientasikan kepada keseimbangan spasial. Dalam urutan ini pula bila teori-teori ditinjau dari sudut waktu pengembangannya. Teori daerah lokasi dan teori tempat lokasi memberi kesan yang sama, namun kesan ini akan segera hilang, bila

diingat – misalnya kawasan industri (daerah lokasi) yang ditentukan oleh pemerintah atas pertimbangan tertentu dan penentuan tempat lokasi oleh suatu perusahaan dalam kawasan tersebut. Kedua kebijaksanaan tersebut jelas berbeda dan demikian pula teori yang melandasinya.

2.5.3 Penentuan Lokasi Perdagangan yang Melayani Pelanggan

Hotelling dalam Djojodipuro (1992), ada pun kasus penentuan tempat lokasi yang paling sederhana ialah menentukan tempat penyaluran yang akan dipergunakan sebagai pusat pelayanan pelanggan dengan cara mengantarkan barang yang telah dibelinya. Keadaan demikian ini banyak terjadi dengan misalnya pedagang susu atau roti yang setiap pagi atau sore mengantar barang dagangan ke pelanggannya. Dalam hal ini masalah yang dihadapi merupakan memilih lokasi sedemikian, sehingga jarak yang ditempuh setiap pagi atau sore adalah minimum. memperhitungkan biaya angkutan yang minimum adalah usaha meminimumkan jarak ini secara implisit.

2.5.4 Unsur Daerah Pasar Dalam Teori Lokasi

Palander dalam Djojodipuro (1992), menyatakan bahwa teori lokasi yang mengacu pada daerah pasar. Teori tersebut dimuat dalam buku yang berjudul *Beitrage zur standortstheorie*. Dalam teori lokasi yang dikembangkannya, ia membedakan dua bentuk masalah. Pertama adalah penentuan lokasi industri, bila diketahui harga dan lokasi bahan mentah serta pasar, dan kedua adalah pengaruh harga penawaran terhadap luas pasar, bila diketahui tempat berproduksi, biaya

produksi termasuk keuntungan, harga satuan angkutan dan persaingan antar perusahaan.

Dalam hubungan dengan pengembangan teorinya, maka Palander memperkenalkan beberapa istilah untuk lingkaran seperti isodapan, seperti isotante, isochrones dan isotim. Isotante adalah garis batas pasar antar dua perusahaan yang menjual barang yang sama dan melayani sejumlah konsumen tersebar di ruang tertentu dari lokasi yang berbeda. Pembeli akan cenderung membeli barang yang diperlukan dari penjual yang terdekat, dikarenakan semakin jauh tempat penjual dari dia, maka semakin tinggi pula biaya angkutan yang akan di keluarkan. Di samping itu, semakin jauh konsumen dari penjual yang satu, semakin dekat pula dari penjual yang lain, atau dinyatakan dalam biaya angkutan yang dikeluarkan atau dibebankan kepadanya, semakin tinggi biaya angkutan dari penjual yang satu dan makin rendah dari penjual yang lain. Oleh karena itu disini konsumen bersifat *indifferent* dari penjual dimana konsumen akan membeli. Isochrone adalah tempat kedudukan titik-titik dimana dari titik tertentu memakan waktu yang sama, garis ini akan mempunyai bentuk yang sama dengan isodapan. Isozim merupakan garis sejenis isodapan dan menunjukkan kesamaan harga barang tertentu dan akhirnya iso vektor yang merupakan garis kesamaan biaya angkutan bagi barang tertentu.

2.6 Ketergantungan Lokasi dan Keseimbangan Spasial

2.6.1 Ketergantungan Lokasi

Joan Robinson dan Chamberlin dalam Djojodipuro (1992), teori ketergantungan lokasi berpangkal tolak dari kesamaan biaya bagi semua perusahaan

dan menjual di pasar yang tersebar secara spasial, namun lokasi perusahaan dalam kenyataan lebih ditentukan oleh penyebaran permintaan dan ketergantungan lokasi terhadap perusahaan lain.

2.6.2 Teori Melvin Greenhut

Greenhut dalam Djojodipuro (1992), usaha untuk menyatukan teori lokasi biaya minimum dan teori ketergantungan lokasi dimuat dalam kedua bukunya, yang pertama berjudul *Plant Location in Theory and in Practice* dan yang kedua adalah *Microeconomics and the Space Economy*. Keduanya ini merupakan sumbangan yang sangat berharga dalam perkembangan analisa lokasi industri, maka teorinya mencakup unsur-unsur sebagai berikut:

- a. Biaya lokasi yang meliputi biaya angkutan, tenaga dan pengelolaan;
- b. Faktor lokasi yang berhubungan dengan permintaan, yaitu masalah ketergantungan lokasi dan usaha untuk menguasai pasar;
- c. Faktor yang menurunkan biaya;
- d. Faktor yang meningkatkan pendapatan;
- e. Faktor pribadi yang berpengaruh terhadap penurunan biaya;
- f. Faktor pribadi yang berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan dan akhirnya;
- g. Pertimbangan pribadi.

Alfred Weber dalam Tarigan (2005), mengatakan bahwa pemilihan lokasi industri didasarkan atas prinsip minimisasi biaya. Weber menyatakan bahwa lokasi setiap industri tergantung pada total biaya transportasi dan tenaga kerja dimana penjumlahan keduanya harus minimum. Tempat dimana total biaya transportasi dan

tenaga kerja yang minimum adalah identik dengan tingkat keuntungan yang maksimum. Dalam perumusan modelnya, Weber bertitik tolak pada asumsi bahwa :

- 1 Unit telaahan adalah suatu wilayah yang terisolasi, iklim yang homogen, konsumen terkonsentrasi pada beberapa pusat, dan kondisi pasar adalah persaingan sempurna
- 2 Beberapa sumber daya alam seperti air, pasir dan batu bata tersedia dimana-mana (*ubiquitous*) dalam jumlah yang memadai
- 3 Material lainnya seperti bahan bakar mineral dan tambang tersedia secara sporadis dan hanya terjangkau pada beberapa tempat terbatas
- 4 Tenaga kerja tidak *ubiquitous* (tidak menyebar secara merata tetapi berkelompok pada beberapa lokasi dan dengan mobilitas terbatas.

2.7 Aksesibilitas

Jhon Black mengatakan bahwa aksesibilitas adalah suatu ukuran kenyamanan dan kemudahan pencapaian lokasi atau hubungannya satu sama lain, mudah atau sulitnya lokasi tersebut dicapai melalui transportasi (Leksono dkk, 2010). Aksesibilitas merupakan konsep yang luas dan fleksibel. Kevin Lynch mengatakan aksesibilitas merupakan masalah waktu dan juga tergantung pada daya tarik dan identitas rute perjalanan (Talavera, 2012). Derek Halden Consultancy (DHC, 2000) siapa/dimana, apa, dan bagaimana termasuk dalam tiga pertanyaan yang mencirikan pemahaman aksesibilitas. Siapa atau di mana orang itu berada -aksesibilitas adalah bagian dari orang atau tempat. Apa peluang yang akan dicapai – fungsi tata guna lahan, aktivitas di dalamnya, atau sumber daya (termasuk orang-orang) yang

memungkinkan orang itu memenuhi kebutuhan mereka. Bagaimana: faktor-faktor yang memisahkan orang-orang dengan tempat-tempat seperti jarak, waktu, biaya, informasi dan faktor-faktor lain yang bertindak sebagai pencegah atau hambatan untuk mengakses suatu tempat. Venturi (1998) mengatakan bahwa berjalan kaki merupakan mobilitas yang memberikan dampak positif baik untuk diri sendiri maupun lingkungan.

Aksesibilitas merupakan suatu ukuran kenyamanan atau kemudahan mengenai cara lokasi tata guna lahan berinteraksi satu sama lain dan „mudah“ atau „susah“nya lokasi tersebut dicapai melalui sistem jaringan transportasi. Setiap lokasi geografis yang berbeda memiliki tingkat aksesibilitas yang berbeda hal ini disebabkan perbedaan kegiatan dari masing-masing tata guna lahan. Black (1981) mengatakan aksesibilitas berdasarkan tujuan dan kelompok sosial, aksesibilitas menyediakan ukuran kinerja antara tata guna lahan dengan sistem transportasi. Penghuni perumahan lebih tertarik dengan aksesibilitas menuju tempat kerja, sekolah, toko, pelayanan kesehatan dan tempat rekreasi. (Mohammed, 2010).

a. Indikator Aksesibilitas

Tamin (2000) mengatakan indikator aksesibilitas secara sederhana dapat dinyatakan dengan jarak. Jika suatu tempat berdekatan dengan tempat lainnya, dikatakan aksesibilitas antara kedua tempat tersebut tinggi. Sebaliknya jika berjauhan aksesibilitas antara keduanya rendah. Selain jarak dan waktu, biaya juga merupakan beberapa indikator aksesibilitas. Apabila antara dua tempat memiliki waktu tempuh yang pendek maka dapat dikatakan kedua tempat itu memiliki aksesibilitas yang tinggi. Biaya juga dapat menunjukkan tingkat aksesibilitas. Biaya disini dapat

merupakan biaya gabungan yang menggabungkan waktu dan biaya sebagai ukuran untuk hubungan transportasi (Mohammed, 2010).

b. Aksesibilitas dalam Kebijakan Tata Guna Lahan Perkotaan

Edward (1992) mengatakan aksesibilitas yang menjadi kunci penting terhadap kebijakan tata guna lahan dimana tata guna lahan yang memiliki aksesibilitas tinggi dan mempunyai nilai lahan yang lebih baik. Fakta ini telah menjadikan pendorong utama bagaimana suatu daerah perkotaan dikembangkan dan berpengaruh langsung terhadap kebijakan tentang tata guna lahan saat ini (Mohammed, 2012).

2.8 Peraturan Perundangan Yang Mengatur Unit Usaha

A. Kajian Minimarket Sebagai Bentuk toko Modern

Pasar modern dan toko modern diatur dalam Perpres No 112 Tahun 2007 dimana toko modern merupakan toko dengan sistem pelayanan mandiri menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk *minimarket*, supermarket, departement store, hypermarket ataupun grosir yang berbentuk perkulakan. Dari sisi luas gerai yang digunakan, kategorisasi dari toko modern, dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a) Minimarket luas lantainya $< 400 \text{ m}^2$;
- b) Supermarket $400 \text{ m}^2 - 5.000 \text{ m}^2$;
- c) Hypermarket $> 5.000 \text{ m}^2$;
- d) Departement Store $> 400 \text{ m}^2$.

Barang lokal dan juga barang impor merupakan barang-barang yang di sediakan oleh pasar modern. Barang yang dijual mempunyai kualitas yang relatif

lebih terjamin dikarenakan melalui penyeleksian terlebih dahulu dengan ketat sehingga barang yang rijk/tidak memenuhi persyaratan klasifikasi akan ditolak. Secara kuantitas, pasar modern umumnya mempunyai persediaan barang di gudang yang terukur. Dari segi harga, pasar modern memiliki label harga yang tentunya (tercantum harga sebelum dan setelah dikenakan pajak). Adanya penyedia barang dan jasa dengan mutu dan pelayanan yang baik kepada konsumen menyebabkan banyak orang mulai beralih ke pasar modern untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari.

Minimarket merupakan gerai yang menjual produk-produk eceran seperti toko kelontong dengan fasilitas pelayanan yang lebih modern. luas ruang *minimarket* adalah antara 50 m² sampai 200 m². Keberadaan *minimarket* biasanya dimiliki oleh pemegang modal besar, yang dengan modalnya tersebut mereka dapat dengan mudah mengembangkan usahanya. Menambahkan lebih besar jaringan bisnisnya, sebagian besar *minimarket* saat ini berlomba menawarkan sistem waralaba yang memungkinkan para pemilik modal besar lainnya ikut melebarkan usahanya di *minimarket* tersebut. Yang mampu menikmati keuntungan yang cukup besar itu Para pemilik modal besar, karena konsep jaringan yang dibangun oleh usaha *minimarket* ini sangat modern (Mandasari, 2013).

1. Peraturan Menteri Perdagangan

Peraturan Menteri Perdagangan RI No : 53/M-DAG/PER/12/2008 Tentang Pedoman Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern. Dalam peraturan Menteri diatas telah diatur mekanisme Pasar Modern maupun *minimarket*, baik itu berupa sistem pelayanannya, pengelola jaringan

minimarket, izin usaha pengelola, hingga pengaturan zonasi. Untuk peraturan lokasi pendirian pusat perbelanjaan dan Toko Modern wajib mengacu pada Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten/Kota dan peraturan yang tertuang dalam Rencana Detail Tata Ruang Wilayah Kabupaten/Kota, yang keduanya termasuk peraturan zonasinya.

Oleh karenanya, Kabupaten/Kota yang belum memiliki Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten/Kota dan Rencana Detail Tata Ruang Wilayah Kabupaten/Kota tidak diperbolehkan memberi izin lokasi untuk pembangunan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern. Sehingga output yang kemudian dihasilkan akan baik. Seperti yang terdapat pada Pasal 2 Ayat 9 yang berbunyi Pendirian *Minimarket* baik yang berdiri sendiri maupun yang terintegrasi dengan Pusat Perbelanjaan atau bangunan lain wajib memperhatikan:

- a. Kepadatan penduduk;
- b. Perkembangan pemukiman baru;
- c. Aksesibilitas wilayah (arus lalu lintas);
- d. Dukungan / ketersediaan infrastruktur; dan
- e. Keberadaan Pasar Tradisional dan warung/toko di wilayah sekitar yang lebih kecil daripada *Minimarket* tersebut.

Dari pemaparan pasal 2 sudah jelas *minimarket* sangat diatur dalam pendiriannya, tidak hanya fasilitas infrastruktur yang memadai, namun diatur juga jarak antar Pasar Tradisional dan warung/toko yang berada sekitarnya. Diakhir peraturan tersebut, telah ditentukan luasan Toko Modern salah satunya ialah *minimarket* yang luasnya kurang dari 400m².

PASAL 4 AYAT (1) PERPRES 112/2007) mengenai jarak antar-*minimarket* dengan pasar tradisional yang saling berdekatan, hal tersebut berkaitan dengan masalah perizinan pendirian toko modern (*minimarket*).

PASAL 3 PERPRES 112/2007, disebutkan bahwa luas bangunan untuk *minimarket* adalah kurang dari 400 m². Lokasi pendirian dari toko modern wajib mengacu pada rencana tata ruang wilayah kabupaten/kota dan rencana detail tata ruang kabupaten/kota.

Pengaturan lokasi *minimarket* dalam PASAL 5 AYAT (4) PERPRES 112/2007 disebutkan bahwa *minimarket* boleh berlokasi pada setiap sistem jaringan jalan, termasuk sistem jaringan jalan lingkungan pada kawasan pelayanan lingkungan (perumahan) di dalam kota/ perkotaan. Artinya, *minimarket* bisa membuka gerai hingga ke wilayah pemukiman warga.

Kemudian, PASAL 3 AYAT (9) PERMENDAG 53/2008 menyebutkan kewajiban bagi *minimarket* yaitu pendirian *minimarket* baik yang berdiri sendiri maupun yang terintegrasi dengan pusat perbelanjaan atau bangunan lain wajib memperhatikan:

1. Kepadatan penduduk;
2. Perkembangan pemukiman baru;
3. Aksesibilitas wilayah (arus lalu lintas);
4. Dukungan/ketersediaan infrastruktur; dan
5. Keberadaan pasar tradisional dan warung/toko di wilayah sekitar yang lebih kecil daripada *minimarket* tersebut.

2. Peraturan Menteri Perdagangan RI No.12/M DAG/PER/3/2006

Menurut pasal 1 Peraturan Menteri Perdagangan RI No.12/M-DAG/PER/3/2006 tanggal 29 Maret 2006 memberikan pengertian tentang waralaba sebagai berikut:

Waralaba (*franchise*) yaitu perikatan antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba dimana penerima waralaba diberikan hak untuk menjalankan usaha dengan memanfaatkan atau menggunakan hak kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khusus usaha yang dimiliki oleh pemberi waralaba dengan suatu imbalan yang berdasarkan persyaratan yang ditetapkan oleh pemberi waralaba dengan sejumlah kewajiban menyediakan dukungan konsultasi operasional yang berkesinambungan oleh pemberi waralaba kepada penerima waralaba.

peraturan SNI 03-1733-2004 tentang tata cara perencanaan lingkungan perumahan di perkotaan.

Peraturan Menteri Perdagangan No. 70/M-DAG/PER/12/2013 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.

PERDA Kota Pekanbaru No 09 Tahun 2004 tentang pengelolaan pasar rakyat, pusat perbelanjaan dan Toko Swalayan pasal 20 penataan pusat perbelanjaan dan toko swalayan.

3. Lokasi pendirian Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan wajib mengacu pada RTRW, RDTRK, termasuk Peraturan Zonasi Kota.

4. Batasan luas lantai penjualan Toko Swalayan adalah sebagai berikut:

a. Minimarket, kurang dari 400 m² (empat ratus meter per segi)

- b. Supermarket, 400 m² (empat ratus meter persegi) sampai dengan 5.000 m² (lima ribu meter persegi)
 - c. Hypermarket, diatas 5.000 m² (lima ribu meter persegi)
 - d. Department Store, diatas 400 m² (empat ratus meter persegi)
 - e. Perkulakan, diatas 5.000 m² (lima ribu meter persegi).
5. Sistem penjualan dan jenis barang dagangan Toko Swalayan adalah sebagai berikut:
- a. *Minimarket*, Supermarket dan Hypermarket menjual secara eceran barang konsumsi terutama produk makanan dan produk rumah tangga lainnya
 - b. Department Store menjual secara eceran barang konsumsi utamanya produk sandang dan perlengkapannya dengan penataan barang berdasarkan jenis kelamin dan/atau tingkat usia konsumen.
 - c. Perkulakan menjual secara grosir barang konsumsi.

Kemudian dalam pasal 21 juga dijelaskan sebagai berikut:

6. Pendirian Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan yang wajib memenuhi ketentuan sebagai berikut:
- a. Memperhatikan keberadaan Pasar Rakyat, Usaha Kecil dan Usaha Menengah yang berada di wilayah bersangkutan dengan membuat kajian kondisi sosial ekonomi masyarakat yang dilakukan oleh lembaga independen yang berwenang.
 - b. Memperhatikan jarak antara Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan dengan Pasar Rakyat.

- c. Menyediakan areal parkir paling sedikit seluas kebutuhan parkir 1(satu) unit kendaraan roda empat untuk setiap 60 m² (enam puluh meter per segi) luas lantai penjualan Pusat Perbelanjaan dan/atau Toko Swalayan; dan
- d. Menyediakan fasilitas yang menjamin Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan yang bersih, sehat (hygienis), aman, tertib dan ruang publik yang nyaman.
7. Ketentuan jarak sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf b antara Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan dengan Pasar Rakyat minimum radius 350m (tiga ratus lima puluh meter).
8. Ketentuan mengenai jarak sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dikecualikan bagi Pusat Perbelanjaan yang terintegrasi.
9. Penyediaan areal parkir sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf c dapat dilakukan berdasarkan kerjasama antara pengelola Pusat Perbelanjaan dan/atau Toko Swalayan dengan Pihak Ketiga.
10. Ketentuan lebih lanjut mengenai jarak antara Pusat Perbelanjaan, Toko Swalayan, Pasar Rakyat, dan warung/toko diatur dengan Peraturan Walikota.

2.9 Pemetaan

Peta merupakan representasi atau gambaran unsur-unsur atau kenampakan-kenampakan abstrak yang dipilih dari permukaan bumi atau yang ada kaitannya dengan permukaan bumi atau benda-benda angkasa, dan umumnya digambarkan pada suatu bidang datar dan diperkecil atau diskalakan (Juhadi dan Setiyowati, 2001). Peta tidak boleh membingungkan, Peta harus mudah dipahami oleh pengguna peta (map

use), serta Peta harus memberikan gambaran yang sebenarnya sesuai dengan keadaan ataupun kondisi yang ada di lapangan. Merupakan beberapa hal yang harus diperhatikan oleh pembuat peta yang sesuai dengan kaidah-kaidah kartografi dalam membuat peta tematik. Setelah kaidah-kaidah diatas terpenuhi maka langkah selanjutnya yang dilakukan pembuat peta yaitu Persiapan peta dasar dan Merancang simbol peta selanjutnya Merancang komposisi peta atau layout peta. Klasifikasi peta menurut Bos, Es 1977 dalam Juhadi dan Setiyowati, peta dapat dikategorikan kedalam tiga kelompok yaitu peta berdasarkan isi, berdasarkan skala, dan berdasarkan kegunaan. Peta berdasarkan isi antara lain :

- a. Peta Umum atau peta rupa bumi adalah peta yang menggambarkan bentang alam secara umum di permukaan bumi, dengan menggunakan skala tertentu. Peta-peta yang termasuk kedalam peta umum adalah antara lain: peta dunia, topografi, dan atlas yang memuat mengenai bentang alam secara umum.
- b. Peta Tematik adalah peta yang memuat informasi tema-tema tertentu (khusus) dan digunakan untuk kepentingan tertentu yang bermanfaat untuk pengembangan ilmu pengetahuan, penelitian, bidang perencanaan wilayah,kepariwisataan dan kebudayaan, ekonomi, sosial, dan politik.

2.10 Sintesis Teori

Tabel sintesis teori merupakan tabel yang dibuat untuk membatasi pembahasan yang akan dilakukan serta aspek/indikator yang akan diteliti dan menjadi tujuan penelitian. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 2.1.

Tabel 2.1 Sintetis Teori

No	Teori	Deskripsi/penelitian	Sumber Pustaka
1	Toko Modern	Toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk <i>Minimarket</i> , Supermarket, Department Store, Hypermarket ataupun grosir yang berbentuk Perkulakan.	Peraturan Presiden Republik Indonesia No 112 Tahun 2007 Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.
2.	Teori Lokasi Christaller	Dalam penentuan lokasi kegiatan ekonomi dan sosial seperti permukiman, pertokoan, pabrik, pasar, tempat ibadah, sekolah dan lain sebagainya tidaklah asal maupun acak, melainkan menunjukkan pola yang dapat diselidiki dan dimengerti. Semakin jauh jarak yang ditempuh, maka semakin menurunkan minat seseorang untuk bepergian dari suatu lokasi ke lokasi lain.	Christaller, (1993) dalam Taringan, (2005)
	Teori Lokasi Von Thunen	Teori lokasi ditelaah dalam perkembangannya maka dapat dibedakan menjadi tiga, yaitu teori lokasi yang berorientasikan kepada daerah lokasi, yang berorientasikan kepada tempat lokasi dan yang berorientasikan kepada keseimbangan spasial.	
	Teori Melvin Greenhut	Usaha untuk menyatukan teori lokasi biaya minimum dan teori ketergantungan lokasi mencakup unsur-unsur sebagai berikut : a. Biaya lokasi yang meliputi biaya angkutan, tenaga dan pengelolaan; b. Faktor lokasi yang berhubungan dengan permintaan, yaitu masalah ketergantungan lokasi dan usaha untuk menguasai pasar; c. Faktor yang menurunkan biaya; d. Faktor yang meningkatkan	

No	Teori	Deskripsi/penelitian	Sumber Pustaka
		pendapatan; e. Faktor pribadi yang berpengaruh terhadap penurunan biaya; f. Faktor pribadi yang berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan dan akhirnya; g. Pertimbangan pribadi.	

Sumber: Hasil Analisis, 202

2.11 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang dapat dijadikan sebagai dasar atau referensi dan berhubungan dengan penelitian ini yang menyangkut penelitian yang pernah dilakukan adalah sebagai berikut.



Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu

No	Pengarang dan judul	Metode	Hasil Analisa	Tahun
1	Sri Endang Rahayu, perubahan pendapatan usaha warung Tradisional sebelum dan sesudah adanya warung Retail modern di Kecamatan Medan Timur	Penelitian ini yang bersifat deskriptif (dimana penelitian dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau pun lebih (independent) tanpa membuat perbandingan dan menghubungkannya dengan variabel lain), dengan hanya mengevaluasi pendapatan usaha warung tradisional dalam bentuk kuisioner dan wawancara.	1. Usaha warung tradisional mengalami penurunan keuntungan . Dari 20 unit warung yang diambil datanya terdapat 17 warung yang mengalami penurunan, hal ini menunjukkan bahwa adanya penurunan signifikan yang terjadi dengan keuntungan usaha warung tradisional setelah adanya warung retail modern. 2. Terjadi beberapa penurunan omset penjualan beras. Dari 20 unit warung yang diambil datanya terdapat 15 warung yang mengalami penurunan omset penjualan, hal ini menunjukkan ada penurunan omset penjualan beras yang terjadi setelah adanya warung retail modern. 3. Terjadi penurunan yang signifikan dengan omset penjualan beras hal ini dapat dibuktikan dari 20 unit warung yang diambil datanya hanya 9 warung yang mengalami penurunan setelah adanya warung retail modern. 4. Terjadi penurunan yang signifikan dengan omset	2014

No	Pengarang dan judul	Metode	Hasil Analisa	Tahun
			penjualan gula dimana hal ini dapat dibuktikan dari 20 unit warung yang diambil datanya hanya 10 warung yang mengalami penurunan omset penjualan setelah adanya warung retail modern.	
2	Putri Widarni Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Kondisi Pasar Tradisional Banjar Jaya di Kecamatan Terbanggi Besar Lampung Tengah.	Metode Analisis Kuantitatif menggunakan tipe penelitian Eksplanatif (Tipe penelitian eksplanatif ini karena penelitian ini menyoroti hubungan antar variabel-variabel penelitian dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Penelitian ini menghubungkan antara variabel-variabel pasar modern terhadap pasar tradisional).	1. Hasil perhitungan <i>rank spearman</i> dari 338 responden menunjukkan hasil hitung koefisien korelasi <i>rank spearman</i> sebesar 0,406 dengan taraf signifikan 0,000. Artinya hasil uji tersebut menunjukkan bahwa keberadaan pasar modern (X) memiliki hubungan yang signifikan terhadap kondisi pasar tradisional (Y). 2. Dampak pasar tradisional Bandar Jaya setelah adanya pasar modern di Kecamatan Terbanggi Besar Lampung Tengah yaitu berdampak pada penjual seperti, barang dagang penjual tidak pernah laris, penjual sering mengalami kerugian yang berturut-turut dengan rentang waktu yang berdekatan, pengurangan tenaga kerja dan pendapatan bersih yang di peroleh kecil.	2018
3	Ibnu M. Gusdi Pengaruh Sebaran Lokasi Minimarket Terhadap Perekonomian Warung Tradisional di Kecamatan Marpoyan Damai.	Menggunakan pendekatan kualitatif yang mengarah pada kualitatif naturalistik dan menekankan bahwa pelaksanaan penelitian ini terjadi secara alamiah dan apa adanya. dan menggunakan pola berpikir secara deduktif dengan melihat pada pernyataan-pernyataan umum.	1. Perubahan omset terjadi keuntungan usaha warung tradisional dan jumlah pembeli menurun semenjak adanya minimarket. 2. Keberadaan Minimarket terlalu dekat dengan warung tradisional dengan jarak antara 250-500 meter yang mana keberadaan Minimarket sebanyak 1 unit. 3. Segi diversifikasi produk pemilik warung menawarkan barang yang diperdagangkan adalah barang harian/bahan pokok rumah tangga, dan barang yang ditawarkan juga.	2015

No	Pengarang dan judul	Metode	Hasil Analisa	Tahun
4	Maulidah Rahmadhani. H Identifikasi Persebaran Lokasi Pasar Modern di Kota Pekanbaru	Analisis yang akan digunakan pada proses pelaksanaan penelitian ini adalah sebagai pengungkapan karakteristik dan kecenderungan variabel yang akan diteliti. Adapun jenis analisa yang akan digunakan, meliputi analisis kuantitatif berupa penelaahan secara deskriptif terhadap objek penelitian serta analisis komparatif.	1. Persebaran pasar modern di Kota Pekanbaru terdapat 41 pasar modern dan tersebar di beberapa kecamatan, diantaranya Kecamatan Tampan terdapat 11 (sebelas) pasar modern, Kecamatan Payung Sekaki terdapat 3 (tiga) pasar modern, Kecamatan Bukit Raya terdapat 5 (lima) pasar modern, Kecamatan Marpoyan Damai terdapat 5 (lima) pasar modern, Kecamatan Pekanbaru Kota terdapat 4 (empat) pasar modern, Kecamatan Sukajadi terdapat 3 (tiga) pasar modern, Kecamatan Senapelan terdapat 3 (tiga) pasar modern, Kecamatan Rumbai terdapat 1 (satu) pasar modern, Kecamatan Tenayan Raya terdapat 5 (lima) pasar modern, dan Kecamatan Lima Puluh terdapat 1 (satu) pasar modern. 2. hasil identifikasi kesesuaian lokasi pasar modern di Kota Pekanbaru adalah kelas kesesuaian dari 41 pasar modern di Kota Pekanbaru terbagi menjadi 4 (empat) kriteria diantaranya, kriteria sangat sesuai (SS) terdapat 26 (63%) pasar modern, kriteria sesuai (S) terdapat 4 (10%) pasar modern, kriteria kurang sesuai tidak terdapat pada pasar modern, dan kriteria tidak sesuai (TS) terdapat 11 (27%) pasar modern. Dari empat kriteria terdapat 26 (dua puluh enam) pasar modern yang telah sesuai dengan peraturan pemerintah, namun masih terdapat 11 (sebelas) pasar modern yang tidak memenuhi kriteria yang telah ditentukan terutama mengenai jarak pasar modern dengan pasar tradisional sehingga dapat mengganggu kondisi sosial ekonomi masyarakat dan keberadaan pasar tradisional.	2019

No	Pengarang dan judul	Metode	Hasil Analisa	Tahun
5	Abdul Kadir Aslam Pengaruh Pertumbuhan Minimarket Terhadap Minat dan Kebiasaan Belanja Masyarakat Kelurahan Tamamaung Kota Makassar	Menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif, distribusi frekuensi. Analisis Overlay Informasi Geografi/Aplikasi GIS	Hasil dari analisis penelitian tersebut menunjukkan bahwa keputusan minat dan kebiasaan berbelanja masyarakat pada Kelurahan Tamamaung yaitu 81,93 % dengan skor aktual 4916 dari 6000 skor ideal. maka dengan dengan ini telah diketahui bahwa <i>minimarket</i> sangat pengaruh terhadap minat dan kebiasaan berbelanja masyarakat.	2017
6	Melita Iffah Pengaruh Toko Modern Terhadap Toko Usaha Kecil Skala Lingkungan (Studi Kasus: Minimarket Kecamatan Belimbing, Kota Malang). (Jurnal)	Metode Analisis <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA) Metode Analisis Tabulasi Silang (<i>Cross Tab</i>) Metode Analisis <i>Overlay</i> Jangkauan Pelayanan Analisis Pengaruh Minimarket	Hasil penelitian tersebut yaitu baik toko usaha kecil maupun minimarket memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing, terdapat perubahan kecenderungan pada preferensi pemilihan tujuan berbelanja, dan semakin besar jangkauan minimarket, maka akan semakin banyak toko yang terfriksi dengan jangkauan pelayanannya, satu minimarket berdampak terhadap 4 toko usaha kecil, dengan rata-rata friksi sebesar 57.29%	2011
7	Aziyati Indraswari Analisis Kesesuaian Lokasi dan preferensi Masyarakat Terhadap Minimarket Di Kecamatan Pontianak Kota.	Metode Analisis <i>Overlay</i> Jangkauan Pelayanan Metode Analisis Skoring Metode Analisis kuantitatif, Distribusi Frekuensi	Hasil analisis penelitian tersebut menunjukkan bahwa preferensi masyarakat dalam berbelanja sangat di pengaruhi oleh lokasi yang berdekatan. Karena keberadaan yang mudah ditemui, daya beli yang dapat menarik minat konsumen untuk berbelanja. Dan manajemen yang lebih disiplin dan fasilitas yang berinovasi serta mendukung konsumen untuk berbelanja.	2019

Sumber: Hasil Analisis, 2021.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Metode berasal dari kata “*methodos*” yang terdiri dari kata “*Metha*” yaitu melewati, menempuh atau melalui dan kata “*hodos*” yang berarti cara atau jalan. Metode adalah cara atau pun jalan yang akan dilalui atau ditempuh. Sedangkan menurut istilah metode adalah cara atau jalan yang harus ditempuh untuk mencapai sebuah tujuan.

Metode penelitian merupakan bagian yang penting dalam pelaksanaan suatu penelitian, dimana metode penelitian menjadi cara ilmiah atau langkah-langkah penelitian yang akan dilaksanakan untuk mendapatkan data dan informasi, melakukan analisis, hingga memperoleh hasil penelitian sesuai tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan sebelumnya. Metode penelitian menjadi satu kesatuan dalam sistem penelitian yang terdiri dari beberapa aspek seperti teknik penelitian, tahapan penelitian, kebutuhan data, pendekatan penelitian, dan teknik analisis yang akan digunakan. Pada dasarnya penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan kuantitatif (campuran) dan deskriptif komparatif.

3.1 Pendekatan Metode Penelitian

Pendekatan metodologi penelitian ini menggunakan pendekatan deduktif. Pendekatan deduktif adalah pendekatan secara teoritis untuk mendapatkan konfirmasi berdasarkan hipotesis dan observasi yang telah dilakukan sebelumnya. Suatu hipotesis lahir dari sebuah teori, lalu hipotesis ini diuji dengan melakukan beberapa

observasi. Hasil dari observasi ini akan dapat memberikan konfirmasi tentang sebuah teori yang semula dipakai untuk menghasilkan hipotesis (Sugiyono, 2016).

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian yaitu berada di Jl. HR. Soebrantas Pekanbaru terbentang lurus sepanjang 15 KM dari Persimpangan Pasar Arengka sampai berbatasan dengan Jl.Rimbo Panjang, dengan radius 50 meter dari badan jalan HR. Soebrantas Pekanbaru. Pemilihan jalan Subrantas sebagai lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*). Meskipun dipilih secara sengaja bukannya tanpa alasan (*reasoning*) yang logis, karena Kecamatan Tampan merupakan salah satu kota yang memiliki potensi untuk mengalami perkembangan yang cukup signifikan, terlihat pertumbuhan bisnis ritel modern, maka untuk itu peneliti melakukan penelitian khususnya di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru setelah di observasi kelapangan yang akan dilakukan yaitu analisis pengaruh keberadaan minimarket terhadap keberlangsungan usaha toko kelontong di sekitarnya Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru.

3.3 Metode Penelitian

a. Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif

Penelitian deskriptif kualitatif adalah salah satu kajian atau dari jenis penelitian yang termasuk dalam jenis penelitian kualitatif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengungkapkan kejadian atau fakta, keadaan, fenomena, variabel dan keadaan yang terjadi saat penelitian berlangsung

dengan menyuguhkan apa yang sebenarnya terjadi. Penelitian ini menafsirkan dan menguraikan data yang bersangkutan dengan situasi yang sedang terjadi, sikap serta pandangan yang terjadi di dalam suatu masyarakat, pertentangan antara dua keadaan atau lebih, hubungan antar variabel yang timbul, perbedaan antar fakta-fakta yang ada serta pengaruhnya terhadap suatu kondisi, dan sebagainya (Priyono 2016)

b. **Metode Penelitian Deskriptif Kuantitatif**

Penelitian ini merupakan penelitian yang bertujuan menjelaskan fenomena yang ada dengan menggunakan angka-angka untuk menjelaskan karakteristik individu atau kelompok (Syamsuddin & Damiyanti, 2011).

3.4 Jenis Data dan Sumber data

3.4.1 Jenis Data

Untuk memperoleh hasil yang maksimal pada penelitian ini dibutuhkan data dan informasi yang relevan dan lengkap. Jenis data yang dibutuhkan pada penelitian ini terdiri atas 2 macam, yaitu:

- a. Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Pengumpulan data primer pada penelitian ini dengan cara penyebaran kuesioner dan melakukan wawancara secara langsung dengan pihak-pihak yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan (Sugiyono, 2012).

- b. Data sekunder adalah sumber data yang diperoleh dengan cara membaca, mempelajari dan memahami melalui media lain yang bersumber dari literatur, buku-buku, serta dokumen perusahaan (Sugiyono, 2012).

3.4.2 Sumber Data

Untuk tahapan pengumpulan data disesuaikan dengan tiap sasaran. Adapun perolehan data primer dan sekunder dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Teknik Pengumpulan Data Sekunder

Data sekunder diperoleh guna untuk mendapatkan gambaran umum objek penelitian dan diolah dalam menyelesaikan permasalahan yang ada dipenelitian. Berikut ini data sekunder yang diperoleh dari berbagai instansi:

Tabel 3. 1 Data Sekunder dalam Penelitian

Jenis Data	Sumber
Kecamatan Tampan dalam Angka 2020: -Kondisi geografis wilayah penelitian - jumlah dan kepadatan penduduk	Badan Pusat Stastistik Pekanbaru
Data minimarket (Indomaret dan Alfamart) dan toko kelontong terkait dengan : - Pemilik bangunan - Jumlah minimarket dan toko kelontong - Alamat lokasi usaha	Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan Pekanbaru
RTRW Kota Pekanbaru	Bappeda Kota Pekanbaru

Sumber : Data olahan 2021

2) Teknik Pengumpulan Data Primer

Dalam proses pengumpulan data primer ada beberapa metode pengumpulan yang peneliti lakukan, yaitu :

1. Observasi

Proses observasi wilayah studi dilakukan sebelum melakukan survey kuesioner. Hal ini dilakukan untuk melihat kondisi *minimarket* dan toko kelontong. Proses observasi dilengkapi dengan alat bantu berupa perekam visual seperti *camera digital*, *tape recorder*, dan buku catatan yang dapat mendokumentasikan seluruh data yang dibutuhkan.

2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu, dapat berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan, biografi, peraturan dan kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain. Dokumen yang berbentuk karya misalnya karya seni yang dapat berupa gambar, patung, film dan lainnya. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara (Sugiyono, 2016). Melakukan dokumentasi/foto saat observasi lapangan bertujuan untuk penyertaan bukti yang berkaitan dengan hal-hal penting berhubungan dengan penelitian. Dokumentasi ini berguna untuk mengambil gambar sesuai dengan kondisi di lapangan.

Tabel 3.2 Data Yang Dibutuhkan

No	Sasaran Penelitian	Data	Jenis Survey			Sumber Data
			Primer		Sekunde	
			O	K	I	
1	Identifikasi Persebaran <i>Minimarket</i> yang Terletak di Jl. Subrantas	Lokasi <i>Minimarket</i>	√		√	Dinas Koperasi dan Perdagangan dan Observasi Lapangan
		Jarak antara lokasi <i>minimarket</i> dengan toko usaha Kelontong sekitarnya	√		√	
2	Kesesuaian Lokasi <i>Minimarket</i> di Jl. Subrantas	Kondisi eksisting <i>minimarket</i>				Observasi Lapangan
		- SNI 03-1733-2004 tentang Tata Cara Perencanaan Lingkungan Perumahan di Perkotaan.				Peraturan Perundang-undangan
		Peta fisik Kecamatan Tampan				Dinas Tata Ruang
3	Analisis Preferensi Masyarakat terhadap <i>Minimarket</i> dan Toko Kelontong Di sekitarnya	Keberadaan		√		Kuisisioner servasi Lapangan
		Daya beli		√		
		Manajemen		√		

Sumber : Hasil Analisis, 2021

Keterangan :

O – Observasi

K – Kuisisioner

I –Instans.

3.5 Alat dan Bahan Penelitian

Guna mendukung proses pengumpulan data, di dalam pelaksanaannya penelitian membutuhkan beberapa peralatan dan perlengkapan penelitian seperti :

1. Buku-buku yang berhubungan dengan penelitian sebagai literatur penelitian.
2. Alat tulis (pena atau pensil), digunakan untuk mencatat dan menulis data.
3. Penunjuk waktu, digunakan untuk mengetahui waktu pengambilan data.
4. Komputer, lengkap dengan software yang diperlukan dalam pengerjaan penelitian, yaitu : Microsoft word, Exel, dan GIS
5. Kendaraan guna untuk melakukan survey pada wilayah penelitian
6. Kamera digital untuk mendokumentasikan data ketika sedang melakukan observasi kondisi di lapangan.

Adapun bahan penelitian yang digunakan antara lain:

- a. Peta wilayah penelitian
- b. Data dari instansi yang terkait serta wawancara

3.6 Metode Penentuan Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ditetapkan dengan menggunakan metode *Purposive Random Sampling*, yaitu penentuan lokasi penelitian berdasarkan pertimbangan dari penelitian sendiri. Pertimbangannya adalah bahwa wilayah kecamatan Tampan merupakan suatu wilayah yang mencakup sebagian besar wilayah Kota Pekanbaru. Pada wilayah inilah banyak sekali persebaran minimarket. Berdasarkan pertimbangan tersebut sehingga ditetapkanlah lokasi studi di sepanjang koridor Jl.HR.Soebrantas.

3.7 Metode Pengumpulan Data

Dalam upaya untuk mendapatkan data yang diperlukan pada penelitian ini, maka dapat dilakukan pengumpulan data dengan cara sebagai berikut :

1. Survei lapangan, merupakan teknik pengumpulan data melalui observasi atau pengamatan secara langsung kepada objek yang menjadi sasaran pada penelitian guna memahami kondisi dan karakteristik dari wilayah penelitian dan faktor-faktor perubahan penggunaan lahan.
2. Pendataan instansi yaitu pengumpulan data dan melalui instansi teknik guna mengetahui data kualitatif dan kuantitatif data baik dalam bentuk data statistik atau dalam bentuk peta yang dikumpulkan dari berbagai dinas dan instansi seperti: Dinas Koperasi dan Perdagangan, Dinas Pelayanan Terpadu satu Pintu Kota Pekanbaru.
3. Telaah pustaka, merupakan cara pengumpulan data dan informasi melalui literatur atau referensi yang terkait dengan studi yang akan dilakukan.
4. Dokumentasi, ialah cara pengumpulan data dan informasi melalui literatur yang terkait dengan studi yang akan dilakukan.
5. Kuesioner (daftar pertanyaan) sebagai instrumen dalam upaya mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi perubahan penggunaan lahan di kecamatan Tampan.

3.8 Populasi, Sampel dan Teknik Penentuan Jumlah Sampel

3.8.1 Populasi

Populasi ialah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek/subyek yang mempunyai kualitas atau karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti guna dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi bukan hanya dari orang, akan tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekadar jumlah yang ada pada objek/subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subjek/objek tersebut (Sugiyono, 2012).

Populasi terdiri atas sekumpulan objek yang menjadi pusat perhatian, yang daripadanya terkandung informasi yang ingin diketahui. Objek tersebut disebut satuan analisis. Satuan analisis ini mengandung perilaku atau karakteristik yang diteliti. Populasi merupakan keseluruhan unsur-unsur yang memiliki satu atau beberapa ciri karakter yang sama (Dayan, 1992). Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna koridor Jl.HR.Soebrantas Kecamatan Tampan Alasan pengambilan responden yang dibatasi pada pengguna koridor Jl.HR.Soebrantas Kecamatan Tampan disebabkan aktivitas mereka setiap hari di koridor Jl.HR.Soebrantas, sehingga mereka lebih mengetahui dan memahami karakter di kawasan studi.

Cara pemilihan sampel dikenal dengan nama teknik *sampling* atau teknik pengambilan sampel. Sampel harus valid, yaitu bisa mengukur sesuatu yang seharusnya diukur. Sampel yang valid ditentukan oleh dua pertimbangan yaitu:

- a. Akurasi atau ketepatan, yaitu tingkat ketidak adaan “bias” (kekeliruan) dalam sampel. Dengan kata lain semakin sedikit tingkat kekeliruan yang ada dalam sampel, maka semakin akurat sampel tersebut.

- b. Presisi. Kriteria kedua sampel yang baik adalah memiliki tingkat presisi estimasi. Presisi mengacu pada persoalan sedekat mana estimasi kita dengan karakteristik populasi.

3.8.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2012) Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengukuran sampel merupakan suatu langkah untuk menentukan besarnya sampel bias dilakukan dengan statistik atau berdasarkan estimasi penelitian. Pengambilan sampel ini harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel yang benar-benar dapat berfungsi atau dapat menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya dengan istilah lain harus representatif (mewakili).

Menurut Umar dalam Zahadi (2014) yang berpendapat bahwa dalam penelitian studi deskriptif minimal membutuhkan sampel 10 % dari populasi yang ada. Namun, jika jumlah sektor formal dan informal kecil dari 50 jumlah populasi, maka jumlah kedua sektor yang ada di lokasi dijadikan sebagai sampel.

Untuk penelitian ini akan teknik sampling yang akan digunakan adalah stratified random sampling. Hal ini dilakukan karena pengguna koridor JL.H.R.Soebrantas tidak terbatas jumlahnya (bisa semua orang menjadi pengguna) misalnya: pejalan kaki, tukang becak, pengunjung bangunan-bangunan atau toko-toko di koridor ini. Oleh karena itu, stratified random sampling dianggap paling cocok untuk penggalan informasi dan data karena elemen-elemen dalam populasi di koridor ini heterogen. Besarnya populasi dalam kawasan studi tidak dapat diketahui, karena jumlah pejalan kaki dan pengunjung bangunan-bangunan dalam koridor ini tidak bisa

diketahui jumlahnya secara pasti setiap harinya. Menurut Gay dalam M. Iqbal Hasan (2002), ukuran minimum sampel yang dapat diterima berdasarkan pada metode penelitian deskriptif adalah minimal 30 subyek/sampel.

Toko kelontong di sepanjang koridor Jl.HR.Soebrantas yang menjadi objek penelitian adalah berjumlah 49 toko kelontong . Adapun dalam penelitian ini yang menjadi sampel adalah 50 responden yang tersebar di sepanjang koridor Jl.HR.Soebrantas.

3.9 Variabel Penelitian

Variabel penelitian menurut Sugiyono (2017) adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari sehingga diperoleh informasi tentang hasil tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Setelah mengkaji teori dan konsep dari berbagai *literature* yang ada, maka dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa untuk menentukan Variabel penelitian dalam penelitian pengaruh pertumbuhan minimarket terhadap keberlangsungan usaha toko kelontong di sekitarnya di jalan Subrantas Kecamatan Tampan dapat dilihat pada Tabel 3.4 Berikut:

Tabel 3.3 Variabel Penelitian

No	Variabel	Indikator	Metode Analisis
1	Persebaran lokasi minimarket di jl. Subrantas	1. Lokasi <i>Minimarket</i> 2. Lokasi Toko Kelontong 3. Jarak antara <i>Minimarket</i> dengan toko kelontong	Metode Analisis pemetaan menggunakan ArcGIS
2	Kebijakan Terkait <i>minimarket</i>	1. Kondisi eksisting 2. Standar lokasi <i>minimarket</i>	Metode Analisis komparatif (Skoring) dan analisis <i>buffer</i>

No	Variabel	Indikator	Metode Analisis
3	Preferensi Masyarakat	1. Keberadaan 2. Daya beli 3. Manajemen	Metode Analisis Distribusi Frekuensi dan Analisis Skoring

Sumber : Hasil Analisis, 2021

3.10 Metode Analisis

Menurut Sugiyono (2016), analisis data merupakan proses mencari data dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri dan orang lain.

3.10.1 Pemetaan dengan ArcGIS

Teknik analisis yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah SIG atau yang dikenal dengan (Sistem Informasi Geografi) merupakan suatu komponen yang terdiri dari perangkat keras, perangkat lunak, data geografis dan sumberdaya manusia yang bekerja bersama secara efektif untuk memasukkan, menyimpan, memperbaiki, memperbaharui, mengelola, memanipulasi, mengintegrasikan, menganalisa dan menampilkan data dalam suatu informasi berbasis geografis. Perkembangan GIS ini tidak dapat dipisahkan dengan perkembangan teknologi komputer, hal ini dikarenakan keduanya memiliki kemampuan yang sangat baik dalam menghubungkan antar berbagai data dan kepentingan manusia. dengan SIG manusia dapat mengelola kebutuhan akan sistem spasial (geografi), dan dengan perangkat

komputer sistem yang terbentuk tersebut dapat tersimpan secara lengkap, dengan kapasitas yang besar, dan kemudahan untuk mengakses, menganalisis, mensimulasikan data. Berdasarkan hasil tersebutlah aplikasi GIS dapat menjawab beberapa pertanyaan seperti lokasi, kondisi dan pola (Prahasta, 2015).

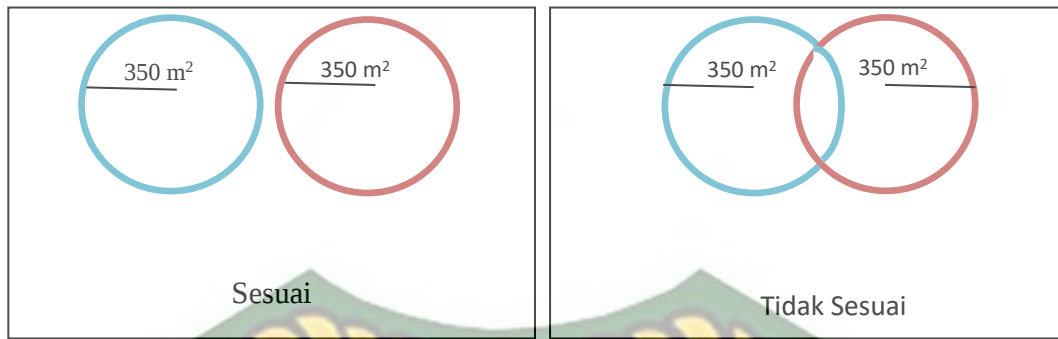
Terdapat berbagai program atau *software* yang digunakan untuk GIS yang sifatnya komersial sampai *software open source* salah satunya yaitu ArcGIS. ArcGIS merupakan *software* berbasis *Geographic Information System* yang dikembangkan oleh ESRI (*Environment Science & Research Institute*). Produk utama arcgis terdiri dari tiga komponen utama yaitu, ArcView yang berfungsi sebagai pengelola data komprehensif, pemetaan dan analisis, ArcEditor berfungsi sebagai editor dari data spasial, dan ArcInfo merupakan fitur yang menyediakan fungsi-fungsi yang ada di dalam GIS yang meliputi keperluan analisa dari fitur *Geoprocessing*.

Aplikasi SIG dapat digunakan untuk berbagai kepentingan selama data yang diolah memiliki referensi geografi atau objek yang dapat disajikan dalam bentuk fisik serta memiliki lokasi keruangan. Data-data yang diolah dalam SIG pada dasarnya terdiri dari data spasial yang berkaitan dengan lokasi keruangan yang pada umumnya berbentuk peta dan data atribut yang berupa data tabel yang berfungsi menjelaskan keberadaan berbagai objek sebagai data spasial. Proses pembuatan data tersebut salah satunya mengolah layer peta pada aplikasi ArcGIS yang bermula dari ArcCatalog. Bagian dari ArcCatalog ini salah satunya adalah shapefile yang merupakan bagian dari proses digitasi. Digitasi merupakan proses melakukan *tracing* gambar raster ke dalam format *vector*, dan dipisahkan ke dalam layer yang berbeda sesuai dengan tipologinya, yaitu :

- Point, yaitu berfungsi untuk menitik beberapa lokasi yang akan diolah,
- Polyline, yang berfungsi untuk membuat garis pada peta. Contohnya seperti membuat jalur jalan, jalur kereta api dan jaringan drainase,
- Polygon, memiliki fungsi untuk mendeleniasi tutupan lahan

Di dalam aplikasi ArcGIS terdapat proses analisis sederhana, salah satunya yaitu *buffer*. analisis geografis yang berbasis pada jarak antar layer atau merupakan lapisan pendukung yang ada disekitar layer dalam jarak tertentu adalah untuk menentukan dekatnya hubungan antar sifat bagian yang ada merupakan *Buffer*. Membuat *buffer* (*output featur class*) berdasarkan suatu layer masukan (*input features*), digunakanlah fungsi *buffer* yang berada pada menu “*Analysis Tools*” (Prahasta, 2015).

Aplikasi ArcGIS dalam penelitian ini berfungsi untuk mengolah peta yang diperlukan dalam penelitian terutama untuk mencapai sasaran 1 dengan melakukan digitasi titik lokasi sebaran *minimarket* (Alfamart dan Indomaret) dan toko kelontong. Penggunaan aplikasi ArcGIS yang kedua guna mencapai sasaran 2 untuk mengolah guna lahan eksisting dan menganalisis kesesuaian lokasi dengan cara digitasi dan menganalisis menggunakan analisis sederhana yaitu analisis *buffer*. Gambaran yang digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut:



Gambar 3. 1 Sketsa Analisis Buffer dalam Penelitian

Sumber : Hasil Analisis 2021

3.10.2 Analisis Skoring

Adapun indikator yang digunakan adalah Peraturan Presiden No. 112 Tahun 2007, Peraturan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No: 107/MPP/Kep/2/1998 dan PERDA Kota Pekanbaru No. 09 Tahun 2014 sebagai berikut:

- 1) Lokasi pendirian Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan wajib mengacu pada Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten/Kota, Rencana Detail Tata Ruang Kabupaten/Kota, termasuk Zonasi Kota. Pasar modern harus berlokasi di pusat pertumbuhan atau wilayah perkotaan.
- 2) Lokasi pasar hanya diperbolehkan berlokasi pada akses sistem jaringan jalan arteri atau jalan kolektor.
- 3) Batasan luas lantai penjualan adalah sebagai berikut:
 - a. Supermarket, 400 m² sampai 500 m².
 - b. Hypermarket, diatas 5.000 m².
 - c. Department Store, diatas 400 m².
 - d. Perkulakan, diatas 5.000 m².

4) Memperhitungkan kondisi sosial ekonomi masyarakat dan keberadaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.

5) Memperhatikan jarak antara hypermarket minimarket dengan pasar tradisional yang ada sebelumnya. Dengan minimal radius 350m (tiga ratus lima puluh meter).

6) Menyediakan fasilitas yang menjamin pusat perbelanjaan yang bersih, sehat (hygienis), aman, tertib dan ruang publik yang nyaman.

7) Menyediakan areal parkir paling sedikit seluas kebutuhan parkir 1 unit kendaraan roda empat untuk setiap 60 m² lantai penjualan pusat perbelanjaan.

Setelah dilakukan perbandingan antara peraturan terkait toko modern dari Peraturan Presiden No. 112 Tahun 2007, Peraturan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No: 107/MPP/Kep/2/1998, dan PERDA Kota Pekanbaru No. 09 Tahun 2104 dengan kondisi eksisting maka ditentukan interval kelas klasifikasi kesesuaian Lokasi *minimarket*.

Analisis skoring yaitu analisis dengan memberikan penilaian terukur secara kuantitatif kepada setiap pilihan variabelnya. Perhitungan tersebut dengan menggunakan skala untuk dapat menghasilkan rekomendasi terbaik (Amelia, 2015). Analisis skoring dalam penelitian ini dilakukan menggunakan cara memberikan skor 0 adalah tidak sesuai, 1 adalah sesuai. Rumus yang digunakan untuk analisis skoring adalah :

$$\text{Rentang Klasifikasi} = \frac{(\text{Nilai tertinggi} - \text{nilai terendah})}{\text{Jumlah kategori}}$$

Tahap pengklasifikasian, dari hasil skoring tersebut kemudian dilakukan pembobotan berdasarkan peraturan yang terkait dengan penelitian, dimana pembobotan akan tinggi jika ketentuan sering tercantum dalam beberapa peraturan.

Tabel 3. 4 Ketentuan Pembobotan Kesesuaian Lokasi

No	Sub Variabel	Dasar Teori	Bobot
1	Kepadatan Penduduk	- Peraturan Menteri Perdagangan No. 70/M-DAG/PER/12/2013 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern . - Peraturan Daerah Kota Pekanbaru No. 09 tahun 2014 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern .	1
2	Radius antar Minimarket (Alfamart dan Indomaret)	- SNI 03-1733-2004 tentang Tata Cara Perencanaan Lingkungan Perumahan di Perkotaan. - Peraturan Daerah Kota Pekanbaru No. 09 tahun 2014 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.	1
3	Radius minimarket dengan toko kelontong	- Peraturan Menteri Perdagangan No. 70/M-DAG/PER/12/2013 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern. - Peraturan Daerah Kota Pekanbaru No. 09 tahun 2014 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern .	2

Sumber : Kajian Literatur, 2021

Nilai pembobotan pada tabel diatas kemudian dikalikan dengan hasil rata-rata skor setiap sub variabel dari kesesuaian lokasi yang berguna untuk rekapitulasi dari perhitungan kesesuaian lokasi perdagangan yang ada di Jl.HR.Soebrantas. Selanjutnya akan dilakukan penjumlahan dari setiap sub-variabel dan akan dibagi dengan jumlah dari nilai pembobotan. Jumlah dari pembagian tersebut digunakan untuk mengkategorikan hasil analisis dari kesesuaian lokasi, berikut kategorinya:

Rata-rata skor	0,67 – 1	= Kesesuaian tinggi
Rata- rata skor	0,34 – 0,66	= Kesesuaian sedang
Rata-rata skor	0,033	= Kesesuaian Rendah

Berdasarkan kategori tersebut guna mengetahui tingkat kesesuaian setiap *minimarket* terhadap toko kelontong yang ada di sekitarnya Jl.HR.Soebrantas Kecamatan Tampan.

3.10.3 Analisis Distribusi Frekuensi

Distribusi frekuensi yaitu susunan data menurut kelas interval tertentu atau menurut kategori tertentu dalam sebuah daftar yang kemudian menggambarkan bagaimana frekuensi dari gejala dan variabel dengan hasil distribusi dan frekuensi dari setiap variabel(Aslam, 2017):

Pada umumnya didalam analisis ini hanya menghasilkan distribusi dan persentase dari setiap variabel dengan rumus (Notoatmodjo, 2005):

$$P = \frac{F}{n} \times 100\%$$

Keterangan:

P = Prosentase

F = Frekuensi dari setiap alternatif jawaban yang menjadi pilihan yang telah dipilih responden atas pertanyaan yang diajukan.

n = jumlah frekuensi seluruh alternatif jawaban yang menjadi pilihan responden selaku penelitian.

100 % = Bilangan Genap

Teknik analisis distribusi frekuensi digunakan untuk menganalisis persepsi dan pengaruh keberadaan *minimarket* terhadap keberlangsungan toko kelontong. Sumber data untuk teknik analisis ini berasal dari kuesioner. Data-data tersebut yang nantinya akan digunakan untuk menghitung persentase dari setiap variabel data, sehingga akan diketahui besaran dari variabel data tentang pengaruh keberadaan *minimarket* terhadap keberlangsungan toko kelontong (Wiwik, 2013).



Tabel 3.5 Desain Penelitian

No	Sasaran Penelitian	Variabel	Indicator	Teknik Analisis	Jenis Data	Sumber Data	Hasil Penelitian
1	Teridentifikasi persebaran lokasi <i>minimarket</i> dalam kaitannya dengan sebaran toko kelontong di jl.HR Soebrantas	Persebaran lokasi <i>minimarket</i> dan toko kelontong	a. Lokasi <i>minimarket</i> dan toko kelontong b. Jarak antar <i>minimarket</i> dengan toko kelontong	Analisis Kuantitatif pemetaan, GIS, peta citra satelit	Data Primer dan Sekunder (Observasi Lapangan)	- Dinas Koperasi dan perdagangan - Survei lapangan	Diketahuinya persebaran lokasi <i>minimarket</i> dan toko kelontong di jl. Subrantas
2	Teridentifikasi kesesuaian lokasi <i>minimarket</i> & toko kelontong di Jl.HRSoebrantas	Kebijakan terkait <i>minimarket</i> dan Toko Kelontong	a. Kondisi Eksisting <i>Minimarket</i> & toko kelontong b. Standar lokasi toko modern dari Peraturan Presiden No. 112 Tahun 2007, Peraturan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No: 107/MPP/Kep/2/1998 dan PERDA Kota Pekanbaru No. 09 Tahun 2014.	Analisis Kuantitatif, Skoring & Buffer Aplikasi Arcgis	Data Primer dan Sekunder (studi pustka)	- Dinas Tata Ruang dan Bangunan - Survei lapangan	Diketahuinya kesesuaian lokasi <i>minimarket</i> terhadap toko kelontong
3	Menganalisis Preferensi masyarakat terhadap <i>minimarket</i> dan toko kelontong di Jl.HR.Soebrantas	Preferensi Masyarakat	a. Keberadaan b. Daya beli c. Manajemen	Analisis Kuantitatif & Kualitatif Skoring & Distribusi Frekuensi	Data primer	Survey lapangan	Diketahuinya pengaruh keberadaan <i>minimarket</i> terhadap keberlangsungan toko kelontong

Sumber : Hasil Analisis, 2021

BAB IV

GAMBARAN WILAYAH

4.1. Gambaran Umum Kota Pekanbaru

4.1.1 Letak dan Luas

Kota Pekanbaru berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 19 Tahun 1987 tanggal 7 September 1987, terdiri dari 8 wilayah kecamatan dari 5 kecamatan yang ada sebelumnya, dengan luas wilayah 446,5 Km², setelah diadakan pengukuran dan pematokan oleh Badan Pertanahan Nasional Riau, luas Kota Pekanbaru selanjutnya di verifikasi menjadi 632,26 Km². Dengan bergulirnya otonomi daerah pada tahun 2000 dan untuk terciptanya tertib pemerintahan serta pembinaan pada wilayah yang cukup luas ini, maka dibentuklah Kecamatan baru yang ditetapkan berdasarkan Perda Kota Pekanbaru No. 3 Tahun 2003 sehingga menjadi 12 kecamatan. Demikian pula dengan Kelurahan/Desa dimekarkan menjadi 58 (dari 45 Kelurahan/Desa yang ada sebelumnya) berdasarkan Perda Kota Pekanbaru No. 4 Tahun 2003.

Kemudian pada Hari Selasa tanggal 21 Rajah 1204 H atau tanggal 23 Juni 1784 M berdasarkan musyawarah datuk-datuk empat suku (Pesisir, Lima puluh, Tanah Datar dan Kampar), negeri Senapelan diubah namanya menjadi “Pekan Baharu” selanjutnya diperingati sebagai hari lahir Kota Pekanbaru. Mulai saat itu sebulan Senapelan telah ditinggalkan dan mulai populer sebutan “Pekan Baharu”, yang dalam bahasa sehari-hari disebut Pekanbaru. Perkembangan selanjutnya tentang pemerintahan di Kota Pekanbaru yang selalu mengalami perubahan, antara lain sebagai berikut :

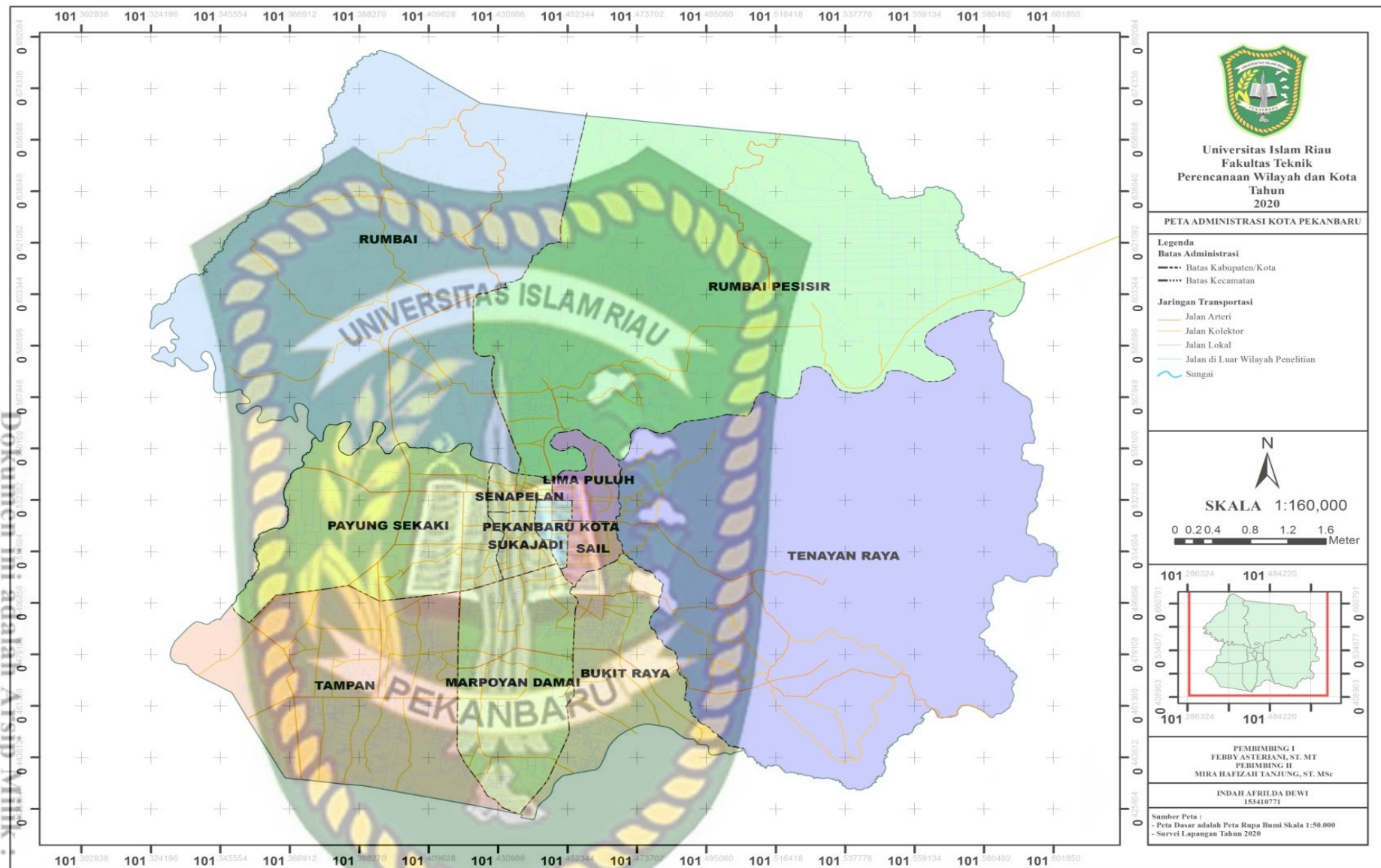
1. SK Kerajaan Besluit van Her Inlanche Zelf Bestuur van Sian No.1 tanggal 19 Oktober 1919, Pekanbaru bagian dari kerajaan Siak yang disebut District.
2. Tahun 1931 Pekanbaru masuk wilayah Kampar Kiri dikepalai oleh seorang Controleur berkedudukan di Pekanbaru.
3. Tanggal 8 Maret 1942 Pekanbaru dikepalai oleh seorang Gubernur Militer disebut Gokung, Distrik menjadi Gun dikepalai oleh Gunco.
4. Ketetapan Gubernur Sumatra di Medan tanggal 17 Mei 1946 No. 103 Pekanbaru dijadikan daerah otonom yang disebut Haminte atau kota b.
5. UU No. 22 tahun 1984 Kabupaten Pekanbaru diganti dengan Kabupaten Kampar, Kota Pekanbaru diberi status Kota Kecil.
6. UU No. 8 tahun 1956 menyempurnakan status kota Pekanbaru sebagai kota kecil.
7. UU No. 1 tahun 1957 status Pekanbaru menjadi Kota Praja.
8. Kepmendagri nomor Desember 52/I/44-25 tanggal 20 Januari 1959 Pekanbaru menjadi Ibukota Provinsi Riau.
9. UU No. 18 tahun 1965 resi pemakaian sebutan Kotamadya.
10. UU No. 22 tahun 1999 tentang Pemerintahan Daerah sebutan Kotamadya berubah menjadi Kota.

Letak Kota Pekanbaru sangat dipengaruhi oleh keberadaan Sungai Siak yang membelah kota menjadi di wilayah. Sungai Siak ini pulalah yang kemudian menjadi acuan orientasi Utara – Selatan kota, dimana wilayah di atas Sungai Siak di identifikasikan sebagai daerah Utara Kota, dan sebaliknya daerah di bawah Sungai Siak diidentifikasi sebagai daerah Selatan Kota. Kota Pekanbaru secara geografis

terletak antara 101°14' - 101°34' Bujur Timur dan 0°25' - 0°45' Lintang Utara,
dengan batas administrasi sebagai berikut:

- a. Sebelah Utara :Berbatasan dengan Kabupaten Siak dan Kabupaten
Kampar
- b. Sebelah Selatan :Berbatasan dengan Kabupaten Kampar dan
Kabupaten Pelalawan
- c. Sebelah Timur :Berbatasan dengan Kabupaten Siak dan Kabupaten
Pelalawan
- d. Sebelah Barat :Berbatasan dengan Kabupaten Kampar





4.2 Gambaran Umum Kecamatan Tampan

Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru merupakan salah satu Kecamatan terbentuk berdasarkan PP. NO. 19 Tahun 1987 tentang perubahan batas antara Kota Pekanbaru dengan Kabupaten Kampar pada tanggal 14 Mei dengan luas wilayah $\pm 199.792 \text{ KM}^2$. Terbentuknya Kecamatan Tampan ini dari beberapa Desa dan Kecamatan dari Kabupaten Kampar (Badan Pusat Statistik Kecamatan Tampan 2020) yaitu:

- a. Desa Simpang Baru dari Kecamatan Kampar
- b. Desa Sidomulyo Barat dari Kecamatan Siak Hulu
- c. Desa Labuh Baru dari Kecamatan Siak Hulu
- d. Desa Tampan dari Kecamatan Siak Hulu

Dari 4 (empat) desa inilah Kecamatan Tampan terbentuk yang berdasarkan PP No. 19 Tahun 1987 tersebut. Pada tahun 2003 Pemerintah Kota Pekanbaru mengeluarkan Perda No. 03 Tahun 2003 mengenai wilayah Kecamatan Tampan dimekarkan menjadi 2 (dua) Kecamatan dengan batas-batas sebagai berikut :

- a. Sebelah Timur berbatasan ke Kecamatan Marpoyan Damai
- b. Sebelah Barat berbatasan ke Kecamatan Tambang
- c. Sebelah Utara berbatasan ke Kecamatan Payung Sekaki
- d. Sebelah Selatan berbatasan ke Kecamatan Tambang

Wilayah Kecamatan Tampan yang terbentang $\pm 59.81 \text{ Km}^2$ saat ini terdiri dari 9 (Sembilan) Kelurahan, yaitu :

- a. Simpang Baru
- b. Sidomulyo Barat

- c. Tuah Karya
- d. Delima
- e. Tuah Madani
- f. Sialang Munggu
- g. Tobek Gadang
- h. Bina Widya
- i. Air Putih

Secara Geografis lokasi penelitian berada pada koordinat $101^{\circ}22' 45''$ BT- $101^{\circ}23' 09''$ BT dan $0^{\circ}28' 41''$ LU- $0^{\circ}29' 09''$ LU, memiliki luas wilayah ± 58.81 Km². Kecamatan Tampan merupakan wilayah terluas dibandingkan Kecamatan lain yang ada di Pekanbaru. Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 1987 tentang perubahan batas wilayah Kota madya Daerah Tingkat II Pekanbaru, luas wilayah Kecamatan Tampan adalah ± 4.872 Km² atau sama dengan 9.46% dari luas kota Pekanbaru.

Kondisi iklim dan cuaca di Kecamatan Tampan mengikuti iklim kota Pekanbaru pada umumnya yakni mempunyai iklim tropis dengan suhu udara maksimum berkisar antara 31.00C-33,40C dengan suhu udara minimum berkisar antara 23,40C-24,40C. Curah hujan antara 73,9-584,1 mm/tahun. Kelembaban maksimum berkisar antara 85,5%-93,2% dan kelembaban minimum berkisar antara 57,0-67,7%. Kota Pekanbaru terletak pada bagian ketinggian 10-50 meter diatas permukaan laut. Kawasan pusat kota dan sekitarnya relatif datar dengan ketinggian rata-rata antara 10-20 meter diatas permukaan laut. Sebagian besar wilayah Kota Pekanbaru (44%) mempunyai tingkat kemiringan antara 0-2% atau relatif datar.

Sedangkan wilayah kota yang agak landai hanya sekitar 17%, landai (21%), dan sangat landai (13%).

Ditinjau dari kondisi penduduk Kecamatan Tampan pada tahun 2020 berjumlah 307.947 jiwa. Perbandingan jumlah penduduk antara laki-laki dan perempuan akan digambarkan dalam berbentuk tabel seperti di bawah ini :

Tabel 4.1 Jumlah Penduduk di Kecamatan Tampan

No	Kelurahan	Jumlah KK	Penduduk		
			Laki-laki	Pr	Jlh
1	Simpang Baru	8362	17336	16298	33634
2	Sidomulyo Barat	12198	25543	24058	49601
3	Tuah Karya	11676	24521	23347	47868
4	Delima	7426	15006	14795	29801
5	Tuah Madani	4907	10781	9243	20024
6	Sialang Munggu	11943	24188	24523	48711
7	Tabek Godang	8191	16831	16031	32862
8	Bina Widya	5117	11092	9785	20877
9	Air Putih	6084	12897	11672	24569
Total		75904	158195	149752	307947

Sumber : Badan Pusat Statistik Kecamatan Tampan, 2020

4.3 Minimarket (Alfamart dan Indomaret)

Alfamart didirikan tahun 1989 oleh Djoko Susanto dan keluarga PT Sumber Alfaria jaya Tbk (Alfamart/Perseroan) mengawali usahanya dibidang perdagangan dan distribusi, kemudian pada tahun 1999 mulai memasuki sector *minimarket*.

Ekspansi secara eksponensial Perseroan pada tahun 2002 dengan jumlah 141 gerai Alfamart dengan perubahan nama menjadi Alfamart. Alfamart merupakan salah satu usaha ritel terdepan dengan melayani 2,1 juta pelanggan setiap hari di hamper 6.000 gerai yang tersebar di Indonesia.

Semua aktifitas tersebut didukung oleh manajemen sumber daya manusia yang berbasis penerapan perencanaan dan pengembangan organisasi, pedoman jalur karir, administrasi, personalia yang sangat akurat, manajemen kinerja serta pelatihan dan pengembangan berbasis kompetensi. Sejalan dengan visi Alfamart ialah menjadi jaringan distribusi retail terkemuka yang dimiliki oleh masyarakat luas yang berorientasi pada pemberdayaan usaha kecil, yang memenuhi kebutuhan, harapan konsumen, serta mampu bersaing secara global. Sedangkan misi Alfamart sebagai ritel modern adalah sebagai berikut:

1. Memberikan kepuasan pada pelanggan/konsumen dengan berfokus pada produk pelayanan yang berkualitas unggul dan selalu menjadi yang terbaik dalam segala hal yang dilakukan serta selalu menegakkan tingkah laku etika bisnis yang tertinggi.
2. Ikut berpartisipasi dalam membangun Negara dengan menumbuh kembangkan wisatawan kemitrausahaan, membangun organisasi global yang terpercaya, pemasok, karyawan, pemegang saham dan masyarakat umum.
3. Kebudayaan dengan memiliki integrasi tinggi serta inovasi untuk kemajuan yang lebih baik. Kualitas dan produktivitas yang lebih tinggi dan kerjasama.
4. Kepuasan pelanggan melalui standar pelayanan yang baik dengan motto “Belanja Puas, Harga Pas”

Alfamart dan Indomaret sendiri memiliki ketentuan yang diberlakukan secara umum terkait dengan waktu operasional Alfamart dan Indomaret. Tidak ada batasan khusus yang mengatur waktu buka dan tutup kedua toko ritel moder tersebut. Oleh karena itu, Alfamart dan Indomaret buka 24 jam dalam artian beroperasi siang dan malam. Kebijakan tersebut diikuti dengan pergantian sip oleh karyawan yaitu antara pagi-malam serta malam-pagi. Sedangkan pedagang toko kelontong dikelola oleh pemilik sendiri dalam artian tanpa adanya karyawan sehingga tidak memungkinkan untuk beroperasi selama 24 jam penuh (Seriuli, 2012).

Industri ritel adalah salah satu industri yang cukup kuat untuk bisa bertahan dalam segala situasi dan kondisi ekonomi apapun. Indomaret merupakan jaringan *minimarket* yang menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari dengan luas penjualan lebih kurang 200 m² yang dikelola oleh PT Indomarco Prosmatama.

Indomaret mudah ditemukan di daerah perumahan, gedung perkantoran dan fasilitas umum karena penempatan lokasi gerai didasarkan pada motto “Mudah dan Hemat”. Lebih dari 3.500 jenis produk makanan dan non-makanan tersedia dengan harga bersaing, memenuhi hamper semua kebutuhan konsumen sehari-hari. Didukung oleh 12 pusat distribusi menggunakan teknologi, indomaret juga merupakan salah satu asset bisnis yang sangat menjanjikan. Keberadaan indomaret diperkuat oleh anak perusahaan di bawah naungan grup INTRACO, yaitu indogrosir, BSD Plaza dan Charmant.

Perkembangan Indomaret di Pekanbaru dimulai pada Desember 2012 yang lalu pada awal kehadiran ritel Indomaret di kota Pekanbaru mendirikan 4 gerai toko saat Grand openingnya. Indomaret hadir seiring dengan perkembangan ekonomis

masyarakat Pekanbaru. Kini Indonesia telah bisa menjangkau konsumen hampir diseluruh pelosok kota Pekanbaru. Konsep dasar Indomaret tidak hanya dibidang ekonomis saja, akan tetapi Indomaret juga menunjukkan kiprahnya di bidang social melalui kegiatan Social Responcibility (CSR) yang telah dilakukan selama ini. Indomaret yang mengalami perkembangan yang begitu pesat telah merambat keseluruh bagian kota Pekanbaru salah satunya berada di Kecamatan Tampan khususnya di sepanjang JL. HR. Soebrantas. Hal ini terjadi disebabkan Indomaret sebagai ritel modern mampu bersaing dengan penerapan motto Indomaret seiring dengan penerapan visi dan misi, adapun visi dan misi Indomaret kota Pekanbaru yaitu menjadi asset nasional dalam bentuk jaringan ritel waralaba yang unggul dalam persaingan global dengan motto Mudah dan Hemat serta memiliki kebudayaan bekerja yang menunjang tinggi nya nilai-nilai kejujuran, kebenaran dan keadilan, kerja sama tim, kemajuan melalui inovasi yang ekonomis dan kepuasan pelanggan (Nita,2014).

4.4 Usaha Toko Kelontong di Jl HR.Soebrantas

Pedagang toko kelontong merupakan salah satu jenis usaha Yang sudah ada sejak lama khususnya di Indonesia, bahkan toko kelontong disebut-sebut sebagai ciri khas sekaligus cikal bakal dari perdagangan atau jual beli yang ada di Indonesia. Pekanbaru merupakan salah satu kota yang tidak lepas dari keberadaan pedagang toko kelontong tersebut, salah satunya pedagang barang harian tradisional atau toko kelontong yang banyak kita jumpai di Jl.HR. Soebrantas Pekanbaru. Dikatakan

tradisional karena proses jual beli yang masih tradisional yaitu mulai dari lokasi berjualan yang biasanya dirumah dengan luas toko yang relatif kecil sampai kepada proses penjualan yang dilakukan oleh anggota keluarga dari pemilik toko kelontong itu sendiri serta dilakukan dengan sangat sederhana yaitu tanpa adanya bantuan alat penghitung mesin, karena biasanya dihitung secara manual oleh pedagang atau dengan bantuan kalkulator.

Pedagang Tradisional biasanya dimulai sejak pagi hari, toko mulai buka sekitar pukul 06.00 wib. Pemilihan waktu buka tersebut sebenarnya bukan tanpa alasan, hal tersebut biasanya dilakukan dimana pada waktu tersebut biasanya masyarakat sudah banyak yang memulai aktivitas, termasuk salah satunya adalah aktivitas berbelanja. Selain itu pada pagi hari merupakan awal mula seseorang dalam melaksanakan kegiatan dan untuk melaksanakan kegiatan tersebut biasanya dibutuhkan beberapa peralatan yang mendukung dimana disediakan di toko-toko kelontong terdekat.

Waktu operasional toko kelontong biasanya berlangsung dari pagi sampai malam. Sebenarnya tidak ada peraturan atau batasan waktu resmi mengenai batas waktu buka tutup nya toko kelontong tersebut khususnya pedagang toko kelontong yang beroperasi di Jl.HR. Soebrantas. Namun jika dilihat sekilas terdapat perbedaan lama waktu buka antara pedagang toko kelontong yang beroperasi di pedesaan dan di perkotaan. Biasanya pedagang toko kelontong yang berada di pedesaan mulai beroperasi dari pukul 06.00 – 2200 wib, sedangkan di perkotaan bisa sampai dini hari

bahkan ada beberapa toko kelontong yang sengaja buka dimalam hari sampai pagi hari (Sari,2011).



Dokumen ini adalah Arsip Milik :
Perpustakaan Universitas Islam Riau

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini dibahas mengenai sasaran dalam analisis pengaruh keberadaan *minimarket* terhadap usaha toko kelontong (studi kasus: Jl.HR.Soebrantas kecamatan Tampan Kota Pekanbaru) . Adapun sasaran (1) teridentifikasi penyebaran *minimarket* dan toko kelontong yang terletak di jl.subrantas. (2) Teridentifikasi Kesesuaian Lokasi *Minimarket* dan toko kelontong di Jl.HR. Soebrantas. (3) Menganalisis Pengaruh Keberadaan *Minimarket* Terhadap Keberlangsungan UsahaToko Kelontong di Sekitarnya yang Terletak di Jl.Subrantas.

5.1. Identifikasi Persebaran *Minimarket* dan Toko Kelontong yang Terletak di Jl.HR.Soebrantas

Minimarket merupakan bentuk *franchising* atau waralaba adalah toko modern berukuran lebih kecil dari supermarket yang menjual berbagai barang (makanan, minumanan, perlengkapan sehari-hari) namun tidak sebesar dan selengkap supermarket. *Minimarket* mempunyai luas lantai penjualan di bawah dari 400 m². Berbeda dengan toko kelontong, *minimarket* menerapkan sistem pelayanan mandiri, seperti pembeli dapat mengambil sendiri barang yang ingin dibeli dari rak-rak dagangan dan membayarnya dikasir. Indomaret, Alfamart, Alfamidi, Star Mart, Circle K, merupakan contoh *minimarket* berbentuk jaringan waralaba *franchise*.

Dalam definisinya *minimarket* adalah toko atau swalayan kecil yang menjual sebagian besar barang-barang kebutuhan sehari-hari yang dibutuhkan oleh konsumen dengan luasan radius *sales area* antara 100 hingga 1000m² (Sujana, 2005).

JL. Soebrantas yang memiliki 19 *Minimarket* (10 Alfamart dan 9 Indomaret), dan 49 toko kelontong yang tersebar di beberapa lokasi, Berikut merupakan *minimarket* (Alfamart dan Indomaret) yang ada di Jl.HR.Soebrantas pada Tabel 5.1.

**Tabel 5.1 Lokasi Minimarket (Alfamart dan Indomaret) di
Jl.HR.Soebrantas**

No	Nama Minimarket	Alamat Minimarket	Kelurahan
1	Alfamart	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Tuah Karya
2		Jl.HR.Soebrantas	Kel.Tuah Karya
3		Jl.HR.Soebrantas	Kel.Sidomulyo
4		Jl.HR.Soebrantas	Kel.Sidomulyo
5		Jl.HR.Soebrantas	Kel.Delima
6		Jl.HR.Soebrantas	Kel. Sialang Munggu
7		Jl.HR.Soebrantas	Kel.Simpang Baru
8		Jl.HR.Soebrantas	Kel.Simpang Baru
9		Jl.HR.Soebrantas	Kel.Simpang Baru
1	Indomaret	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Tuah Karya
2		Jl.HR.Soebrantas	Kel.Tuah Karya
3		Jl.HR.Soebrantas	Kel.Tuah Karya
4		Jl.HR.Soebrantas	Kel.Sidomulyo
5		Jl.HR.Soebrantas	Kel. Delima
6		Jl.HR.Soebrantas	Kel.Delima
7		Jl.HR.Soebrantas	Kel. Sialang Munggu
8		Jl.HR.Soebrantas	Kel.Simpang Baru
9		Jl.HR.Soebrantas	Kel.Simpang Baru
10		Jl.HR.Soebrantas	Kel.Simpang Baru

Sumber :Hasil Observasi, 2021.

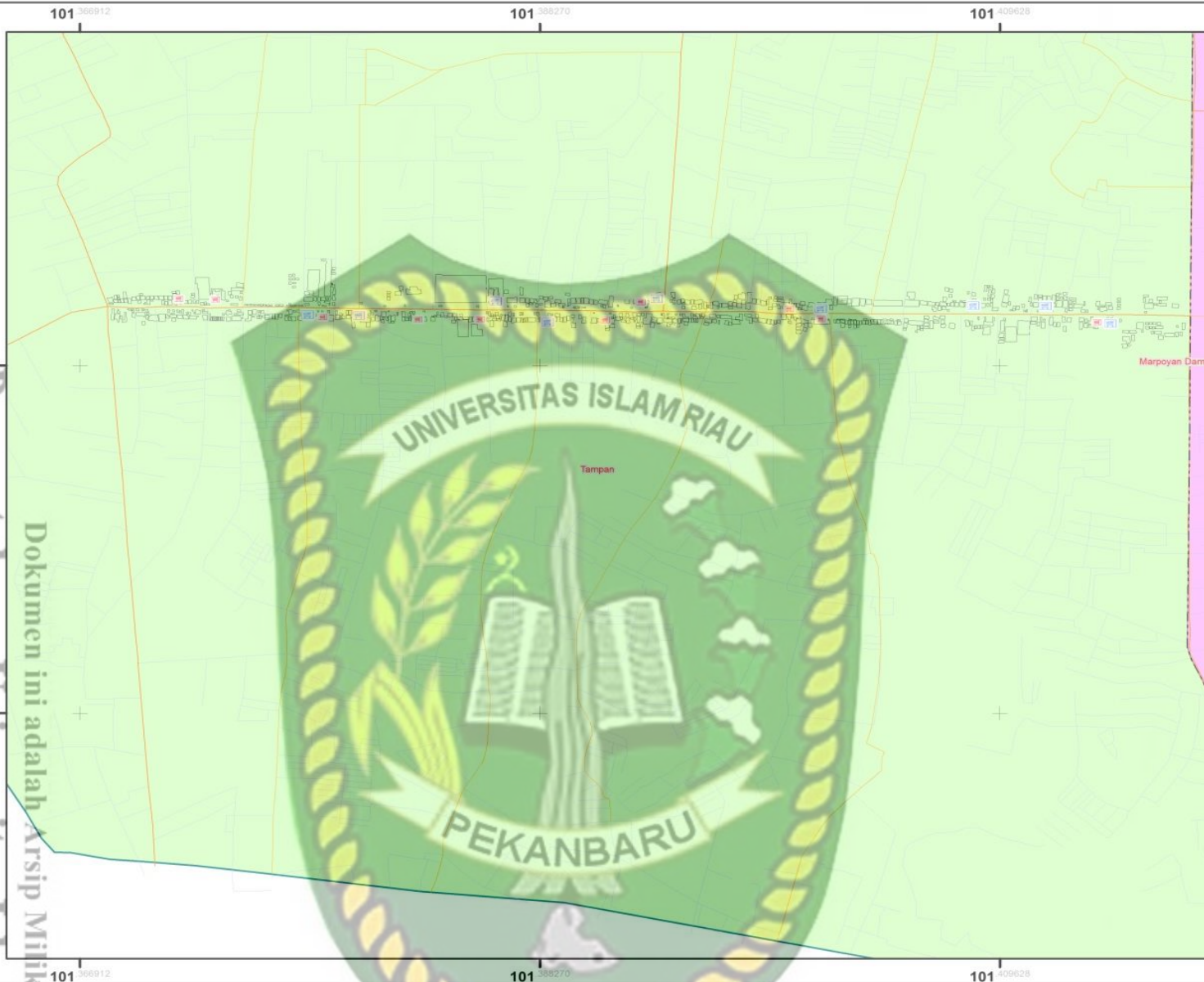
Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa jumlah *minimarket* yang berada disepanjang koridor Jl.HR.Soebrantas Kecamatan Tampan sebanyak 19 unit. Alfamart dengan jumlah 9 unit dan Indomaret 10 unit. Teleshop dalam variasi barang merupakan sebuah aplikasi layanan pembayaran online berbagai macam tagihan seperti pembelian pulsa, paket internet, listrik, air, BPJS, TV berbayar, dan sebagainya. Berikut ini gambar kondisi eksisting dari beberapa *minimarket* yang tersebar pada lokasi penelitian di Jl.HR.Soebrantas.



Gambar 5. 1 Kondisi Eksisting *Minimarket* di Jl.HR.Soebrantas

Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2021

Dokumen ini adalah Arsip Miik :



Universitas Islam Riau
Fakultas Teknik
Perencanaan Wilayah dan Kota
Tahun
2021

PETA PERSEBARAN MINIMARKET
KORIDOR JL. SOEBRANDT

Legenda

Batas Administrasi

- Batas Kabupaten/Kota
- Batas Kecamatan

Jaringan Transportasi

- Jalan Arteri
- Jalan Kolektor
- Jalan Lokal
- Jalan di Luar Wilayah Penelitian
- Sungai

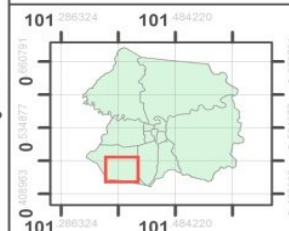
Sebaran Minimarket

- Alfamart
- Indomaret



SKALA 1:27,000

0 0.2 0.4 0.8 1.2 1.6
 Meter



PEMBIMBING I
FEBBY ASTERIANI, ST. MT
PEMBIMBING II
MIRA HAFIZAH TANJUNG, ST. MSc

INDAH AFRILDA DEWI
 153410771

Sumber Peta :
 - Peta Dasar adalah Peta Rupa Bumi Skala 1:50.000
 - Survei Lapangan Tahun 2020

Berdasarkan pada Undang Undang nomor 20 tahun 2008 usaha mikro ialah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan. Usaha kecil yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki. Usaha Menengah merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan. Atau secara kriteria menurut undang-undang tersebut usaha kecil dan menengah mempunyai minimal kekayaan bersih Rp50.000.000- . Usaha kecil dan menengah yang banyak dijalani oleh masyarakat adalah diantaranya usaha ritel. Usaha ritel disini salah satunya adalah Toko Kelontong atau usaha penjualan kebutuhan masyarakat sehari-hari.

Pedagang toko kelontong yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pedagang kelontong di sekitar minimarket dan memiliki toko yang tetap. Toko adalah bangunan gedung dengan fungsi usaha yang digunakan untuk menjual barang dan terdiri hanya satu penjual (Peraturan Presiden No. 112 Tahun 2007). , Berikut merupakan toko kelontong yang ada di Jl.HR.Soebrantas pada Tabel 5.2.

Tabel 5. 2 Lokasi Usaha Toko Kelontong di Jl.HR.Soebrantas

No	Nama Toko Kelontong	Alamat	Kelurahan
1	Nusantara	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Tuah Karya
2	Toko Apeng	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Tuah Karya
3	Aura Latif	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Tuah Karya
4	Toko Ocu Bangkinang	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Tuah Karya

No	Nama Toko Kelontong	Alamat	Kelurahan
5	Toko Abadi	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Tuah Karya
6	Sadar Jaya	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Tuah Karya
7	Toko kim	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Tuah Karya
8	Doa Ibu	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Tuah Karya
9	Toko Zul	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Sidomulyo
10	Toko Harian Amir	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Sidomulyo
11	Kedai Harian Gapi	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Sidomulyo
12	Toko laila	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Sidomulyo
13	Kedai Harian Nia	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Sidomulyo
14	Toko Ali	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Sidomulyo
15	Kedai Usaha Baru	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Sidomulyo
16	Toko Miftah	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Sidomulyo
17	Permata Abadi	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Sidomulyo
18	Toko Al-fazza	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Sidomulyo
19	Sinar Jaya	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Sidomulyo
20	Toko Cahaya	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Sidomulyo
21	Kedai Harian	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Sidomulyo
22	Toko Harian Rosi	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Delima
23	Toko Sumber Jaya	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Delima
24	Kedai Harian Ira	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Delima
25	Toko Sembako	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Delima
26	Toko Hafidz	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Delima
27	Toko Bintang Abadi	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Delima
28	Toko Harian Daus	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Delima
29	Ahmad Jaya	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Delima
30	Toko Barokah	Jl.HR.Soebrantas	Kel. Sialang Munggu
31	Toko Farhan	Jl.HR.Soebrantas	Kel. Sialang Munggu
32	Toko Harian Dodi	Jl.HR.Soebrantas	Kel. Sialang Munggu
33	Toko Azis	Jl.HR.Soebrantas	Kel. Sialang Munggu

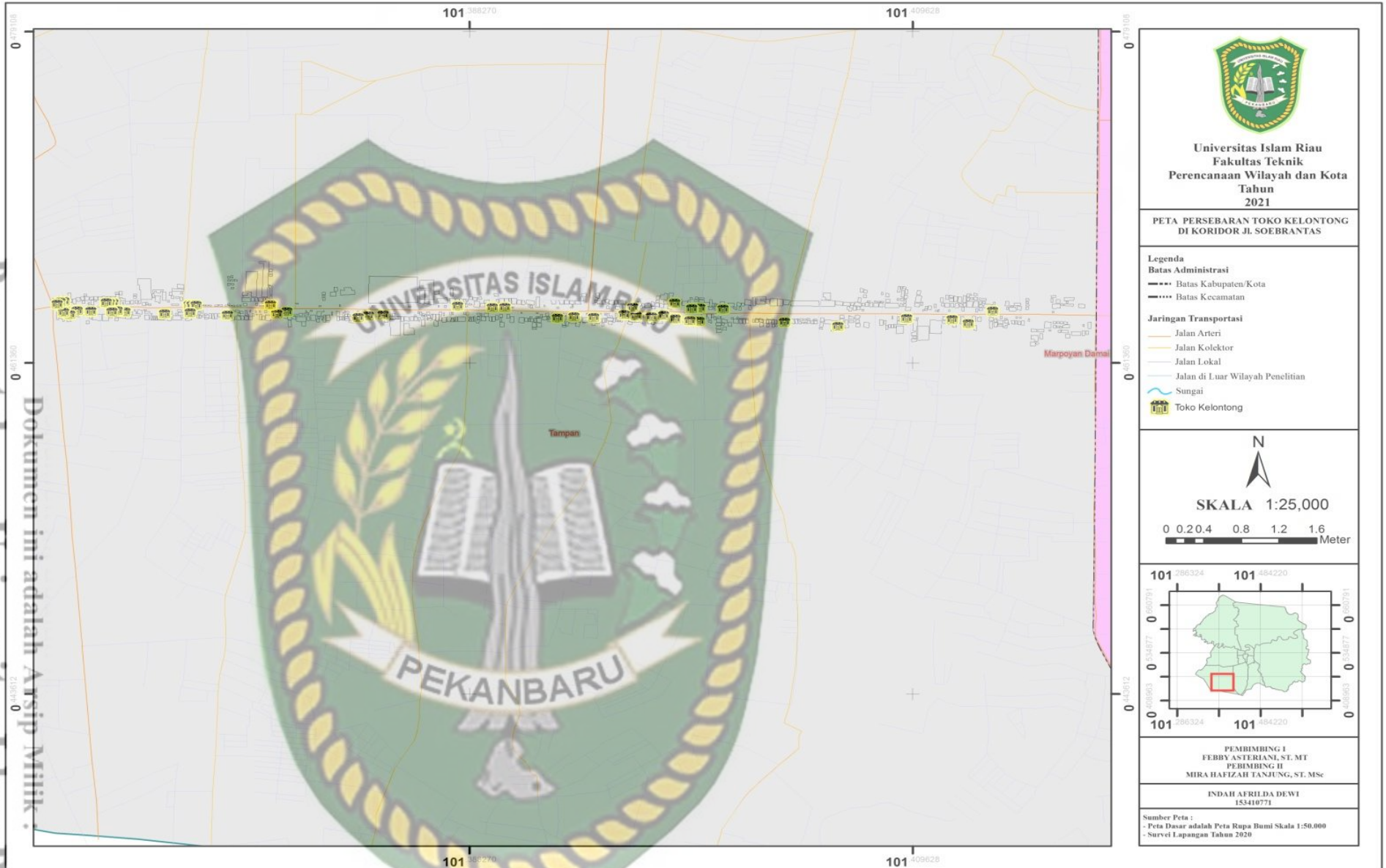
No	Nama Toko Kelontong	Alamat	Kelurahan
34	Toko Zaidul	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Simpang Baru
35	Kedai Harian Putri	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Simpang Baru
36	Permata Bunda	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Simpang Baru
37	Kedai Harian Rahma	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Simpang Baru
38	Toko Makmur	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Simpang Baru
39	Toko Sembako Maju	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Simpang Baru
40	Kedai Harian Berkah	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Simpang Baru
41	Toko Harian Aris	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Simpang Baru
42	Toko Pelita	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Simpang Baru
43	Toko Harian Ombak	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Simpang Baru
44	Toko Sembako abadi	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Simpang Baru
45	Toko Widodo	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Simpang Baru
46	Toko Khanza	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Simpang Baru
47	Toko Nur	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Simpang Baru
48	Toko Sembako Wahyu	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Simpang Baru
49	Toko Sandra	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Simpang Baru

Sumber :Hasil Observasi, 2021.

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa pada tahun 2021 terdapat 49 unit jumlah toko kelontong yang tersebar di Jl.HR.Soebrantas Kecamatan. Tampan. Toko Kelontong saat ini cenderung berlokasi dekat dengan *Minimarket*. Berikut gambar persebaran *minimarket* yang ada di Jl.HR.Soebrantas.



Gambar 5. 3 Kondisi Eksisting Toko Kelontong di Jl.HR.Soebrantas
 Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2021



5.2. Teridentifikasi Kesesuaian Lokasi *Minimarket* Terhadap Toko Kelontong di Jl.HR.Soebrantas.

Berdasarkan sasaran yang telah dipetakan sebelumnya dapat diketahui bahwa persebaran *minimarket* yang ada di sepanjang Jl.HR.Soebrantas kecamatan Tampan terdapat pola persebaran yang saling berdekatan dan berlokasi di sepanjang jalan. Persebaran lokasi *minimarket* yang tersebar di Jl.HR.Soebrantas yang berjumlah 19 unit (9 Alfamart dan 10 Indomaret). Toko kelontong berjumlah 49 unit yang tersebar di beberapa lokasi. Lokasi dan jumlah tersebut, untuk melihat apakah perkembangan *minimarket* di Jl.HR.Soebrantas sudah sesuai dengan pedoman dan peraturan yang berlaku diperlukan adanya analisis kesesuaian lokasi lebih lanjut. Aspek penilaian dari pedoman dan peraturan yang akan digunakan dalam analisis kesesuaian lokasi *minimarket* diantaranya berupa kepadatan penduduk, jarak antar *minimarket* dan jarak *minimarket* terhadap toko kelontong.

Analisis kesesuaian lokasi *minimarket* terhadap toko kelontong yang ada menggunakan analisis skoring, dengan proses skoring yang diberi nilai 0 untuk lokasi yang tidak sesuai dan nilai 1 adalah lokasi yang sudah sesuai. Analisis skoring yang sesuai dibagi lagi menjadi 3 kategori yaitu kesesuaian tinggi, sedang dan rendah dengan perhitungan dibawah ini:

$$\text{nilai kategori} = \frac{1-0}{3} = \frac{1}{3} = 0,33$$

Nilai klasifikasi tersebut lalu ditambahkan untuk menentukan nilai kategori kesesuaian, sehingga didapatlah interval dari rata-rata nilai skoring yang telah dihitung sebagai berikut :

Rata-rata skor kesesuaian	0,67 - 1	= Kesesuaian tinggi
Rata-rata skor kesesuaian	0,34 – 0,66	= Kesesuaian sedang
Rata-rata skor kesesuaian	0 - 0,33	= Kesesuaian rendah

5.2.1 Kesesuaian lokasi berdasarkan kepadatan Penduduk

Peraturan Presiden No. 122 Tahun 2007, Peraturan Menteri Perdagangan No. 70/M-DAG/PER/12/2013 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern dan Peraturan Daerah Kota Pekanbaru No.09 tahun 2014 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Rakyat, Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan salah satu pertimbangan untuk pendirian *minimarket* adalah kepadatan penduduk yang tercermin pada konsentrasi penduduk. Konsentrasi penduduk yaitu sasaran pelaku ekonomi dalam menentukan lokasi untuk berdagang, sehingga dengan adanya konsentrasi penduduk yang memusat dan tinggi, maka potensi didirikannya sarana perdagangan dan jasa juga akan tinggi, namun terkendala pada keterbatasan ruang untuk melakukan aktivitas perdagangan. Kepadatan penduduk diperoleh dari perhitungan berdasarkan data yang diperoleh berikut ini :

Tabel 5. 3 Kepadatan Penduduk Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru

No	Kelurahan	Jumlah Penduduk (jiwa)	Luas Wilayah (km ²)	Kepadatan Penduduk (jiwa/km ²)
1	Simpang Baru	33634	6,40	5.255
2	Sidomulyo Barat	49601	17,80	2.786
3	Tuah Karya	47868	7,20	6.648
4	Delima	29801	5,4	5.518
5	Tuah Madani	20024	4,48	4.469

No	Kelurahan	Jumlah Penduduk (jiwa)	Luas Wilayah (km ²)	Kepadatan Penduduk (jiwa/km ²)
6	Sialang Munggu	48711	3,50	13.917
7	Tabek Godang	32862	5,00	6.572
8	Bina Widya	20877	7,06	2.957
9	Air Putih	24569	6,42	3.826
Total		307947	6326	51948

Sumber: Kecamatan Pontianak Dalam Angka, 2018

Berdasarkan data diatas, dilakukan perhitungan kelas interval atau range pada analisis skoring guna untuk menentukan klasifikasi tingkat kepadatan penduduk seperti dibawah ini:

$$\text{nilai klasifikasi} = \frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}}{2}$$

$$\text{nilai klasifikasi} = \frac{13.917 - 2.786}{2} = 5.566 \text{ jiwa/km}^2$$

Setelah mendapatkan nilai klasifikasi, maka untuk menentukan nilai klasifikasi rendah dengan cara menambahkan nilai klasifikasi dengan nilai kepadatan penduduk terendah, dan untuk klasifikasi tinggi dengan cara menambahkan hasil dari nilai klasifikasi dengan nilai klasifikasi rendah, dan didapatlah hasil klasifikasi sebagai berikut :

- Rendah : < 8.352 jiwa/km²
- Tinggi : > 8.353 jiwa/km²

Perhitungan yang telah dilakukan tersebut didapatlah klasifikasi tingkat kepadatan penduduk setiap keluarahan di Kecamatan Tampan sebagai berikut.

Tabel 5. 4 Klasifikasi Kepadatan Penduduk Kecamatan Tampan

No	Kelurahan	Kepadatan Penduduk (jiwa/km ²)	Klasifikasi Kepadatan Penduduk
1	Simpang Baru	5.255	Rendah
2	Sidomulyo Barat	2.786	Rendah
3	Tuah Karya	6.648	Rendah
4	Delima	5.518	Rendah
5	Tuah Madani	4.469	Rendah
6	Sialang Munggu	13.917	Tinggi
7	Tabek Godang	6.572	Rendah
8	Bina Widya	2.957	Rendah
9	Air Putih	3.826	Rendah

Sumber : Hasil Analisa, 2021

Hasil dari analisis skoring yang telah dilakukan didapatkan bahwa di Kecamatan Tampan hanya terdapat satu kelurahan yang memiliki tingkat kepadatan penduduk yang tinggi, Sialang Munggu merupakan Kelurahan yang memiliki kepadatan penduduk yang lebih dari 8.352 jiwa/km², sedangkan kelurahan yang lainnya memiliki kepadatan penduduk dengan klasifikasi kepadatan rendah karena jumlah kepadatan penduduk kurang dari 8.353 jiwa.km². Selanjutnya, melihat kategori kesesuaian lokasi *minimarket* berdasarkan kepadatan penduduk sebagai berikut.

Tabel 5. 5 Analisis Kesesuaian Lokasi *Minimarket* Berdasarkan Kepadatan Penduduk

No	Nama Minimarket	Alamat Minimarket	Kelurahan	Klasifikasi Kepadatan	Skor	Kategori Kesesuaian
1	Alfamart	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Tuah Karya	Rendah	0	Tidak Sesuai
2		Jl.HR.Soebrantas	Kel.Tuah Karya	Rendah	0	Tidak Sesuai
3		Jl.HR.Soebrantas	Kel .Sidomulyo	Rendah	0	Tidak Sesuai
4		Jl.HR.Soebrantas	Kel. Sidomulyo	Rendah	0	Tidak Sesuai

No	Nama Minimarket	Alamat Minimarket	Kelurahan	Klasifikasi Kepadatan	Skor	Kategori Kesesuaian
5		Jl.HR.Soebrantas	Kel.Delima	Rendah	0	Tidak Sesuai
6		Jl.HR.Soebrantas	Kel. Sialang Munggu	Rendah	1	Sesuai
7		Jl.HR.Soebrantas	Kel.Simpang Baru	Rendah	0	Tidak Sesuai
8		Jl.HR.Soebrantas	Kel.Simpang Baru	Rendah	0	Tidak Sesuai
9		Jl.HR.Soebrantas	Kel.Simpang Baru	Rendah	0	Tidak Sesuai
1	Indomaret	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Tuah Karya	Rendah	0	Tidak Sesuai
2		Jl.HR.Soebrantas	Kel.Tuah Karya	Rendah	0	Tidak Sesuai
3		Jl.HR.Soebrantas	Kel.Tuah Karya	Rendah	0	Tidak Sesuai
4		Jl.HR.Soebrantas	Kel. Delima	Rendah	0	Tidak Sesuai
5		Jl.HR.Soebrantas	Kel.Sialang Munggu	Tinggi	1	Sesuai
6		Jl.HR.Soebrantas		Rendah	0	Tidak Sesuai
7		Jl.HR.Soebrantas		Rendah	0	Tidak Sesuai
8		Jl.HR.Soebrantas		Rendah	0	Tidak Sesuai
9		Jl.HR.Soebrantas	Kel.Simpang Baru	Rendah	0	Tidak Sesuai
10		Jl.HR.Soebrantas	Kel.Simpang Baru	Rendah	0	Tidak Sesuai
		Total			2	Kesesuaian
		Rata-rata skor			0.10	Rendah

Sumber : Hasil Analisa, 2021

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa untuk kesesuaian lokasi *minimarket* berdasarkan kepadatan penduduk di Kecamatan Tampan Kota termasuk kategori kesesuaian rendah dengan rata-rata skor 0,10. Kesesuaian rendah tersebut dikarenakan terdapat 2 unit *minimarket* (1 Alfamart dan 1 Indomaret) yang memiliki lokasi yang sesuai jika dilihat dari kepadatan penduduk karena *minimarket* yaitu berada di Kelurahan Sialang munggu yang memiliki kepadatan penduduk tinggi. Selanjutnya, dilakukan analisis yang sama untuk Toko Kelontong. Berikut hasil analisisnya.

Tabel 5. 6 Analisis Kesesuaian Lokasi Usaha Toko Kelontong Berdasarkan Kepadatan Penduduk

No	Nama Toko Kelontong	Alamat	Kelurahan	Klasifikasi Kepadatan	Skor	Kategori kesesuaian
1	Nusantara	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Tuah Karya	Rendah	0	Tidak Sesuai
2	Toko Tiara	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Tuah Karya	Rendah	0	Tidak Sesuai
3	Aura Latif	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Tuah Karya	Rendah	0	Tidak Sesuai
4	Toko Intan	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Tuah Karya	Rendah	0	Tidak Sesuai
5	Toko Abadi	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Tuah Karya	Rendah	0	Tidak Sesuai
6	Sadar Jaya	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Tuah Karya	Rendah	0	Tidak Sesuai
7	Toko Anas	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Tuah Karya	Rendah	0	Tidak Sesuai
8	Doa Ibu	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Tuah Karya	Rendah	0	Tidak Sesuai
9	Toko Zul	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Sidomulyo	Rendah	0	Tidak Sesuai
10	Toko Harian Amir	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Sidomulyo	Rendah	0	Tidak Sesuai
11	Kedai Harian Gapi	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Sidomulyo	Rendah	0	Tidak Sesuai
12	Toko laila	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Sidomulyo	Rendah	0	Tidak Sesuai
13	Kedai Harian Nia	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Sidomulyo	Rendah	0	Tidak Sesuai
14	Toko Ali	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Sidomulyo	Rendah	0	Tidak Sesuai
15	Toko Fajrin	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Sidomulyo	Rendah	0	Tidak Sesuai
16	Toko Miftah	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Sidomulyo	Rendah	0	Tidak Sesuai
17	Permata Abadi	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Sidomulyo	Rendah	0	Tidak Sesuai
18	Toko Al-fazza	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Sidomulyo	Rendah	0	Tidak Sesuai
19	Sinar Jaya	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Sidomulyo	Rendah	0	Tidak Sesuai
20	Toko Cahaya	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Sidomulyo	Rendah	0	Tidak Sesuai
21	Kedai Harian	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Sidomulyo	Rendah	0	Tidak Sesuai

No	Nama Toko Kelontong	Alamat	Kelurahan	Klasifikasi Kepadatan	Skor	Kategori kesesuaian
22	Toko Harian Rosi	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Delima	Rendah	0	Tidak Sesuai
23	Toko Sumber Jaya	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Delima	Rendah	0	Tidak Sesuai
24	Kedai Harian Ira	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Delima	Rendah	0	Tidak Sesuai
25	Toko Sembako	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Delima	Rendah	0	Tidak Sesuai
26	Toko Hafidz	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Delima	Rendah	0	Tidak Sesuai
27	Toko Bintang Abadi	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Delima	Rendah	0	Tidak Sesuai
28	Toko Harian Daus	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Delima	Rendah	0	Tidak Sesuai
29	Ahmad Jaya	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Delima	Rendah	0	Tidak Sesuai
30	Toko Barokah	Jl.HR.Soebrantas	Kel. Sialang Munggu	Tinggi	1	Sesuai
31	Toko Farhan	Jl.HR.Soebrantas	Kel. Sialang Munggu	Tinggi	1	Sesuai
32	Toko Harian Dodi	Jl.HR.Soebrantas	Kel. Sialang Munggu	Tinggi	1	Sesuai
33	Toko Azis	Jl.HR.Soebrantas	Kel. Sialang Munggu	Tinggi	1	Sesuai
34	Toko Zaidul	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Simpang Baru	Rendah	0	Tidak Sesuai
35	Kedai Harian Putri	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Simpang Baru	Rendah	0	Tidak Sesuai
36	Permata Bunda	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Simpang Baru	Rendah	0	Tidak Sesuai
37	Kedai Harian Rahma	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Tuah Karya	Rendah	0	Tidak Sesuai
38	Toko Makmur	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Tuah Karya	Rendah	0	Tidak Sesuai
39	Toko Sembako Maju	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Tuah Karya	Rendah	0	Tidak Sesuai
40	Kedai	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Tuah	Rendah	0	Tidak Sesuai

No	Nama Toko Kelontong	Alamat	Kelurahan	Klasifikasi Kepadatan	Skor	Kategori kesesuaian
	Harian Berkah		Karya			
41	Toko Harijan Aris MM	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Tuah Karya	Rendah	0	Tidak Sesuai
42	Toko Pelita	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Tuah Karya	Rendah	0	Tidak Sesuai
43	Toko Maradona	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Tuah Karya	Rendah	0	Tidak Sesuai
44	Toko Sembako abadi	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Tuah Karya	Rendah	0	Tidak Sesuai
45	Toko Widodo	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Sidomulyo	Rendah	0	Tidak Sesuai
46	Toko Khanza	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Sidomulyo	Rendah	0	Tidak Sesuai
47	Toko Nur	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Sidomulyo	Rendah	0	Tidak Sesuai
48	Toko Sembako Wahyu	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Sidomulyo	Rendah	0	Tidak Sesuai
49	Toko Sandra	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Sidomulyo	Rendah	0	Tidak Sesuai
Total					4	Kesesuaian
Rata-rata skor					0,08	Rendah

Sumber : Hasil Analisa, 2021

kategori toko kelontong termasuk kedalam kategori kesesuaian rendah dengan rata-rata skor 0,08. Hal ini karena dari 49 unit toko kelontong, hanya terdapat 4 unit toko kelontong yang sesuai, dimana toko kelontong tersebut berada di Kelurahan Sialang Munggu dengan kepadatan penduduk pada kelurahan tersebut termasuk dalam klasifikasi kepadatan penduduk tinggi. Hasil tersebut mengakibatkan kesesuaian lokasi toko kelontong berdasarkan kepadatan penduduk di Jl.HR.Soebrantas Kecamatan termasuk dalam kategori kesesuaian rendah karena banyaknya lokasi toko kelontong yang tidak memperhatikan peraturan pemerintah.

Keberadaan *minimarket* dan toko kelontong berdasarkan kepadatan penduduk termasuk kedalam kategori kesesuaian rendah, dikarenakan dari masing-masing kedua hanya terdapat 2 unit *minimarket* yang sesuai dari 19 unit dan untuk toko kelontong terdapat 4 unit yang sesuai dari 49 unit. Hal ini dapat diasumsikan bahwa jumlah *minimarket* dan toko kelontong yang ada memiliki lokasi yang tidak menyesuaikan dengan indikator kepadatan penduduk dan bisa berakibat pada persaingan antar *minimarket* dan toko kelontong semakin kuat dan berpengaruh terhadap keberlangsungan toko kelontong. Berikut peta hasil analisis kesesuaian lokasi *minimarket* (Alfamart dan Indomaret) dan toko kelontong disekitarnya berdasarkan kepadatan penduduk.

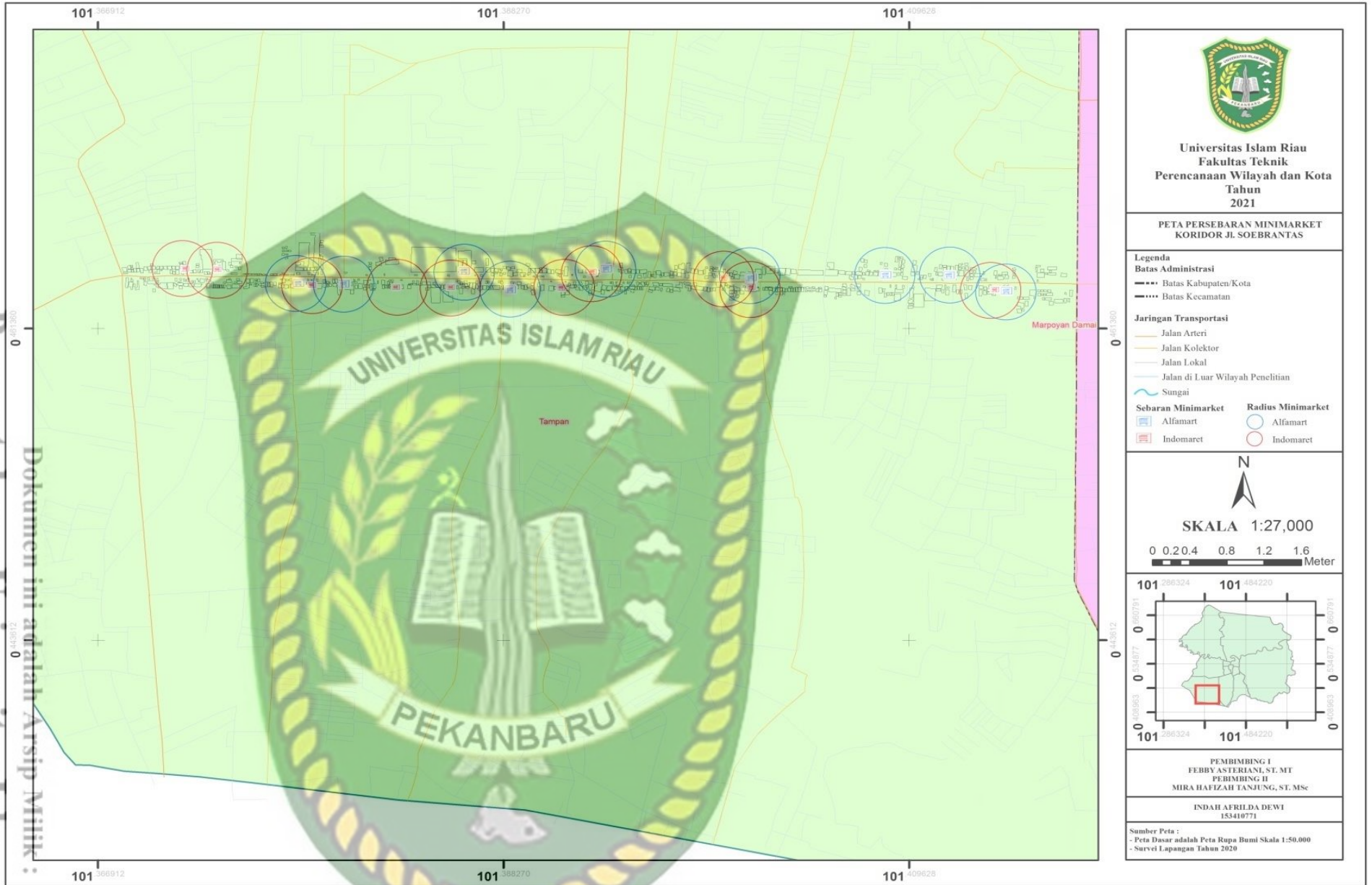




5.2.2 Kesesuaian Lokasi Berdasarkan keberadaan *Minimarket* dan Toko Kelontong

Minimarket merupakan bagian dari sarana perdagangan dan jasa yang melayani masyarakat untuk memenuhi kebutuhan sehari-harinya. Hal ini dikarenakan *minimarket* adalah bagian kecil dari pasar modern, yaitu toko modern yang dikelola secara modern dan umumnya berada di perkotaan dengan menjual barang kebutuhan sehari-hari yang bervariasi. Pada kondisi eksisting, jumlah *minimarket* dan toko kelontong yang tersebar sepanjang koridor Jl.HR.Soebrantas di Kecamatan Tampan. Persebaran ini perlu disesuaikan dengan peraturan yang menjadi acuan pada penelitian ini yaitu SNI 03-1733-2004 tentang tata cara perencanaan lingkungan perumahan di perkotaan, dimana pada peraturan ini dapat diketahui bahwa jarak atau radius pencapaian untuk satu unit toko dengan toko yang lainnya 350 m.

Kesesuaian ini guna menyeimbangkan perkembangan sarana perdagangan dan jasa agar tidak terpusat dan melebihi kebutuhan masyarakat dan menjaga keseimbangan persaingan antar sarana perdagangan dan jasa khususnya antar *minimarket*. Menyebabkan jarak antar *minimarket* kurang dari 350 meter maka dari itu keberadaan antar *minimarket* dianggap tidak sesuai dengan peraturan SNI 03-1733-2004 dan diasumsikan akan menimbulkan persaingan antar *minimarket*. keberadaan antar *minimarket* akan dia anggap sesuai dengan peraturan Jika jaraknya lebih dari 350 meter. Cara untuk melihat kesesuaian lokasi berdasarkan keberadaan antar *minimarket* dengan radius pencapaian yang disesuaikan dengan peraturan, peneliti menggunakan aplikasi ArcGIS dengan analisis *buffer* pada peta berikut ini.





Dokumen ini adalah Arsip Milik :
Perpustakaan Universitas Islam Riau

Berdasarkan peta tersebut, dilakukanlah analisis kesesuaian yang dibuat berdasarkan analisis skoring guna melihat kesesuaian lokasi sebagai berikut ini.

Tabel 5. 7 Kesesuaian Lokasi Berdasarkan Keberadaan *Minimarket*.

No	Nama Minimarket	Alamat Minimarket	Kelurahan	Skor	Kategori Kesesuaian
1	Alfamart	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Tuah Karya	0	Tidak Sesuai
2		Jl.HR.Soebrantas	Kel.Tuah Karya	0	Tidak Sesuai
3		Jl.HR.Soebrantas	Kel.Sidomulyo	1	Sesuai
4		Jl.HR.Soebrantas	Kel.Sidomulyo	0	Tidak Sesuai
5		Jl.HR.Soebrantas	Kel.Delima	0	Tidak Sesuai
6		Jl.HR.Soebrantas	Kel. Sialang Munggu	0	Tidak Sesuai
7		Jl.HR.Soebrantas	Kel.Simpang Baru	0	Tidak Sesuai
8		Jl.HR.Soebrantas	Kel.Simpang Baru	0	Tidak Sesuai
9		Jl.HR.Soebrantas	Kel.Simpang Baru	0	Tidak Sesuai
1	Indomaret	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Tuah Karya	0	Tidak Sesuai
2		Jl.HR.Soebrantas	Kel.Tuah Karya	0	Tidak Sesuai
3		Jl.HR.Soebrantas	Kel.Tuah Karya	0	Tidak Sesuai
4		Jl.HR.Soebrantas	Kel.Sidomulyo	0	Tidak Sesuai
5		Jl.HR.Soebrantas	Kel. Delima	0	Tidak Sesuai
6		Jl.HR.Soebrantas	Kel.Delima	0	Tidak Sesuai
7		Jl.HR.Soebrantas	Kel. Sialang Munggu	0	Tidak Sesuai
8		Jl.HR.Soebrantas	Kel.Simpang Baru	0	Tidak Sesuai
9		Jl.HR.Soebrantas	Kel.Simpang Baru	0	Tidak Sesuai
10		Jl.HR.Soebrantas	Kel.Simpang Baru	0	Tidak Sesuai
Total				1	Kesesuaian
Rata-rata skor				0.052	Rendah

Sumber : Hasil Analisa, 2021

Tabel diatas menunjukkan bahwa dari 19 unit *minimarket* (Alfamart dan Indomaret) di Jl.HR.Soebrantas Kecamatan Tampan, terdapat hanya 1 unit *minimarket* yang memiliki jarak antar *minimarket* sekitar yang lebih dari 350 m². Hal

tersebut mengakibatkan kesesuaian lokasi *minimarket* (Alfamart dan Indomaret) berdasarkan keberadaan *minimarket* di Jl.HR.Soebrantas Kecamatan Tampan termasuk pada kategori kesesuaian rendah dengan jumlah rata-rata skor sebesar 0,052. Jarak antar *minimarket* di sepanjang koridor Jl.HR.Soebrantas hampir secara keseluruhan tidak mengikuti peraturan SNI 03-1733-2004.

Tabel 5. 8 Kesesuaian Lokasi Berdasarkan Keberadaan Toko Kelontong

No	Nama Toko Kelontong	Alamat	Kelurahan	Skor	Kategori kesesuaian
1	Nusantara	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Tuah Karya	0	Tidak Sesuai
2	Toko Tiara	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Tuah Karya	0	Tidak Sesuai
3	Aura Latif	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Tuah Karya	0	Tidak Sesuai
4	Toko Intan	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Tuah Karya	1	Sesuai
5	Toko Abadi	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Tuah Karya	1	Sesuai
6	Sadar Jaya	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Tuah Karya	0	Tidak Sesuai
7	Toko Anas	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Tuah Karya	0	Tidak Sesuai
8	Doa Ibu	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Tuah Karya	0	Tidak Sesuai
9	Toko Zul	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Sidomulyo	0	Tidak Sesuai
10	Toko Harian Amir	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Sidomulyo	0	Tidak Sesuai
11	Kedai Harian Gapi	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Sidomulyo	0	Tidak Sesuai
12	Toko laila	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Sidomulyo	0	Tidak Sesuai
13	Kedai Harian Nia	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Sidomulyo	0	Tidak Sesuai
14	Toko Ali	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Sidomulyo	0	Tidak Sesuai
15	Toko Fajrin	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Sidomulyo	0	Tidak Sesuai
16	Toko Miftah	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Sidomulyo	0	Tidak Sesuai
17	Permata Abadi	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Sidomulyo	0	Tidak Sesuai
18	Toko Al-fazza	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Sidomulyo	0	Tidak Sesuai
19	Sinar Jaya	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Sidomulyo	0	Tidak Sesuai
20	Toko Cahaya	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Sidomulyo	0	Tidak Sesuai
21	Kedai Harian	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Sidomulyo	0	Tidak Sesuai
22	Toko Harian Rosi	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Delima	0	Tidak Sesuai
23	Toko Sumber Jaya	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Delima	0	Tidak Sesuai
24	Kedai Harian Ira	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Delima	0	Tidak Sesuai
25	Toko Sembako	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Delima	0	Tidak Sesuai
26	Toko Hafidz	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Delima	0	Tidak Sesuai
27	Toko Bintang Abadi	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Delima	0	Tidak Sesuai
28	Toko Harian Daus	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Delima	0	Tidak Sesuai
29	Ahmad Jaya	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Delima	0	Tidak Sesuai

No	Nama Toko Kelontong	Alamat	Kelurahan	Skor	Kategori kesesuaian
30	Toko Barokah	Jl.HR.Soebrantas	Kel. Sialang Munggu	0	Tidak Sesuai
31	Toko Farhan	Jl.HR.Soebrantas	Kel. Sialang Munggu	0	Tidak Sesuai
32	Toko Harian Dodi	Jl.HR.Soebrantas	Kel. Sialang Munggu	0	Tidak Sesuai
33	Toko Azis	Jl.HR.Soebrantas	Kel. Sialang Munggu	0	Sesuai
34	Toko Zaidul	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Simpang Baru	0	Tidak Sesuai
35	Kedai Harian Putri	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Simpang Baru	0	Tidak Sesuai
36	Permata Bunda	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Simpang Baru	0	Tidak Sesuai
37	Kedai Harian Rahma	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Tuah Karya	0	Tidak Sesuai
38	Toko Makmur	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Tuah Karya	0	Tidak Sesuai
39	Toko Sembako Maju	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Tuah Karya	0	Tidak Sesuai
40	Kedai Harian Berkah	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Tuah Karya	0	Tidak Sesuai
41	Toko Harian Aris MM	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Tuah Karya	0	Tidak Sesuai
42	Toko Pelita	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Tuah Karya	0	Tidak Sesuai
43	Toko Maradona	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Tuah Karya	0	Tidak Sesuai
44	Toko Sembako abadi	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Tuah Karya	0	Tidak Sesuai
45	Toko Widodo	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Sidomulyo	0	Tidak Sesuai
46	Toko Khanza	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Sidomulyo	0	Tidak Sesuai
47	Toko Nur	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Sidomulyo	0	Tidak Sesuai
48	Toko Sembako Wahyu	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Sidomulyo	0	Tidak Sesuai
49	Toko Sandra	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Sidomulyo	0	Tidak Sesuai
Total				2	Kesesuaian
Rata-rata skor				0,04	Rendah

Sumber : Hasil Analisa, 2021

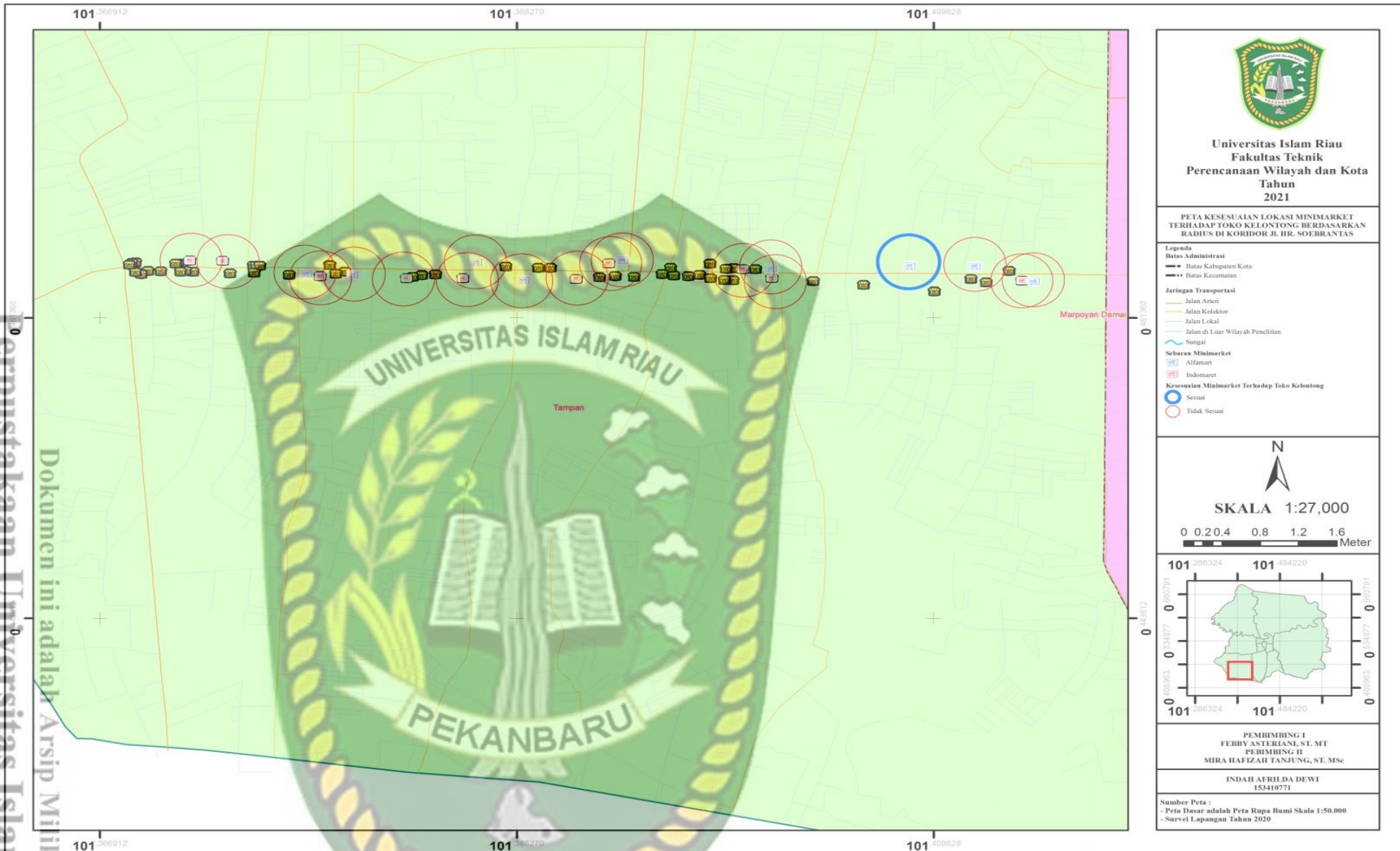
Tabel diatas menunjukkan bahwa dari 49 unit toko kelontong di Jl.HR.Soebrantas Kecamatan Tampan, terdapat 2 unit yang memiliki jarak antar toko kelontong dengan sekitarnya yang lebih dari 350 m. Hal berikut dapat mengakibatkan

kesesuaian lokasi toko kelontong yang berdasarkan keberadaan toko kelontong di Jl.HR.Soebrantas Kecamatan Tampan yang termasuk dalam kategori kesesuaian rendah dengan rata-rata skor sebesar 0,04. Jarak antar toko kelontong di sepanjang koridor Jl.HR.Soebrantas hampir secara keseluruhan tidak mengikuti peraturan SNI 03-1733-2004.

5.2.3 Kesesuaian Lokasi Berdasarkan Keberadaan Keterjangkauan *Minimarket* terhadap toko kelontong

Sarana perdagangan dan jasa merupakan salah satu sarana yang termasuk bagian dari sarana kota yang berfungsi sebagai kelengkapan kawasan permukiman diperkotaan, sehingga sarana ini sangat dibutuhkan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Fungsi tersebut menyebabkan keterjangkauan pelayanan *minimarket* dalam keberlangsungan usaha toko kelontong, Persebaran ini perlu disesuaikan dengan peraturan yang akan dijadikan acuan dalam penelitian yaitu SNI 03-1733-2004 tentang tata cara perencanaan lingkungan perumahan di perkotaan, dimana pada peraturan ini dapat diketahui bahwa jarak atau radius pencapaian untuk satu unit toko dengan toko yang lainnya 350 m.

Berikut peta hasil analisis keterjangkauan *minimarket* (Alfamart dan Indomaret) terhadap toko kelontong disekitarnya yang dilihat berdasarkan keterjangkauan kedua jenis sarana perdagangan dianalisis menggunakan aplikasi ArcGIS dengan analisis *buffer*



Berdasarkan peta tersebut, dilakukanlah analisis kesesuaian yang dibuat berdasarkan analisis skoring guna melihat kesesuaian lokasi sebagai berikut ini.

Tabel 5. 9 Kesesuaian Lokasi Berdasarkan Keterjangkauan *Minimarket* (Alfamart dan Indomaret) terhadap Toko Kelontong

No	Nama Minimarket	Alamat Minimarket	Kelurahan	Skor	Kategori Kesesuaian
1	Alfamart	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Tuah Karya	0	Tidak Sesuai
2		Jl.HR.Soebrantas	Kel.Tuah Karya	0	Tidak Sesuai
3		Jl.HR.Soebrantas	Kel.Sidomulyo	1	Sesuai
4		Jl.HR.Soebrantas	Kel.Sidomulyo	0	Tidak Sesuai
5		Jl.HR.Soebrantas	Kel.Delima	0	Tidak Sesuai
6		Jl.HR.Soebrantas	Kel. Sialang Munggu	0	Tidak Sesuai
7		Jl.HR.Soebrantas	Kel.Simpang Baru	0	Tidak Sesuai
8		Jl.HR.Soebrantas	Kel.Simpang Baru	0	Tidak Sesuai
9		Jl.HR.Soebrantas	Kel.Simpang Baru	0	Tidak Sesuai
1	Indomaret	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Tuah Karya	0	Tidak Sesuai
2		Jl.HR.Soebrantas	Kel.Tuah Karya	0	Tidak Sesuai
3		Jl.HR.Soebrantas	Kel.Tuah Karya	0	Tidak Sesuai
4		Jl.HR.Soebrantas	Kel.Sidomulyo	0	Tidak Sesuai
5		Jl.HR.Soebrantas	Kel. Delima	0	Tidak Sesuai
6		Jl.HR.Soebrantas	Kel.Delima	0	Tidak Sesuai
7		Jl.HR.Soebrantas	Kel. Sialang Munggu	0	Tidak Sesuai
8		Jl.HR.Soebrantas	Kel.Simpang Baru	0	Tidak Sesuai
9		Jl.HR.Soebrantas	Kel.Simpang Baru	0	Tidak Sesuai
10		Jl.HR.Soebrantas	Kel.Simpang Baru	0	Tidak Sesuai
Total				1	Kesesuaian
Rata-rata skor				0.052	Rendah

Sumber : Hasil Analisa, 2021

Tabel 5. 10 Kesesuaian Lokasi Berdasarkan Keterjangkauan *Minimarket* (Alfamart dan Indomaret) terhadap Toko Kelontong

No	Nama Toko Kelontong	Alamat	Kelurahan	Skor	Kategori kesesuaian
1	Nusantara	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Tuah Karya	0	Tidak Sesuai
2	Toko Tiara	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Tuah Karya	0	Tidak Sesuai
3	Aura Latif	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Tuah Karya	0	Tidak Sesuai
4	Toko Intan	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Tuah Karya	1	Sesuai
5	Toko Abadi	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Tuah Karya	1	Sesuai
6	Sadar Jaya	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Tuah Karya	0	Tidak Sesuai
7	Toko Anas	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Tuah Karya	0	Tidak Sesuai
8	Doa Ibu	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Tuah Karya	0	Tidak Sesuai
9	Toko Zul	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Sidomulyo	0	Tidak Sesuai
10	Toko Harian Amir	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Sidomulyo	0	Tidak Sesuai
11	Kedai Harian Gapi	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Sidomulyo	0	Tidak Sesuai
12	Toko laila	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Sidomulyo	0	Tidak Sesuai
13	Kedai Harian Nia	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Sidomulyo	0	Tidak Sesuai
14	Toko Ali	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Sidomulyo	1	Sesuai
15	Toko Fajrin	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Sidomulyo	1	Sesuai
16	Toko Miftah	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Sidomulyo	1	Sesuai
17	Permata Abadi	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Sidomulyo	1	Sesuai
18	Toko Al-fazza	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Sidomulyo	1	Sesuai
19	Sinar Jaya	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Sidomulyo	0	Tidak Sesuai
20	Toko Cahaya	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Sidomulyo	0	Tidak Sesuai
21	Kedai Harian	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Sidomulyo	0	Tidak Sesuai
22	Toko Harian Rosi	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Delima	0	Tidak Sesuai
23	Toko Sumber Jaya	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Delima	0	Tidak Sesuai
24	Kedai Harian Ira	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Delima	0	Tidak Sesuai
25	Toko Sembako	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Delima	0	Tidak Sesuai
26	Toko Hafidz	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Delima	0	Tidak Sesuai
27	Toko Bintang Abadi	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Delima	0	Tidak Sesuai
28	Toko Harian Daus	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Delima	0	Tidak Sesuai
29	Ahmad Jaya	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Delima	0	Tidak Sesuai
30	Toko Barokah	Jl.HR.Soebrantas	Kel. Sialang Munggu	0	Tidak Sesuai
31	Toko Farhan	Jl.HR.Soebrantas	Kel. Sialang Munggu	0	Tidak Sesuai
32	Toko Harian Dodi	Jl.HR.Soebrantas	Kel. Sialang Munggu	0	Tidak Sesuai
33	Toko Azis	Jl.HR.Soebrantas	Kel. Sialang Munggu	0	Sesuai
34	Toko Zaidul	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Simpang Baru	0	Tidak Sesuai
35	Kedai Harian Putri	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Simpang	0	Tidak Sesuai

No	Nama Toko Kelontong	Alamat	Kelurahan	Skor	Kategori kesesuaian
			Baru		
36	Permata Bunda	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Simpang Baru	0	Tidak Sesuai
37	Kedai Harian Rahma	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Tuah Karya	0	Tidak Sesuai
38	Toko Makmur	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Tuah Karya	0	Tidak Sesuai
39	Toko Sembako Maju	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Tuah Karya	0	Tidak Sesuai
40	Kedai Harian Berkah	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Tuah Karya	0	Tidak Sesuai
41	Toko Harian Aris MM	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Tuah Karya	0	Tidak Sesuai
42	Toko Pelita	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Tuah Karya	0	Tidak Sesuai
43	Toko Maradona	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Tuah Karya	0	Tidak Sesuai
44	Toko Sembako abadi	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Tuah Karya	1	Sesuai
45	Toko Widodo	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Sidomulyo	1	Sesuai
46	Toko Khanza	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Sidomulyo	1	Sesuai
47	Toko Nur	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Sidomulyo	1	Sesuai
48	Toko Sembako Wahyu	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Sidomulyo	1	Sesuai
49	Toko Sandra	Jl.HR.Soebrantas	Kel.Sidomulyo	1	Sesuai
			Total	13	Kesesuaian
			Rata-rata skor	0,26	Rendah

Sumber : Hasil Analisa, 2021

Penjabaran tabel diatas, telah diketahui bahwa kesesuaian *minimarket* terhadap toko kelontong di Jl.HR.Soebrantas ada 13 unit toko kelontong yang sesuai termasuk dalam kategori kesesuaian Rendah dengan rata-rata sekor 0,26. jarak 350 m yang ditentukan dalam peraturan SNI 03-1733-2004 tentang tata cara perencanaan lingkungan perumahan di perkotaan. Jarak antar *minimarket* di sepanjang koridor Jl.HR.Soebrantas hampir secara keseluruhan tidak mengikuti peraturan.

Menurut teori lokasi dari parah ahli, Lloyd yang berasumsi bahwa konsentrasi pedagang yang menjual barang sejenis disebabkan setiap pedagang memiliki strategi pelayanan yang berbeda-beda sehingga mengakibatkan terjadinya

persaingan antar pedagang (Tarigan, 2015). jika terjadi konsentrasi pedagang yang menjual barang yang sama dapat menimbulkan persaingan antar pedagang, dimana pedagang yang unggul merupakan pedagang yang memiliki inovasi lebih maju merupakan pernyataan dari teori lokasi tersebut, seperti *minimarket* yang merupakan pembahasan dari penelitian ini. Seperti yang telah diketahui bahwa hasil analisis kesesuaian lokasi berdasarkan keberadaan antar *minimarket* memiliki jarak yang kurang dari 350 m, sehingga keberadaan tersebut menyebabkan terjadinya konsentrasi pedagang. Hal tersebut berdampak terhadap timbulnya persaingan *minimarket* dengan toko kelontong dimana *minimarket* ini memiliki strategi yang lebih berinovasi dalam menarik minat konsumen untuk berbelanja.

Tabel 5.11Rekapitulasi Hasil Analisis Kesesuaian Lokasi (Skor x Bobot) *Minimarket* (Alfamart dan Indomaret) di **Jl.HR.Soebrantas Kecamatan Tampan**

No	Nama Minimarket	Alamat Minimarket	Sub variable									Total seluruh sub variabel	Rata-rata skor	Hasil Analisis
			Kepadatan Penduduk			Radius antar Minimarket			Radius antar minimarket terhadap toko kelontong					
			Sekor	Bobot	Total	Sekor	Bobot	Total	Sekor	Bobot	Total			
1	Alfamart	Jl.HR.Soebrantas	0	1	0	0	1	0	0	2	0	0	0	Kesesuaian Rendah
2		Jl.HR.Soebrantas	0	1	0	0	1	0	0	2	0	0	0	Kesesuaian Rendah
3		Jl.HR.Soebrantas	0	1	0	1	1	1	1	2	2	3	0.75	Kesesuaian Tinggi
4		Jl.HR.Soebrantas	0	1	0	0	1	0	0	2	0	0	0	Kesesuaian Rendah
5		Jl.HR.Soebrantas	1	1	1	0	1	0	0	2	0	1	0.25	Kesesuaian Rendah
6		Jl.HR.Soebrantas	0	1	0	0	1	0	0	2	0	0	0	Kesesuaian Rendah
7		Jl.HR.Soebrantas	0	1	0	0	1	0	0	2	0	0	0	Kesesuaian Rendah
8		Jl.HR.Soebrantas	0	1	0	0	1	0	0	2	0	0	0	Kesesuaian Rendah
9		Jl.HR.Soebrantas	0	1	0	0	1	0	0	2	0	0	0	Kesesuaian Rendah
10	Indomaret	Jl.HR.Soebrantas	0	1	0	0	1	0	0	2	0	0	0	Kesesuaian Rendah
11		Jl.HR.Soebrantas	0	1	0	0	1	0	0	2	0	0	0	Kesesuaian Rendah
12		Jl.HR.Soebrantas	0	1	0	0	1	0	0	2	0	0	0	Kesesuaian

No	Nama Minimarket	Alamat Minimarket	Sub variable									Total seluruh sub variabel	Rata-rata skor	Hasil Analisis
			Kepadatan Penduduk			Radius antar Minimarket			Radius antar minimarket terhadap toko kelontong					
			Sekor	Bobot	Total	Sekor	Bobot	Total	Sekor	Bobot	Total			
														Rendah
13		Jl.HR.Soebrantas	1	1	1	0	1	0	0	2	0	1	0.25	Kesesuaian Rendah
14		Jl.HR.Soebrantas	0	1	0	0	1	0	0	2	0	0	0	Kesesuaian Rendah
15		Jl.HR.Soebrantas	0	1	0	0	1	0	0	2	0	0	0	Kesesuaian Rendah
16		Jl.HR.Soebrantas	0	1	0	0	1	0	0	2	0	0	0	Kesesuaian Rendah
17		Jl.HR.Soebrantas	0	1	0	0	1	0	0	2	0	0	0	Kesesuaian Rendah
18		Jl.HR.Soebrantas	0	1	0	0	1	0	0	2	0	0	0	Kesesuaian Rendah
19		Jl.HR.Soebrantas	0	1	0	0	1	0	0	2	0	0	0	Kesesuaian Rendah
Total												1.25	Kesesuaian	
Rata-rata Skor												0.06	Rendah	

Sumber : Hasil Analisa, 2021

Berdasarkan dari perhitungan pembobotan pada kesesuaian lokasi *minimarket* di Jl.HR.Soebrantas Kecamatan Tampan terdapat kategori kesesuaian Rendah, karena jika dilihat berdasarkan kepadatan penduduk dan keberadaan *minimarket* yang berdekatan hampir seluruh *minimarket* memiliki kategori kesesuaian rendah. *Minimarket* di Jl.HR.Soebrantas memiliki 2 kesesuaian Tinggi dilihat berdasarkan kepadatan penduduk, terdapat 1 unit masing-masing *minimarket* jika dilihat dari radius antar *minimarket* dan radius anatar *minimarket* terhadap toko kelontong

Hasil dari perhitungan analisis kesesuaian *minimarket* menggunakan pembobotan dan penjabaran diatas, bahwa *minimarket* yang ada di Jl.HR.Soebrantas termasuk kedalam kesesuaian rendah dengan rata-rata skor sebsesar 0,06. Sebanyak 19 unit *minimarket* , hanya terdapat 2 unit *minimarket* yaitu Alfamart memiliki 1 kesesuaian Tinggi dan Indomaret memiliki 1 kesesuaian tinggi , sehingga hal tersebut dapat dijadikan acuan untuk lokasi ideal dalam mendirikan *minimarket*, Selanjutnya rekapitulasi dari analisis kesesuaian lokasi Toko kelontong sebagai berikut.

Tabel 5.12 Rekapitulasi Hasil Analisis Kesesuaian Lokasi (Skor x Bobot) Toko Kelontong di Jl.HR.Soebrantas Kecamatan Tampan

No	Nama Toko Kelontong	Alamat Toko Kelontong	Sub variable									Total seluruh sub variable	Rata-rata skor	Hasil Analisis
			Kepadatan Penduduk			Radius antar toko kelontong			Radius antar minimarket terhadap toko kelontong					
			Skor	Bobot	Total	Skor	Bobot	Total	Skor	Bobot	total			
1	Nusantara	Jl.HR.Soebrantas	0	1	0	0	1	0	0	2	0	0	0	Kesesuaian Rendah
2	Toko Tiara	Jl.HR.Soebrantas	0	1	0	0	1	0	0	2	0	0	0	Kesesuaian Rendah
3	Aura Latif	Jl.HR.Soebrantas	0	1	0	0	1	0	0	2	0	0	0	Kesesuaian Rendah
4	Toko Intan	Jl.HR.Soebrantas	0	1	0	1	1	1	1	2	2	3	0.75	Kesesuaian Tinggi
5	Toko Abadi	Jl.HR.Soebrantas	0	1	0	1	1	1	1	2	2	3	0.75	Kesesuaian Tinggi
6	Sadar Jaya	Jl.HR.Soebrantas	0	1	0	0	1	0	0	2	0	0	0	Kesesuaian Rendah
7	Toko Anas	Jl.HR.Soebrantas	0	1	0	0	1	0	0	2	0	0	0	Kesesuaian Rendah
8	Doa Ibu	Jl.HR.Soebrantas	0	1	0	0	1	0	0	2	0	0	0	Kesesuaian Rendah
9	Toko Zul	Jl.HR.Soebrantas	1	1	1	0	1	0	0	2	0	1	0.25	Kesesuaian Rendah
10	Toko Harian Amir	Jl.HR.Soebrantas	1	1	1	0	1	0	0	2	0	1	0.25	Kesesuaian Rendah
11	Kedai Harian Gapi	Jl.HR.Soebrantas	1	1	1	0	1	0	0	2	0	1	0.25	Kesesuaian Rendah
12	Toko laila	Jl.HR.Soebrantas	1	1	1	0	1	0	0	2	0	1	0.25	Kesesuaian Rendah

No	Nama Toko Kelontong	Alamat Toko Kelontong	Sub variable									Total seluruh sub variable	Rata-rata skor	Hasil Analisis
			Kepadatan Penduduk			Radius antar toko kelontong			Radius antar minimarket terhadap toko kelontong					
			Skor	Bobot	Total	Skor	Bobot	Total	Skor	Bobot	total			
13	Kedai Harian Nia	Jl.HR.Soebrantas	1	1	1	0	1	0	0	2	0	1	0.25	Kesesuaian Rendah
14	Toko Ali	Jl.HR.Soebrantas	0	1	0	0	1	0	1	2	2	2	0.5	Kesesuaian Rendah
15	Toko Fajrin	Jl.HR.Soebrantas	0	1	0	0	1	0	1	2	2	2	0.5	Kesesuaian Rendah
16	Toko Miftah	Jl.HR.Soebrantas	0	1	0	0	1	0	1	2	2	2	0.5	Kesesuaian Rendah
17	Permata Abadi	Jl.HR.Soebrantas	0	1	0	0	1	0	1	2	2	2	0.5	Kesesuaian Rendah
18	Toko Al-fazza	Jl.HR.Soebrantas	0	1	0	0	1	0	1	2	2	2	0.5	Kesesuaian Rendah
19	Sinar Jaya	Jl.HR.Soebrantas	0	1	0	0	1	0	0	2	0	0	0	Kesesuaian Rendah
20	Toko Cahaya	Jl.HR.Soebrantas	0	1	0	0	1	0	0	2	0	0	0	Kesesuaian Rendah
21	Kedai Harian	Jl.HR.Soebrantas	0	1	0	0	1	0	0	2	0	0	0	Kesesuaian Rendah
22	Toko Harian Rosi	Jl.HR.Soebrantas	0	1	0	0	1	0	0	2	0	0	0	Kesesuaian Rendah
23	Toko Sumber Jaya	Jl.HR.Soebrantas	0	1	0	0	1	0	0	2	0	0	0	Kesesuaian Rendah
24	Kedai Harian Ira	Jl.HR.Soebrantas	0	1	0	0	1	0	0	2	0	0	0	Kesesuaian Rendah
25	Toko Sembako	Jl.HR.Soebrantas	0	1	0	0	1	0	0	2	0	0	0	Kesesuaian Rendah

No	Nama Toko Kelontong	Alamat Toko Kelontong	Sub variable									Total seluruh sub variable	Rata-rata skor	Hasil Analisis
			Kepadatan Penduduk			Radius antar toko kelontong			Radius antar minimarket terhadap toko kelontong					
			Skor	Bobot	Total	Skor	Bobot	Total	Skor	Bobot	total			
26	Toko Hafidz	Jl.HR.Soebrantas	0	1	0	0	1	0	0	2	0	0	0	Kesesuaian Rendah
27	Toko Bintang Abadi	Jl.HR.Soebrantas	0	1	0	0	1	0	0	2	0	0	0	Kesesuaian Rendah
28	Toko Harian Daus	Jl.HR.Soebrantas	0	1	0	0	1	0	0	2	0	0	0	Kesesuaian Rendah
29	Ahmad Jaya	Jl.HR.Soebrantas	0	1	0	0	1	0	0	2	0	0	0	Kesesuaian Rendah
30	Toko Barokah	Jl.HR.Soebrantas	0	1	0	0	1	0	0	2	0	0	0	Kesesuaian Rendah
31	Toko Farhan	Jl.HR.Soebrantas	0	1	0	0	1	0	0	2	0	0	0	Kesesuaian Rendah
32	Toko Harian Dodi	Jl.HR.Soebrantas	0	1	0	0	1	0	0	2	0	0	0	Kesesuaian Rendah
33	Toko Azis	Jl.HR.Soebrantas	0	1	0	0	1	0	0	2	0	0	0	Kesesuaian Rendah
34	Toko Zaidul	Jl.HR.Soebrantas	0	1	0	0	1	0	0	2	0	0	0	Kesesuaian Rendah
35	Kedai Harian Putri	Jl.HR.Soebrantas	0	1	0	0	1	0	0	2	0	0	0	Kesesuaian Rendah
36	Permata Bunda	Jl.HR.Soebrantas	0	1	0	0	1	0	0	2	0	0	0	Kesesuaian Rendah
37	Kedai Harian Rahma	Jl.HR.Soebrantas	0	1	0	0	1	0	0	2	0	0	0	Kesesuaian Rendah
38	Toko Makmur	Jl.HR.Soebrantas	0	1	0	0	1	0	0	2	0	0	0	Kesesuaian Rendah

No	Nama Toko Kelontong	Alamat Toko Kelontong	Sub variable									Total seluruh sub variable	Rata-rata skor	Hasil Analisis
			Kepadatan Penduduk			Radius antar toko kelontong			Radius antar minimarket terhadap toko kelontong					
			Skor	Bobot	Total	Skor	Bobot	Total	Skor	Bobot	total			
39	Toko Sembako Maju	Jl.HR.Soebrantas	0	1	0	0	1	0	0	2	0	0	0	Kesesuaian Rendah
40	Kedai Harian Berkah	Jl.HR.Soebrantas	0	1	0	0	1	0	0	2	0	0	0	Kesesuaian Rendah
41	Toko Harian Aris MM	Jl.HR.Soebrantas	0	1	0	0	1	0	0	2	0	0	0	Kesesuaian Rendah
42	Toko Pelita	Jl.HR.Soebrantas	0	1	0	0	1	0	0	2	0	0	0	Kesesuaian Rendah
43	Toko Maradona	Jl.HR.Soebrantas	0	1	0	0	1	0	0	2	0	0	0	Kesesuaian Rendah
44	Toko Sembako abadi	Jl.HR.Soebrantas	0	1	0	0	1	0	1	2	2	2	0.5	Kesesuaian Rendah
45	Toko Widodo	Jl.HR.Soebrantas	0	1	0	0	1	0	1	2	2	2	0.5	Kesesuaian Rendah
46	Toko Khanza	Jl.HR.Soebrantas	0	1	0	0	1	0	1	2	2	2	0.5	Kesesuaian Rendah
47	Toko Nur	Jl.HR.Soebrantas	0	1	0	0	1	0	1	2	2	2	0.5	Kesesuaian Rendah
48	Toko Sembako Wahyu	Jl.HR.Soebrantas	0	1	0	0	1	0	1	2	2	2	0.5	Kesesuaian Rendah
49	Toko Sandra	Jl.HR.Soebrantas	0	1	0	0	1	0	1	2	2	2	0.5	Kesesuaian Rendah
Total												8.25	Kesesuaian Rendah	
Rata- rata Skor												0.17		

Sumber : Hasil Analisa, 2021

Berdasarkan perhitungan pembobotan terhadap kesesuaian lokasi toko kelontong di Jl. memiliki kategori kesesuaian rendah, karena jika dilihat berdasarkan kepadatan penduduk, keberadaan antar toko kelontong, dan keberadaan *minimarket* terhadap toko kelontong yang berdekatan hampir seluruh toko kelontong memiliki kategori kesesuaian rendah. Toko kelontong di Jl.HR.Soebrantas Kecamatan Tampan yang memiliki kesesuaian tinggi ada 5 unit berdasarkan kepadatan penduduk, 2 unit toko kelontong yang memiliki kategori kesesuaian tinggi berdasarkan keberadaan antar toko kelontong dan 13 unit toko kelontong kesesuaian tinggi berdasarkan keberadaan *minimarket* terhadap toko kelontong. Persamaan dari hasil analisis tersebut dapat diasumsikan menimbulkan persaingan antar *minimarket* dan toko kelontong . Jika hal ini tidak diatasi lebih lanjut oleh pemerintah, maka dapat diasumsikan akan terjadi persaingan yang berdampak pada Toko kelontong yang akan mengalami kerugian dan berpengaruh terhadap keberlangsungan toko tersebut, menjamurnya *minimarket* berjenis Alfamart dan Indomaret yang berdekatan satu sama lainnya.

5.3. Menganalisis Preferensi Masyarakat Terhadap *Minimarket* dan Toko Kelontong yang Terletak di Jl.HR.Soebrantas

Menganalisis pengaruh keberadaan *minimarket* terhadap keberlangsungan usaha toko kelontong di sekitarnya dengan menggunakan analisis Preferensi masyarakat. kecenderungan seseorang dalam memilih suatu produk yang didasarkan atas keinginan, dan selernya merupakan Preferensi masyarakat. Preferensi konsumen adalah sikap konsumen yang menginginkan suatu barang atau jasa berdasarkan

kemampuan yang dimiliki untuk memberikan nilai kepuasan terhadap apa yang dibeli atau yang ditawarkan, sehingga orang yang menginginkan barang atau jasa telah mempunyai sikap perilaku pembelian. Pembelian konsumen dipengaruhi pada beberapa karakteristik yaitu karakteristik budaya, sosial, pribadi, ekonomi dan psikologis. Analisis preferensi dalam penelitian ini berguna untuk melihat sebab akibat dari keberadaan *minimarket* terhadap keberlangsungan usaha toko kelontong. Hal ini menyebabkan responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah berbelanja di *minimarket* dan toko kelontong dan pemilik toko kelontong yang berada di Jl.HR.Soebrantas Kecamatan Tampan. Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 50 orang dengan mengutamakan konsumen yang berumur produktif.

Minimarket dan toko kelontong yang termasuk dalam kategori kesesuaian rendah dikarenakan kepadatan penduduk yang termasuk dalam kategori rendah dan jarak antar *minimarket* yang saling berdekatan. Jarak antara *minimarket* dan toko kelontong yang berdekatan, menjadi salah satu faktor untuk dilakukannya pembagian kuesioner agar mengetahui faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam berbelanja pada *minimarket* dan toko kelontong yang memungkinkan akan menimbulkan persaingan antar kedua jenis perdagangan tersebut di Jl.HR.Soebrantas Kecamatan Tampan berdasarkan preferensi masyarakat. Pembagian kuesioner tersebut dibagikan berdasarkan jumlah sampel dan disebar di beberapa titik di sepanjang Jl.HR.Soebrantas.

5.3.1 Karakteristik Responden Masyarakat

Karakteristik responden adalah terhadap objek penelitian yang dapat memberikan pendapat/pandangan terhadap hasil penelitian mengenai pengaruh keberadaan *minimarket* terhadap keberlangsungan usaha toko kelontong disekitarnya. dimana untuk menilai hal tersebut, maka responden ini adalah masyarakat yang khususnya usia produktif yang berjumlah sebanyak 50 sampel sebagai responden dalam penelitian ini. Data-data yang diperoleh kemudian diolah sehingga di peroleh gambaran secara menyeluruh dan terperinci jumlah total dari setiap item yang dipertanyakan sehingga akan mudah untuk dinilai secara kuantitatif.

Berdasarkan hasil penelitian maka diperoleh gambaran umum responden yang dapat dilihat dari asal penduduk, jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan.

1. Klasifikasi Jenis Kelamin

Dari hasil keusioner yang telah dilakukan dalam klasifikasi jenis kelamin responden pemilik warung laki – laki sebanyak 18 dan untuk jenis kelamin perempuan sebanyak 32 untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 5.9 dibawah ini

Tabel 5.13 Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah jiwa	Persentase (%)
1	Laki-laki	18	36
2	Perempuan	32	64
Total		50	100

Sumber:Hasil Analisis 2021

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa dari jumlah responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 64 jiwa dan laki-laki sebanyak 36 jiwa, sehingga dapat diketahui bahwa dominan yang melakukan aktivitas perbelanjaan di *minimarket* maupun toko kelontong di Jl.HR.Soebrantas adalah perempuan. Hal

tersebut karena dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari dan memenuhi pasokan makanan untuk kegiatan masak memasak di rumah tangga pada umumnya adalah perempuan,

2 Klasifikasi Usia

Pada penelitian ini, umur responden dibagi menjadi 4 kelompok yaitu umur <20 tahun sebagai umur yang belum produktif, 21-30 tahun umur yang kurang produktif, 31-40 tahun yang merupakan umur produktif dan lebih dari >40 tahun yang merupakan umur yang sudah tidak produktif lagi. Berikut hasil pembagian kuesioner.

Tabel 5.14 Usia Responden

No	Usia	Jumlah jiwa	Persentase (%)
1	<20	7	14
2	21-30	12	24
3	31-40	25	50
4	> 40	6	12
Total		50	100

Sumber:Hasil Analisis 2021

Hasil dari pembagian kuesioner, dapat diketahui bahwa terdapat 7 responden yang berumur <20 tahun, 25 responden yang berumur 21-30 tahun, 12 responden yang berumur 31-40 tahun dan 6 responden yang berumur >40 tahun.. Pada umumnya yang berbelanja di *minimarket* dan toko kelontong yaitu berumur 31-40 tahun atau umur yang produktif, bahwa responden yang berumur 31-40 tahun merupakan responden yang banyak berbelanja di *minimarket* atau toko kelontong karena usia tersebut pada umumnya sering melakukan kegiatan atau aktivitas yang berada di luar rumah. Akan tetapi terdapat juga responden yang berumur dibawah 20

tahun, dimana mereka berbelanja hanya untuk membeli jajanan yang tersedia di *minimarket* dan toko kelontong tersebut.

3 Klasifikasi Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan menunjukkan pengetahuan dan pola pikir yang dimiliki seseorang. Pada penelitian ini tingkat pendidikan diklasifikasikan atas 6 bagian yaitu, sarjana, diploma, SLTA sederajat, SLTP sederajat, SD dan tidak tamat SD. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 5.6 berikut

Tabel 5.15 Tingkat Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah jiwa	Persentase (%)
1	Tidak Tammat SD	0	0
2	SD/Sederajat	0	0
3	SLTP/Sederajat	2	4
4	SLTA/Sederajat	15	30
5	Diploma	6	12
6	Sarjana	27	54
	Total	50	100

Sumber:Hasil Analisis 2021

4. Pekerjaan

Sama halnya dengan umur, bahwa pekerjaan berpengaruh terhadap implementasi pribadi pelanggan antara yang memiliki pekerjaan dengan yang tidak bekerja, sehingga terlihat adanya perbedaan gaya hidup dari masing-masing pelanggan. (Jhingan, 2000). Berikut hasil pembagian kuesioner yang berada di Jl.HR.Soebrantas.

Tabel 5.16 Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah jiwa	Persentase (%)
1	Pegawai Negri	13	26
2	Karyawan Swasta	7	14
3	Wiraswasta	3	6
4	Ibu Rumah	10	20

No	Pekerjaan	Jumlah jiwa	Persentase (%)
	Tangga		
5	Pelajar/Mahasiswa	17	34
	Total	50	100

Sumber:Hasil Analisis 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa konsumen pada *minimarket* dan toko kelontong tersebut memiliki pekerjaan yang berbeda-beda. Dilihat dari jawaban responden bahwa sebanyak 17 responden adalah pelajar/mahasiswa Diketahui bahwa yang dominan berbelanja di *minimarket* dan toko kelontong merupakan pelajar/mahasiswa.

5. Tempat Tinggal

Keterhubungannya tempat tinggal dengan penelitian, tempat tinggal responden berfungsi untuk mengetahui keberadaan responden dan berkaitan dengan lokasi yang merupakan salah satu faktor masyarakat dalam memilih lokasi berbelanja. Berikut hasil dari pembagian responden di Jl.HR.Soebrantas.

Tabel 5.17 Tempat Tinggal

No	Tempat Tinggal	Jumlah jiwa	Persentase (%)
1	Kota Pekanbaru	41	82
2	Luar Kota Pekanbaru	9	18
	Total	50	100

Sumber:Hasil Analisis 2021

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat jumlah responden yang bertempat tinggal di kota pekanbaru sejumlah 41 dan luar kota pekanbaru 9 responden. Hal tersebut menunjukkan bahwa yang berbelanja di *minimarket* dan toko kelontong pada umumnya berasal dari lokasi yang terdekat dan juga berada pada lokasi perbelanjaan. Selain itu terdapat responden yang berasal dari luar kota. kemungkinan

karena responden tersebut kebetulan lewat dan menyempatkan diri untuk berbelanja dan melanjutkan perjalanannya menuju lokasi tujuan awal.

6. Jenis Toko yang Sering di Kunjungi

Jenis toko yang sering di kunjungi oleh responden pada penelitian ini guna untuk mengetahui daya beli rsponden dalam memilih jenis tempat berbelanja yang dapat berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha toko kelontong. Berikut hasil dari pembagian responden di Jl.HR.Soebrantas.

Tabel 5.18 Jenis toko yang sering di kunjungi

No	Jenis toko	Jumlah jiwa	Persentase (%)
1	Minimarket (Alfamart dan Indomaret)	29	58
2	Toko Kelontong	21	42
Total		50	100

Sumber:Hasil Analisis 2021

7. Seberapa Sering Mengunjungi Toko Tersebut

Seberapa sering toko di kunjungi oleh responden pada penelitian ini guna untuk mengetahui waktu rsponden dalam berbelanja. Berikut hasil dari pembagian responden di Jl.HR.Soebrantas.

Tabel 5.19 Seberapa Sering berkunjung ke toko

No	Waktu Berkunjung	Jumlah jiwa	Persentase (%)
1	Sangat Sering >4 kali seminggu	16	32
2	Sering 1-3 seminggu	25	50
3	Jarang 1-2 sebulan	7	14
4	Sangat Jarang <1 kali sebulan	2	4
Total		50	100

Sumber:Hasil Analisis 2021

5.3.2 Preferensi Konsumen

preferensi konsumen ditentukan oleh motivasi dan persepsi untuk melakukan suatu perilaku karena adanya dorongan dari kebutuhan atau keinginan yang belum terpenuhi. (Jhingan, 2000). Penelitian ini menggunakan karaktersitik psikologis sebagai penilaian responden terhadap pemilihan lokasi berbelanja atau penilaian dalam pengambilan keputusan untuk berbelanja. Penilaian dalam kuesioner tersebut yaitu Tidak Setuju, kurang Setuju, cukup Setuju, setuju Sangat Setuju. Penilaian responden tersebut akan dilakukan analisis distribusi frekuensi dengan perhitungan sebagai berikut.

$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

Keterangan:

- P = Prosentase
- F = Frekuensi dari setiap alternatif jawaban yang menjadi pilihan yang telah dipilih responden atas pertanyaan yang diajukan.
- n = jumlah frekuensi seluruh alternatif jawaban yang menjadi pilihan responden selaku penelitian.
- 100 % = Bilangan Genap

Rumus diatas dihitung berdasarkan jawaban responden yang akan dijumlahkan dengan responden yang memiliki jawaban yang sama, dan akan dibagi dengan jumlah seluruh responden, lalu dikalikan dengan 100% untuk menarik kesimpulan dari jawaban responden. Penialain tersebut selanjutnya dilakukan dengan analisis skoring yang kemudian dibagi menjadi 5 pilihan diantaranya adalah Tidak

Setuju dengan skor 1, Kurang Setuju dengan skor 2, Cukup Setuju dengan skor 3, Setuju dengan skor 4 Sangat Setuju dengan skor 5. Berdasarkan hasil skor yang dikalikan dengan jumlah penilaian responden, akan dibagi dengan jumlah responden guna melihat hasil rata-rata dari skor tersebut kemudian diklasifikasikan berdasarkan 5 tingkatan berdasarkan rentang klasifikasi sebagai berikut :

Tidak Setuju	= 1
Kurang Setuju	= 2
Cukup Setuju	= 3
Setuju	= 4
Sangat Setuju	= 5

Adapun penilaian ini dikelompokkan berdasarkan karakteristik yang mempengaruhi preferensi konsumen dalam penelitian yang dilihat menjadi 3 bagian yaitu :

1. Keberadaan

Keberadaan adalah pembahasan terkait dengan lokasi yang berhubungan dengan sasaran sebelumnya. Lokasi adalah ruang, yang menggambarkan posisi pada ruang, keruangan merupakan pembahasan yang berkaitan atau berdampak antara kegiatan di satu lokasi dengan berbagai kegiatan lain pada lokasi lain. Studi tentang lokasi adalah melihat kedekatan atau seberapa jauh nya satu kegiatan dengan kegiatan lain dan apa dampaknya atas masing-masing kegiatan karena keberadaan lokasi yang berdekatan ataupun berjauhan, jauh atau dekatnya suatu kegiatan biasanya disebut dengan jarak. Jarak merupakan salah satu unsur ruang yang menciptakan gangguan

karena membutuhkan waktu, tenaga dan biaya untuk mencapai lokasi lain. Semakin jauh jarak yang ditempuh, maka semakin turun minat orang untuk berpergian (Tarigan, 2015). Penjelasan tersebut berarti keberadaan merupakan pernyataan responden yang terkait dengan lokasi rumah responden terhadap *minimarket* dan toko kelontong. Berikut hasil penilaian kuesioner dari seluruh responden.



Tabel 5. 20 Analisis Skoring Penilaian Responden Terhadap Keberadaan *Minimarket* dan Toko Kelontong

No	Pernyataan	Minimarket					Rata-rata skor	Toko Kelontong					Rata-rata skor
		SS	S	CS	KS	TS		SS	S	CS	KS	TS	
1	Dekat dengan rumah	125	60	9	14	0	4,16	70	60	30	18	2	3,6
2	Berada di sekitar kawasan yang akan dikunjungi	85	72	24	12	1	3,88	60	68	45	6	3	3,64
3	Kemudahan aksesibilitas	100	68	27	0	4	3,98	65	85	42	24	0	4,32
4	Lokasi tempat berbelanja memiliki keterkaitan dengan kawasan sekitarnya	45	88	39	12	0	3,68	20	84	45	14	3	3,32

Sumber : Hasil Analisa, 2021

Keterangan :

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

CS = Cukup Setuju

KS = Kurang Setuju

TS = Tidak Setuju

Terdapat 50 responden yang memiliki penialain berbeda-beda. Hal ini dikarenakan asal atau keberadaan responden yang berbeda lokasi. klasifikasi Sangat setuju merupakan penilaian responden terhadap keberadaan *minimarket* (Alfamart dan Indomaret) untuk semua pernyataan dari variabel keberadaan. Tidak beda jauh dengan penilaian responden terhadap keberadaan toko kelontong,. Hal ini berarti persebaran *minimarket* dan toko kelontong berada dalam 1 koridor jalan .

2. Daya Beli

Terdapat preferensi konsumen yang dapat mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan salah satunya adalah daya beli. Daya beli digunakan untuk mengukur kemampuan responden dalam berbelanja terhadap barang yang ditawarkan *minimarket* dan toko kelontong. Maksud barang yang ditawarkan diantaranya yaitu harga barang dan variasi barang yang tersedia atau yang dapat dibeli di *minimarket*. Berikut hasil dari penilaian kuesioner responden.

Tabel 5. 21 Analisis Skoring Penilaian Responden Terhadap Daya Beli *Minimarket* dan Toko Kelontong

No	Pernyataan	Minimarket					Rata-rata skor	Toko Kelontong					Rata-rata skor
		SS	S	CS	KS	TS		SS	S	CS	KS	TS	
1	Harga barang terjangkau	0	12	39	44	12	2,14	30	44	42	18	10	2,88
2	Memberikan promosi atau diskon	100	68	24	8	1	4,02	10	0	12	40	23	1,7
3	Barang yang ditawarkan bervariasi atau lengkap	90	52	30	18	1	3,82	75	40	60	10	0	3,7
4	Harga barang bisa nego	0	0	0	16	42	1,16	115	40	24	18	0	3,94

Sumber : Hasil Analisa, 2021

Keterangan :

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

CS = Cukup Setuju

KS = Kurang Setuju

TS = Tidak Setuju

Penilaian responden pada daya beli *minimarket* dan toko kelontong cenderung sangat berbeda. Untuk pernyataan harga dapat diketahui bahwa penilaian toko kelontong, rata-rata skor 3,4 yang berarti responden lebih banyak pada penilaian sangat setuju. Hal tersebut diketahui bahwa harga yang ditawarkan toko kelontong lebih bersahabat dari pada yang ditawarkan *minimarket* (Alfamart dan Indomaret). Banyak yang memilih sangat setuju pada Pernyataan tentang promosi atau diskon pada penilaian *minimarket*, dengan rata-rata skor sebesar 4,02. Promosi yang diberikan setiap bulannya mengakibatkan masyarakat memilih untuk berbelanja pada *minimarket* tersebut dibandingkan toko kelontong. Maka dari itu klasifikasi sangat setuju pada pernyataan ini adalah *minimarket*.

Terdapat perbedaan yang menunjukkan bahwa, untuk menarik minat masyarakat dalam berbelanja baik toko kelontong, maupun *minimarket* (Alfamart dan Indomaret) memiliki cara yang berbeda-beda, salah satunya yaitu dengan memberikan harga yang murah tanpa adanya promosi pada toko kelontong. Berbeda dengan *minimarket* (Alfamart dan Indomaret), untuk menarik minat konsumennya *minimarket* tersebut memberikan harga diskon atau promosi pada beberapa barang yang akan dijual dan berbeda-beda disetiap waktunya. Terdapat persamaan dari penilaian yang diberikan oleh responden dalam pernyataan terkait variasi barang yang diberikan, bahwa penilaian responden terhadap *minimarket* dan toko kelontong yang dilihat dari rata-rata skor dari kedua jenis *minimarket* dan toko kelontong tersebut bernilai lebih dari 3 yang berarti responden memilih sangat setuju. Diketahui bahwa penilaian responden terkait kelengkapan barang yang ditawarkan untuk kedua jenis perdagangan sudah lengkap. Hal tersebut lebih memudahkan masyarakat memilih

barang yang dibeli dan melengkapi keperluan sehari-hari saat berbelanja atau membeli keperluan yang diinginkan.

3. Manajemen

Manajemen digunakan untuk melihat pelayanan yang diberikan dan juga berpengaruh terhadap kenyamanan atau kondisi psikologis setiap responden saat berbelanja, sehingga hal ini berkaitan dengan penelitian karena manajemen suatu *minimarket* dan toko kelontong berdampak pada kenyamanan saat berbelanja yang dapat mempengaruhi preferensi konsumen. Bagian dari kuesioner yang berkaitan dengan manajemen adalah waktu operasional, keramahan pegawai, kecepatan pegawai, dan teknologi yang diberikan suatu *minimarket* dan toko kelontong dalam melayani konsumen. Berikut hasil penilaian yang diberikan responden dalam manajemen *minimarket* dan toko kelontong.

Tabel 5. 22 Analisis Skoring Penilaian Responden Terhadap Manajemen *Minimarket* dan Toko Kelontong

No	Pernyataan	Minimarket					Rata-rata skor	Toko Kelontong					Rata-rata skor
		SS	S	CS	KS	TS		SS	S	CS	KS	TS	
1	Waktu operasional lama	60	64	39	18	0	3,62	25	20	6	40	18	2,18
2	Keramahan pegawai	50	48	30	36	0	3,28	75	40	36	26	0	3,54
3	Kecepatan pegawai	60	36	54	20	1	3,42	60	32	30	22	9	3,06
4	Pembayaran mudah	160	40	24	0	0	4,48	45	48	45	20	4	3,24

Sumber : Hasil Analisa, 2021

Keterangan :

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

CS= Cukup Setuju

KS= Kurang Setuju

TS= Tidak Setuju.

minimarket (Alfamart dan Indomaret) yang memilih sangat setuju rata-rata sebesar 3,62 sedangkan untuk toko kelontong yang memilih sangat setuju rata-rata sebesar 2,18. Penilaian responden tersebut dapat diartikan bahwa kebanyakan *minimarket* memiliki waktu operasional yang lebih lama dibandingkan dengan toko kelontong, sehingga konsumen lebih leluasa dalam memilih waktu berbelanja. Hal ini menyebabkan penilaian responden terhadap *minimarket* termasuk kepada klasifikasi sangat setuju.

Pernyataan yang berkaitan dengan keramahan pegawai dalam melayani pembeli, dimana hasil dari skoring menunjukkan bahwa banyak juga yang memilih sangat setuju terhadap pegawai *minimarket* dan toko kelontong melayani konsumen dengan ramah yang terbukti dari rata-rata skor sama-sama di atas 3. Sama halnya dengan penilaian responden yang memilih sangat setuju terhadap pegawai yang cepat melayani konsumen di *minimarket* dan toko kelontong dengan rata-rata skor diatas 3

Pernyataan tentang jenis pembayaran yang mudah dapat dilakukan pada saat berbelanja, bahwa penilaian responden lebih kepada *minimarket* dengan penilaian rata-rata skor 4,48. Penilaian terhadap toko kelontong yang memilih sangat setuju atau dengan nilai rata-rata skor sebesar 3,24 yang termasuk pada klasifikasi setuju. Hal ini karena pada saat berbelanja di *minimarket* dapat melakukan pembayaran dengan kartu debit dan pembayaran lebih cepat dengan bantuan dari mesin kasir, sedangkan untuk toko kelontong cenderung melakukan pembayaran dengan tunai karena tidak tersedianya pembayaran melalui kartu debit.

Terdapat faktor yang menyebabkan penilaian yang diberikan untuk manajemen lebih unggul pada *minimarket* (Alfamart dan Indomaret) karena dapat dilihat dari kondisi fisik *minimarket* tersebut memberikan kinerja pelayanan yang lebih modern dan dapat memberikan kenyamanan kepada pembeli yang berbelanja dibandingkan dengan toko kelontong. Walaupun demikian, manajemen dari toko kelontong juga memiliki nilai rata-rata skor lebih dari 2 yang menunjukkan jawaban responden setuju. Hal tersebut kemudian dapat diasumsikan bahwa manajemen toko kelontong dalam melayani konsumen yang berbelanja sudah memberikan kenyamanan, hanya saja tidak lebih unggul dari *minimarket* karena kurang memanfaatkan teknologi yang berkembang saat ini.

Berdasarkan hasil penilaian responden tersebut, untuk mengetahui faktor atau keunggulan yang dimiliki *minimarket* dilakukanlah rekapitulasi dari penilaian yang memilih setuju dan sangat setuju. Perbedaan antara setuju dan sangat setuju yaitu pada analisis skoring yang diberikan. Berikut rekapitulasi penilaian responden terhadap *minimarket*.

rekapitulasi dari penilaian yang memilih setuju dan sangat setuju. Perbedaan antara setuju dan sangat setuju yaitu pada analisis skoring yang diberikan. Berikut rekapitulasi penilaian responden terhadap *minimarket*.

Tabel 5. 23 Rekapitulasi Hasil Penilaian Responden Terhadap *Minimarket* dan toko kelontong

No	Pernyataan	Rata-rata skor <i>Minimarket</i>	Rata-rata skor toko kelontong
Keberadaan			
1	Lokasi yang dipilih saat berbelanja dekat dengan rumah	4,16	3,6
2	Lokasi berbelanja berada di sekitar kawasan yang akan dikunjungi	3,88	3,64
3	Kemudahan aksesibilitas menuju lokasi berbelanja	3,98	4,32
4	Lokasi belanja memiliki keterkaitan dengan kawasan sekitarnya	3,68	3,32
Total skor		15,7	14,88
Rata-rata skor		3,925	3,72
Daya Beli			
1	Harga barang yang ditawarkan terjangkau	2,14	2,88
2	Memberikan promosi atau diskon pada barang-barang tertentu	4,02	1,7
3	Barang yang ditawarkan bervariasi atau lengkap	3,82	3,7
4	Harga barang bisa nego	1,16	3,94
Total skor		11,14	12,22
Rata-rata skor		2,785	3,055
Manajemen			
1	Waktu operasional lama	3,62	2,18
2	Keramahan pegawai dalam melayani pembeli	3,28	3,54
3	Kecepatan pegawai dalam melayani kegiatan berbelanja	3,42	3,06
4	Pembayaran mudah dengan dua pilihan tunai atau elektronik	4,48	3,24
Total skor		14,8	12,02
Rata-rata skor		3,7	2,055

Sumber : Hasil Analisa, 2021

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa penilaian responden lebih unggul kepada *minimarket* karena ketiga karakteristik yang digunakan dalam penelitian yaitu keberadaan, daya beli, manajemen dan fasilitas memiliki nilai rata-rata skor lebih dari 3 yang artinya termasuk dalam klasifikasi sangat setuju. Melihat penilaian responden yang lebih unggul terhadap *minimarket* dapat diasumsikan bahwa telah terjadinya perubahan preferensi konsumen pada saat berbelanja yang lebih mementingkan kenyamanan dan kemudahan akses. Hal ini dikarenakan keberadaan *minimarket* yang berada dekat dengan permukiman dan dapat dijumpai dengan mudah. Hasil tersebut terbukti dengan hasil analisis kesesuaian

lokasi. Oleh karena itu, responden lebih memilih *minimarket* hasil ini juga sama halnya dengan teori lokasi yang menyatakan bahwa semakin dekat jarak yang ditempuh, maka akan semakin meningkat minat masyarakat untuk berbelanja.

Persaingan tersebut juga dikarenakan *minimarket* memiliki daya beli yang berinovasi dengan adanya promosi, manajemen yang diberikan dengan memprioritaskan pembeli dan fasilitas yang ada lebih modern, dimana fasilitas tersebut dapat memberikan kenyamanan dan kemudahan konsumen untuk berbelanja. Karakteristik yang paling unggul pada *minimarket* terdapat pada manajemen dan fasilitas yang diberikan.

5.3.3 Uji Validitas Data

Uji validitas berguna untuk mengetahui kevalidan atau kesesuaian kuesioner yang digunakan dalam penelitian untuk memperoleh data primer dari responden atau sampel penelitian di Indomaret dan Alfamart Kecamatan tampan dengan menggunakan jumlah 50 responden. Nilai r tabel dapat diperoleh melalui tabel *r product moment pearson*, dengan df (degree of freedom) = N-2, jadi df = 50-2= 48, dan probabilitas 0,05 maka nilai r tabel = 0,2787. Agar mengetahui valid tidaknya pernyataan setiap kuesioner yang digunakan, nilai r hitung > r tabel. R hitung diperoleh dari perhitungan jawaban kuesioner menggunakan aplikasi SPSS. Dikarenakan semua pernyataan menggunakan skala likert, maka variabel yang diuji validitasnya adalah variabel Keberadaan, Daya Beli, Manajemen, dimana setiap variabel memiliki pernyataan yang berbeda-beda. Berikut hasil uji validitas yang telah dilakukan.

Tabel 5. 24 Uji Validitas Kuesioner

Pernyataan	Minimarket		Toko Kelontong		Keterangan
	R hitung	R tabel	R hitung	R tabel	
Keberadaan		0.279		0.279	
Lokasi yang dipilih saat berbelanja dekat dengan rumah	0.904		0.916		Valid
Lokasi berbelanja berada disekitar kawasan yang akan dikunjungi (kebetulan lewat)	0.892		0.878		Valid
Kemudahan aksesibilitas menuju lokasi berbelanja (mudahnya jalan menuju lokasi)	0.897		0.866		Valid
Lokasi berbelanja memiliki keterkaitan dengan kawasan sekitarnya (contohnya pasar, toko lainnya, perkantoran)	0.847		0.889		Valid
Daya Beli					
Harga barang yang ditawarkan terjangkau	0.909		0.925		Valid
Memberikan promosi atau diskon pada barang-barang tertentu	0.832		0.947		Valid
Barang yang ditawarkan bervariasi/lengkap	0.784		0.919		Valid

Pernyataan	Minimarket		Toko Kelontong		Keterangan
	R hitung	R tabel	R hitung	R tabel	
Harga barang bisa nego	0.930		0.956		Valid
Manajemen					
Waktu operasional lama	0.921		0.926		Valid
Keramahan pegawai dalam melayani pembeli	0.839		0.850		Valid
Kecepatan pegawai dalam melayani kegiatan berbelanja	0.860		0.908		Valid
Pembayaran mudah dengan adanya pilihan jenis pembayaran tunai maupun elektronik	0.880		0.951		Valid

Sumber : Hasil Analisa, 2021

Berdasarkan uji validitas menggunakan SPSS, didapatlah perhitungan seperti tabel diatas, dimana r hitung setiap pernyataan melebihi r tabel yang berarti setiap pernyataan kuesioner dapat dinyatakan valid atau sudah sesuai.

5.3.4 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menilai pengukuran suatu instrument, dikatakan reliabilitas jika nilai Cronbach’s Alpha lebih besar dari 0,6. Semakin tinggi koefisien alpha berarti semakin baik pengukuran suatu instrument. Semakin dekat koefisien alpha nilai 1 berarti butir butir pernyataan dalam koefisien semakin *reliable*. Berikut Tabel 5.25 hasil uji reliabilitas terhadap kuesioner penelitian.

Tabel 5.25 Uji Reliabilitas

Reliability Statistics			
Minimarket		Toko Kelontong	
Keberadaan			
Cronbach's Alpha	N of Items	Cronbach's Alpha	N of Items
.0,904	4	0,908	4
Daya Beli			
0,876	4	0,952	4
Manajemen			
0,897	4	0,898	4

Sumber : Hasil Analisis, 2021

Berdasarkan uji reliabilitas menggunakan SPSS, didapatlah perhitungan seperti tabel diatas, dimana nilai Cronbach’s Alpha *minimarket* dan toko kelontong lebih besar dari 0,6 yang berarti setiap pernyataan kuesioner dapat dinyatakan sudah sesuai.

BAB VI

PENUTUP

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari analisis dan pembahasan terhadap Analisis Preferensi Masyarakat Terhadap *Minimarket* dan Usaha Toko Kelontong di Jl.HR.Soebrantas Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru), maka dapat di tarik kesimpulan :

1. Di sepanjang Jl.HR.Soebrantas Kecamatan tampan telah tersebar 19 unit *minimarket* (Indomaret dan Alfamart) diantaranya yaitu yang berjumlah 9 unit Alfamart dan 10 Indomaret, sedangkan toko kelontong sebanyak 49 unit yang masing-masing tersebar sepanjang koridor Jl.HR.Soebrantas Kecamatan Tampan
2. Berdasarkan persebaran tersebut, untuk melihat kesesuaiannya dilakukanlah analisis kesesuaian lokasi berdasarkan variabel kepadatan penduduk, keberadaan antar *minimarket* dan toko kelontong , dan keberadaan *minimarket* terhadap toko kelontong. Hasil dari analisis tersebut bahwa kedua jenis perdagangan termasuk kesesuaian rendah, namun terdapat 2 unit *minimarket* yang memiliki kesesuaian tinggi karena kepadatan penduduk yang tinggi, 4 unit toko kelontong yang termasuk dalam kategori kesesuaian tinggi. Terdapat 1 unit *minimarket* yang sesuai keberadaannya terhadap toko kelontong
3. Preferensi masyarakat yang dilihat dari penilaian responden terhadap pernyataan kuesioner yang ada, dapat disimpulkan bahwa penilaian responden lebih unggul kepada *minimarket* (Alfamart dan Indomaret) disebabkan karena keberadaannya yang mudah dijumpai masyarakat dan akses yang mudah. Dengan total skor 15,7 terhadap *minimarket* dan 14,88 untuk toko kelontong. Keunggulan tersebut juga dikarenakan manajemen dan fasilitas yang diberikan *minimarket* (Alfamart dan Indomaret) di Jl.HR.Soebrantas Kecamatan Tampan memberikan fasilitas yang lebih modern dan kenyamanan konsumen pada saat berbelanja dengan jumlah skor 14,8 untuk *minimarkrt* dan 12,02 untuk toko kelontong. Akan tetapi daya beli lebih unggul toko kelontong dengan jumlah skor 12,22 dan *minimarket* 11,14 .

Berdasarkan penjabaran diatas, dapat diketahui bahwa di Jl.HR.Soebrantas Kecamatan Tampan terdapat *minimarket* (Alfamart dan Indomaret) dan toko kelontong yang tersebar di sepanjang jalan. Dimana lokasi yang berdekatan tersebut telah mempengaruhi preferensi masyarakat dalam berbelanja. Dapat dilihat dari penilaian responden yang lebih memilih berbelanja di *minimarket* (Alfamart dan Indomaret) disebabkan keberadaan yang ada di sepanjang jalan serta mudah ditemui pada saat berpergian, sehingga jarak yang ditempuh masyarakat untuk berbelanja semakin kecil dan biaya transportasi yang

dikeluarkan lebih murah. Selain keberadaan, daya beli yang ditawarkan dapat juga menarik minat konsumen untuk berbelanja dengan manajemen yang disiplin dan fasilitas yang mendukung konsumen dalam berbelanja. Berdasarkan hasil preferensi tersebut menunjukkan adanya perubahan masyarakat dalam memilih lokasi berbelanja dan dapat diasumsikan timbulnya persaingan terhadap *minimarket* dan toko kelontong di Jl.HR.Soebrantas Kecamatan Tampan, dan berpengaruh terhadap keberlangsungan toko kelontong di sekitarnya karena keunggulan yang diberikan *minimarket* terutama pada manajemen dan fasilitas yang diberikan *minimarket* lebih modern dan berinovasi dibandingkan dengan toko kelontong .

6.2. Saran

Adapun hasil dan pembahasan berikut ini ada hal yang perlu dijadikan sebagai bahan rekomendasi, antara lain sebagai berikut :

1. Adanya penelitian ini mengenai identifikasi persebaran lokasi *minimarket* dan usaha toko kelontong di Jl.HR.Soebrantas. agar ada tindak lanjut dalam pembangunan dan penataan lokasi *minimarket* dan usaha toko kelontong di sekitarnya.
2. Pemerintah khususnya bidang yang menangani bagian perizinan pendirian *minimarket* Alfamart dan Indomaret perlu lebih tegas memperhatikan lokasi pendirian *minimarket*. Hal tersebut dilakukan guna menghindari pengaruh atau dampak buruk bagi usaha toko kelontong di Sekitarnya. menerapkan peraturan mengenai pembangunan lokasi *minimarket* agar menjadi terarah.
3. Sebagai pihak swasta harus bisa menyelenggarakan peraturan pemerintah yang telah ditetapkan terutama mengenai *minimarket* dan toko kelontong dengan baik. Usaha toko kelontong perlu meningkatkan pelayanan, jam operasional, memperhatikan fasilitas khususnya kebersihan, dan lain sebagainya guna memberikan kepuasan bagi pelanggan yang berbelanja pada toko kelontong tersebut.



DAFTAR PUSTAKA

Alqur'an Surah An-Nisa/4 ayat 29

Arianty, Nel. 2017. *Difference Analysis of Modern Market and Traditional Market Strategy Based on Layout and Quality of Service*. International Journal of Recent Scientific Research. Medan.

Jones, Ken and Jim Simmons. 1990. *Location Location Location: Analyzing the Retail Environment*, Ontario: Nelson Canada.

Asteriani, Febby. 2008. *Analisis Peringkat Faktor-faktor Pemilihan Lokasi dari Sudut Pandang Pengguna dan Pengembang Ruko di Kota Pekanbaru*, Jurnal Saintis vol. 10 No. 2, Oktober

Fox, Edward. 2007. *The Impact of Retail Location on Retailer Revenues*. International Journal. Southern Methodist University. Dallas.

Gusdi, Ibnu. M. 2015. *“Pengaruh Sebaran Lokasi Minimarket Terhadap Perekonomian Warung Tradisional di Kecamatan Marpoyan Damai”*. Skripsi S1. Universitas Islam Riau. Kota Pekanbaru.

Septyaningsih, Lina Dwi. 2009. *Tumpang Tindih Jangkauan Pelayanan Pengecer Modern dan Pengecer Tradisional di Kota Kecil (Studi Kasus: Kawasan Perkotaan Lembang, Kota Soreang, dan Tanjungsari)*. Tugas Akhir. Prodi Perencanaan Wilayah dan Kota, ITB.

Maritfa Nika Andriani dan Mohammad Mukti Ali, *“Kajian Eksistensi Pasar Tradisional Kota Surakarta”* dalam Jurnal Teknik PWK, Volume 2, Nomor 2 2013. (Diakses pada tanggal 02 November 2016).

Aslam A. K. (2017). *Pengaruh Pertumbuhan Minimarket Terhadap Minat dan Kebiasaan Belanja Masyarakat Di Kelurahan Tamamaung Kota Makassar*. [Skripsi] Makassar: Universitas Negeri Islam Alauddin.

Ifah, M. F. R. Suktikno dan N. Sari. 2011. *“Pengaruh Toko Modern Terhadap Toko Usaha Kecil Skala Lingkungan (Studi Kasus: Minimarket Kecamatan Blimbing Kota Malang)*. Jurnal Tata Kota dan Daerah, Vol 3, No. 1.,.

Yulida Hikmah Harahap, 2019. *Respon Pedagang Barang Harian Tradisional Terhadap Alfamart dan Indomart di Kecamatan Tampan Pekanbaru (Jl. HR. Soebrantas)*. Universitas Riau

Pradianan Wijayanti 2011. *“Analisis Pengaruh Perubahan Keuntungan Usaha Tradisional Dengan munculnya Minimarket (Studi Kasus: Pedurungan Kota Semarang)*.

Kuncoro, Mudrajat. 2008. *“Strategi Pengembangan Pasar Modern dan Tradisional Kadin Indonesia”*. Kadin, Indonesia

Sujana A. S. (2005). *Paradigma Baru Dalam Manajemen Ritel Modern*. Yogyakarta: GRAHA ILMU.

Tambunan, Tulus. 2002. *Perekonomian Indonesia Beberapa Permasalahan Penting*. Jakarta: Ghalia.

Muta'ali, Luthfi. 2015. *Teknik Analisa Regional*. Jurusan PPW Fakultas Geografi. UGM. Jogjakarta.

Tarigan, Robinson. 2005. *Perencanaan Pembangunan Wilayah*. Bumi Aksara. Jakarta.

Peraturan:

Badan Pusat Statistik Kota Pekanbaru. 2017. *Kota Pekanbaru Dalam Angka Tahun 2017*. Badan Pusat Statistik Kota Pekanbaru. Pekanbaru.

DISPERINDAG. 2019. *Jumlah Indomaret dan Alfamart Kota Pekanbaru*. Pemerintah Kota Pekanbaru. Pekanbaru.

BPS, 2020. *Tampan Dalam Angka*. BPS Kecamatan Marpoyan Damai. Pekanbaru

Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor 107/MPP/Kep/2/1998 Tentang Ketentuan dan Tata Cara Pemberian Izin Usaha Pasar Modern. Jakarta.

Undang-Undang No 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

Pemerintah Kota, 2004. *Peraturan Daerah Kota Pekanbaru No 09 Tentang Pengelolaan Pasar Rakyat, Pusat Perbelanjaan Dan Toko Swalayan Pasal 20 Penataan Pusat Perbelanjaan Dan Toko Swalayan*. Pemerintah Kota Pekanbaru. Pekanbaru.

Peraturan Menteri. 2013. Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 70/M-DAG/PER/12/2013 Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern. Menteri Perdagangan Republik Indonesia.

Peraturan Pemerintah. 2007. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba. Presiden Republik Indonesia.

Peraturan Presiden no.112 tahun 2007 Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern.

peraturan SNI 03-1733-2004 tentang tata cara perencanaan lingkungan perumahan di perkotaan.