

Pola Sebaran dan Faktor-Faktor Pemilihan Lokasi Retail Kecamatan Manggala, Kota Makassar

Nofita Sari^{1)*}, Arifuddin Akil²⁾, Venny Veronica Natalia³⁾

¹⁾Departemen Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik, Universitas Hasanuddin. Email: nftsr03@gmail.com

²⁾Departemen Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik, Universitas Hasanuddin. Email: arifuddinak@yahoo.co.id

³⁾Departemen Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik, Universitas Hasanuddin. Email: veronica_natalia@ymail.com

ABSTRACT

Makassar City is one of the cities of trade and services which has experienced an increase in the number of modern retailers, especially minimarkets. The number of minimarkets in Makassar City reaches 459 outlets. Manggala sub-district which is the center of integrated settlement and is one of the areas where the development of minimarkets is quite rapid. This study aims to identify retail distribution patterns and examine the factors of retail location selection in terms of distance and spatial relationships, supporting population numbers, accessibility and competition. The analytical method used is nearest neighbor analysis, kernel density, quantitative descriptive, spatial, and multiple linear regression. The results showed that based on the comparison of the three retail distribution patterns, it is known that minimarkets and stalls / shops have cluster distribution patterns but with different objectives. The grouping of minimarkets is due to competition with similar retailers or minimarkets with different brands. While the shops / stalls that are in groups are due to the ease of opening a business and most of the stalls / shops are close to the owner's house so that the grouping does not cause sharp competition. It is different from traditional markets which have a random pattern and are located in residential centers and can be reached by consumers so that there is no competition between traditional markets. After the retail location selection factor is tested the influence of these factors with multiple linear regression, it is known that these factors have an effect of 81% on retail location selection.

Keywords: *Distribution Patterns, Factors, Retail, Manggala District, City of Makassar*

ABSTRAK

Kota Makassar merupakan salah satu kota perdagangan dan jasa yang mengalami peningkatan jumlah retail modern khususnya minimarket. Jumlah minimarket di Kota Makassar mencapai 459 gerai. Kecamatan Manggala yang merupakan pusat permukiman terpadu dan merupakan salah satu wilayah dimana perkembangan minimarket cukup pesat. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pola sebaran retail dan mengkaji faktor-faktor pemilihan lokasi retail dari aspek jarak dan keterkaitan spasial, jumlah penduduk pendukung, aksesibilitas serta persaingan. Metode analisis yang digunakan adalah *nearest neighbor analysis*, *kernel density*, deskriptif kuantitatif, spasial, dan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan berdasarkan perbandingan tiga pola persebaran retail tersebut diketahui bahwa minimarket dan warung/toko memiliki pola persebaran mengelompok namun dengan sasaran tujuan yang berbeda. Pengelompokan minimarket dikarenakan adanya persaingan dengan retail sejenis atau minimarket dengan *brand* yang berbeda. Sedangkan toko/warung yang berkelompok dikarenakan tingkat kemudahan membuka usaha dan sebagian besar warung/toko dekat dengan rumah pemiliknya sehingga pengelompokan tersebut tidak menimbulkan persaingan yang tajam. Berbeda dengan pasar tradisional yang berpola *random* dan berlokasi pada pusat-pusat permukiman dan dapat dijangkau oleh konsumen sehingga tidak adanya persaingan antar pasar tradisional. Setelah faktor pemilihan lokasi retail dilakukan pengujian pengaruh faktor-faktor dengan regresi linier berganda, diketahui bahwa faktor tersebut berpengaruh sebesar 81 % terhadap pemilihan lokasi retail.

Kata Kunci: Pola Persebaran, Faktor-Faktor, Retail, Kecamatan Manggala, Kota Makassar

PENDAHULUAN

Peningkatan jumlah penduduk di Indonesia mempengaruhi pertumbuhan pasar retail modern dewasa ini dikarenakan meningkatnya kebutuhan

manusia. Pasar retail khususnya gerai minimarket yang merupakan klasifikasi retail modern mengalami perkembangan yang sangat pesat. Retail modern adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang

*Corresponding author. Tel.: +62-852-4973-4403
Jalan Poros Malino km. 6 Bontomarannu, Gowa
Sulawesi Selatan, Indonesia, 92711

secara eceran yang berbentuk minimarket, supermarket, *department store*, hypermart ataupun grosir yang berbentuk perkulakan. Dalam penentuan lokasi retail harus memperhitungkan kondisi sosial ekonomi masyarakat serta jarak dengan pasar tradisional, usaha kecil dan usaha menengah yang telah ada sebelumnya di wilayah bersangkutan sehingga, keberadaan keduanya tidak saling bersinggungan (PP No. 112 Tahun 2007). Menurut Utami dalam Setyawarman (2009), faktor lokasi merupakan faktor utama dalam pemilihan toko konsumen. Faktor lokasi juga merupakan salah satu *tangible asset* yang menjadi *distinctive capability* (kapasitas yang unik dan susah ditiru oleh pesaing) bagi perusahaan dalam bersaing.

Kota Makassar merupakan salah satu kota perdagangan dan jasa yang mengalami peningkatan jumlah retail modern khususnya minimarket. Jumlah minimarket di Kota Makassar mencapai 459 gerai dimana Alfamart dan Indomaret merupakan dua pemain besar minimarket yang sangat mudah ditemui disepanjang jalan utama maupun permukiman. Minimarket tersebut terus berekspansi, menambah jumlah gerai dan memperluas wilayah usahanya.

Kecamatan Manggala merupakan pusat permukiman terpadu dan salah satu wilayah dimana perkembangan minimarket cukup pesat. Menurut Adisasmita (2009) kegiatan usaha yang spesialis akan menempatkan usahanya pada pusat kota, sedangkan toko-toko yang melayani kebutuhan sehari-hari akan tersebar mendekati perumahan penduduk. Perkembangan tersebut dikhawatirkan dapat mengambil alih pangsa pasar dari pasar tradisional dan menyulitkan usaha kecil maupun menengah untuk bertahan. Adapun pertanyaan penelitian ini yaitu, bagaimana pola persebaran retail? dan bagaimana faktor-faktor pemilihan lokasi retail di Kecamatan Manggala Kota Makassar?.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Penggunaan Lahan Perkotaan dimana struktur ruang masih diasumsikan dalam *monocentric city*. Sedangkan variabel penentu dalam model ini juga *bid-rent*, bukan hanya kegiatan pertanian tetapi juga kegiatan yang

banyak terdapat di wilayah perkotaan seperti industri, perdagangan, jasa dan perumahan.

Dengan membandingkan antara *bid-rent* dengan *land-rent* yang berlaku di pasaran untuk sebidang tanah pada lokasi tertentu, akan dapat diketahui pola penggunaan yang optimal dengan melihat masing-masing "Von Thunen Ring" yang dihasilkan. Dengan demikian, akan dapat ditentukan berdasarkan jarak dari CBD, beberapa wilayah yang secara ekonomis dapat digunakan untuk kegiatan perdagangan, jasa, industri, perumahan, dan kegiatan pertanian yang sering kali masih terdapat di wilayah perkotaan yang masih kecil.

Teori Aglomerasi Pengertian ekonomi aglomerasi juga berkaitan dengan eksternalitas kedekatan geografis dari kegiatan-kegiatan ekonomi, bahwa ekonomi aglomerasi merupakan suatu bentuk dari eksternalitas positif dalam produksi yang merupakan salah satu faktor yang menyebabkan terjadinya pertumbuhan suatu kota. Sementara Markusen menyatakan bahwa aglomerasi merupakan suatu lokasi yang "tidak mudah berubah" akibat adanya penghematan eksternal yang terbuka bagi semua perusahaan yang letaknya berdekatan dengan perusahaan lain dan penyedia jasa-jasa, dan bukan akibat kalkulasi perusahaan atau para pekerja secara individual.

Menurut Sjafrizal (2012) adanya kelompok kegiatan ekonomi terkonsentrasi pada suatu lokasi tertentu merupakan karakteristik pertama dari sebuah pusat pertumbuhan. Biasanya pusat pertumbuhan berlokasi di daerah perkotaan atau daerah tertentu yang mempunyai potensi ekonomi spesifik seperti daerah pertambangan, pelabuhan, perkebunan dan lain-lain. Konsentrasi kegiatan ekonomi yang dapat berfungsi sebagai pusat pertumbuhan adalah yang dapat mendorong pertumbuhan ekonomi nasional atau paling kurang daerah sekitarnya. Selain itu terdapat keuntungan dari aglomerasi yang diperoleh bila berlokasi pada tempat tertentu, jika kegiatan ekonomi yang saling terkait satu sama lainnya terkonsentrasi pada suatu tempat tertentu.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan yaitu, observasi lapangan dan

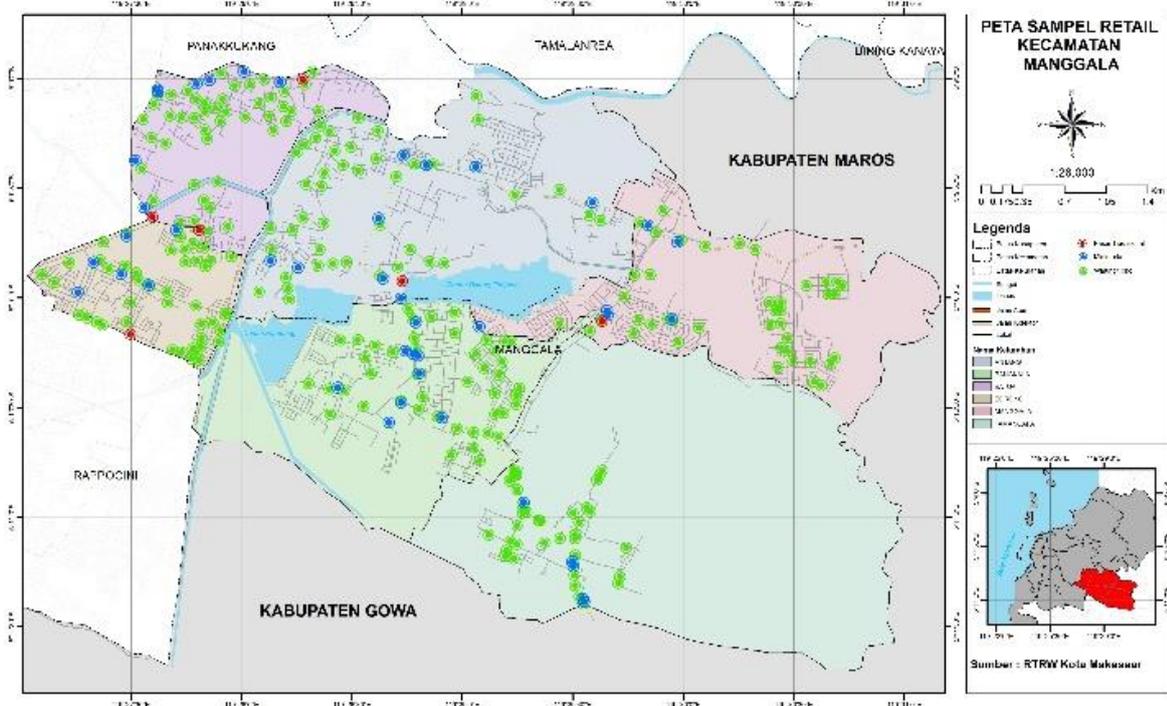
studi literatur. Data primer yang diperoleh melalui observasi berupa jumlah retail yang terdiri warung/toko, minimarket dan pasar tradisional. Data sekunder yang diperoleh dari studi literature yakni jumlah penduduk, guna lahan dan jaringan jalan.

Populasi dalam penelitian ini yaitu jumlah retail di Kec. Manggala yang terdiri dari 48 minimarket, 759

warung dan toko dan 6 pasar tradisional. Pengambilan sampel menggunakan teknik *cluster sampling* dengan ukuran menggunakan rumus slovin:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Sehingga didapatkan jumlah sampel warung/toko 262 unit, 42 unit minimarket dan 6 pasar tradisional.

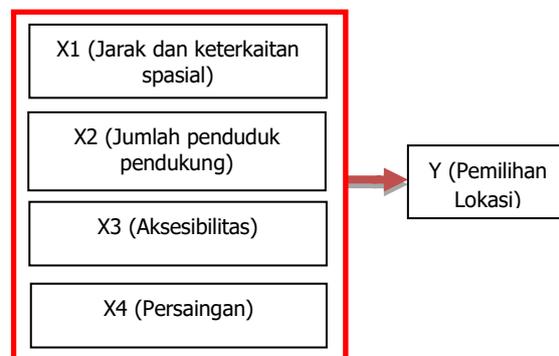


Gambar 1. Peta titik sampel
Sumber: RTRW Kota Makassar dimodifikasi oleh penulis, 2017

Dalam mengidentifikasi pola sebaran dan faktor-faktor pemilihan lokasi retail, beberapa teknik analisis data yang digunakan yaitu, analisis tetangga terdekat, *kernel density*, spasial, dan regresi berganda. Analisis tetangga terdekat digunakan untuk mengetahui bentuk pola sebaran retail itu sendiri. Input dari analisis ini adalah titik lokasi retail dengan jarak tetangga terdekatnya. Output dari analisis yakni bentuk pola sebaran yakni *cluster pattern* dan *random*. Analisis *kernel density* untuk mendapatkan hasil secara spasial dari bentuk pola persebaran retail. Input dari analisis ini adalah titik lokasi retail dan outputnya yakni daerah kepadatan retail. Analisis spasial teknik menggunakan teknik *buffer* dan *overlay* yang merupakan salah satu fasilitas perangkat lunak ArcGis.

Analisis regresi berganda digunakan untuk menguji berarti atau tidaknya hubungan variabel-variabel

independen terhadap dependen. Variabel independen yakni tingkat jarak dan keterkaitan spasial (X1), jumlah pendukung (X2), aksesibilitas (X3), persaingan (X4), sedangkan variabel dependen yakni pemilihan lokasi retail (Y).



Gambar 2. Bagan Alur Analisis Regresi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi pola sebaran retail dianalisis berdasarkan pola sebaran minimarket, warung

atau toko, dan pasar tradisional. Pola persebaran minimarket dianalisis menggunakan rumus tetangga terdekat (*nearest neighbor analysis*) dengan menghitung nilai T (indeks penyebaran tetangga terdekat) melalui formula:

$$T = \frac{ju}{jh}$$

Dimana:

T : indeks penyebaran tetangga terdekat

ju : jarak rata-rata yang diukur antara satu titik dengan titik tetangganya yang terdekat. Nilai ju diperoleh melalui penjumlahan jarak satu titik dengan titik tetangga terdekat sebesar 9,17 km.

jh : jarak rata-rata titik mempunyai pola random = $\frac{1}{2\sqrt{P}}$

P : kepadatan titik dalam tiap km² yaitu jumlah titik (N) dibagi dengan wilayah dalam km² (A), sehingga menjadi $\frac{N}{A}$

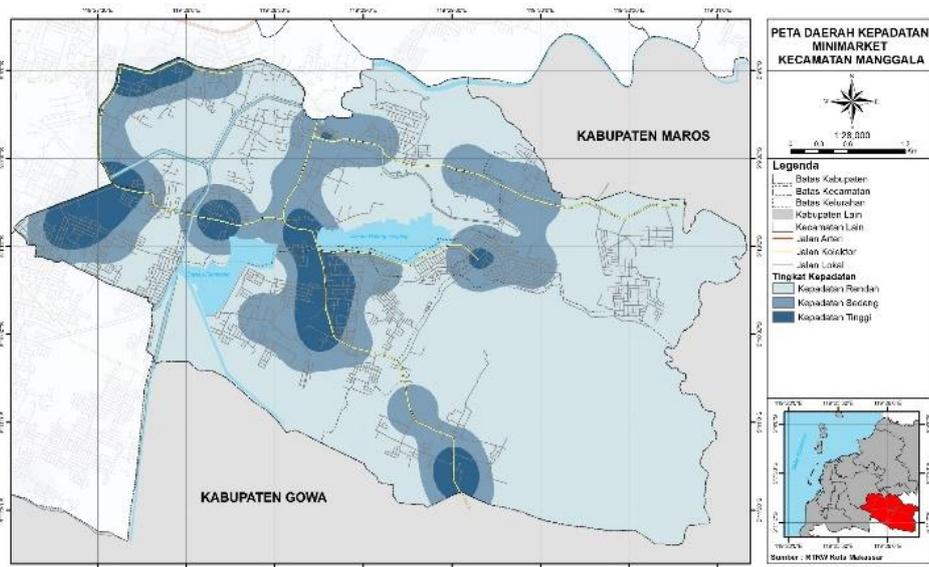
$$ju = \frac{\sum j}{\sum n} = \frac{9,17}{48} = 0,19 \text{ km}$$

$$P = \frac{\sum n}{A} = \frac{48}{21,4} = 2,24$$

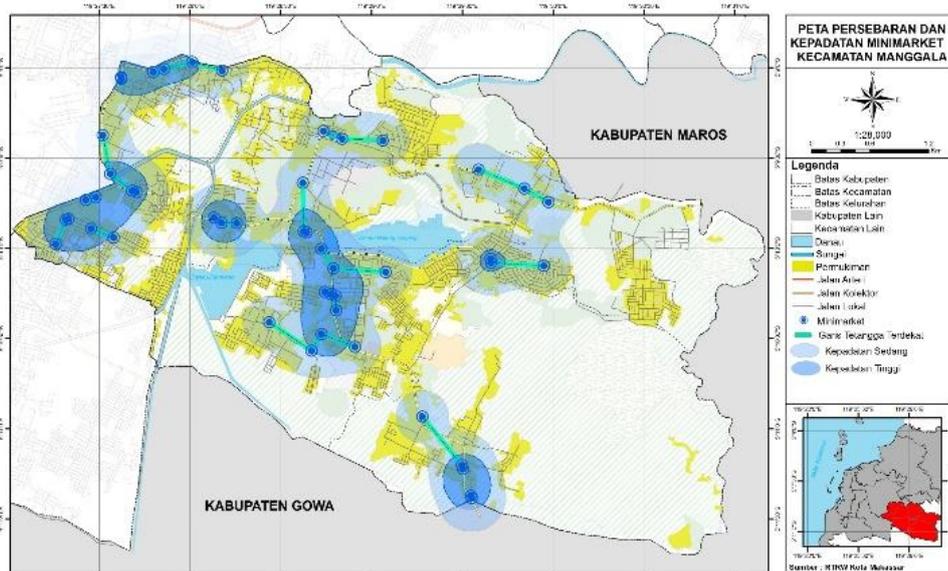
$$jh = \frac{1}{2\sqrt{P}} = \frac{1}{2\sqrt{2,24}} = 0,35$$

$$T = \frac{ju}{jh} = \frac{0,19}{0,35} = 0,54$$

Berdasarkan hasil perhitungan diketahui bahwa pola persebaran minimarket berbentuk *cluster pattern*.



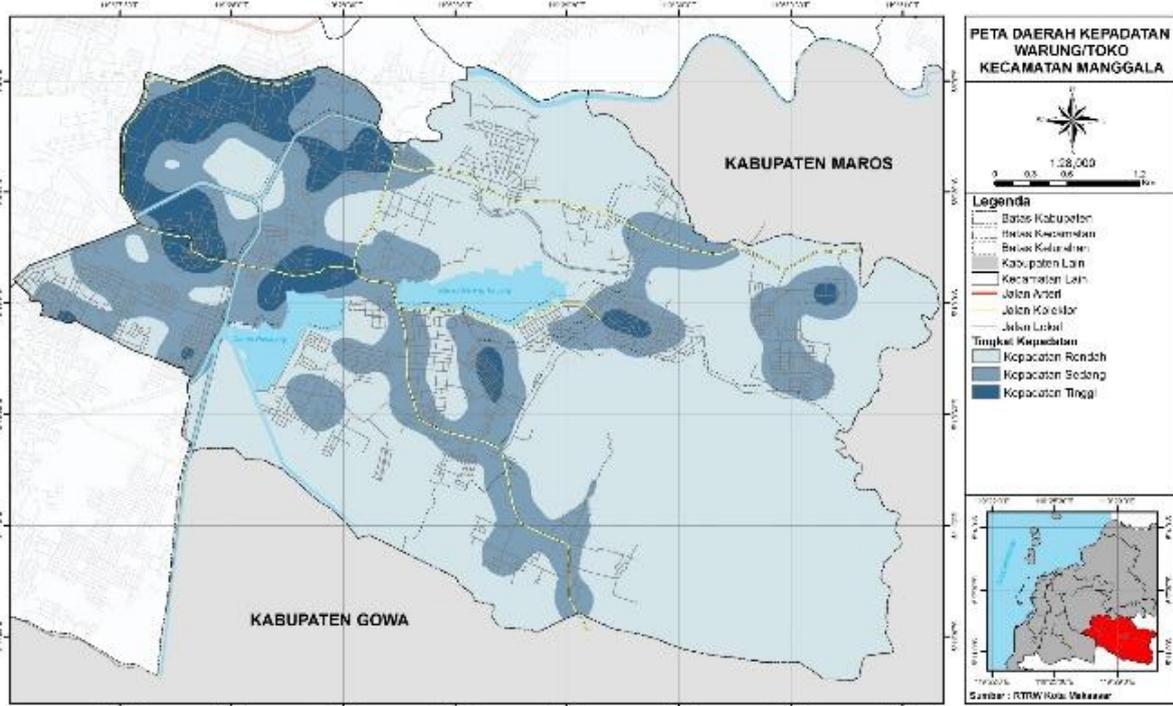
Gambar 3. Peta kepadatan minimarket
Sumber: RTRW Kota Makassar dimodifikasi oleh penulis, 2017



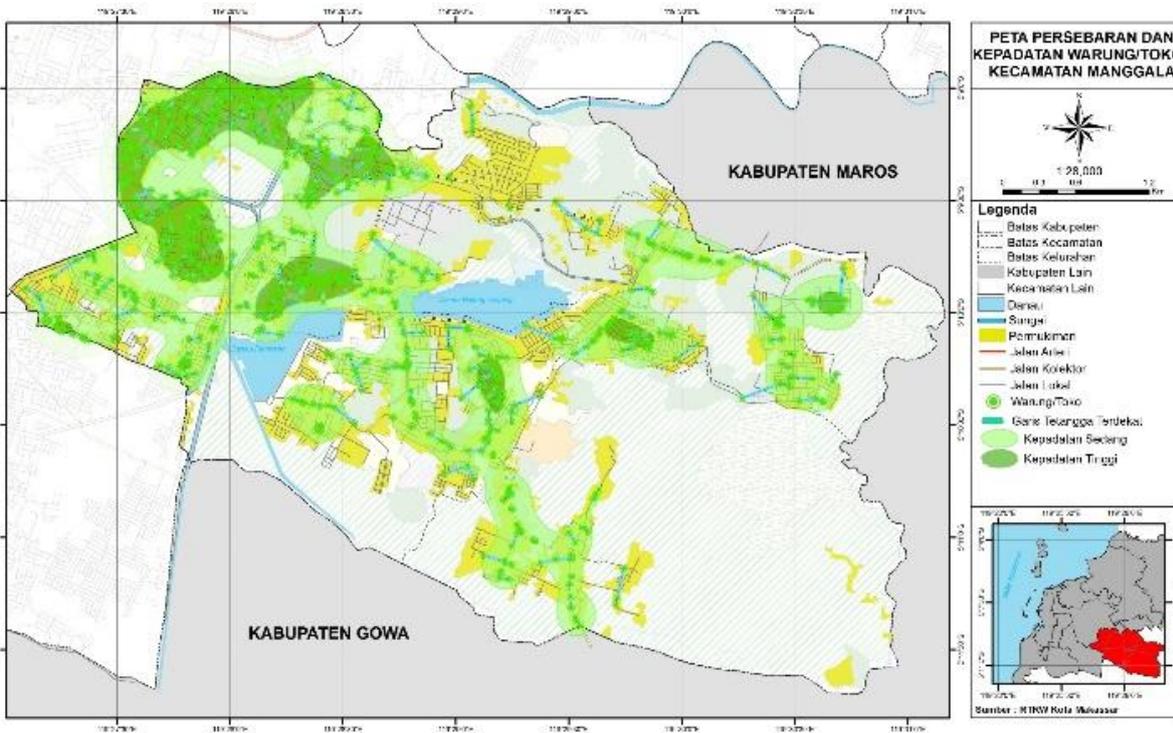
Gambar 4. Pola persebaran dan kepadatan minimarket
Sumber: RTRW Kota Makassar dimodifikasi oleh penulis, 2017

Pola sebaran warung/toko dianalisis dengan pendekatan yang sama yaitu, melalui perhitungan pola persebaran minimarket maka diketahui bahwa

nilai T pola sebaran warung/toko yakni 0,44 yang meunjukkan pola berbentuk *cluster pattern*.



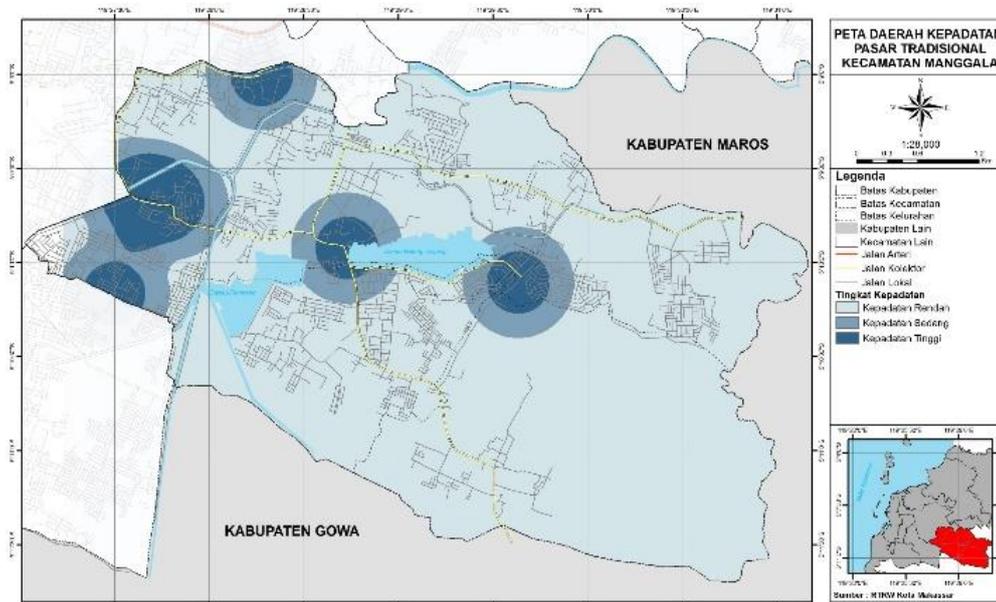
Gambar 5. Peta kepadatan warung/toko
Sumber: RTRW Kota Makassar dimodifikasi oleh penulis, 2017



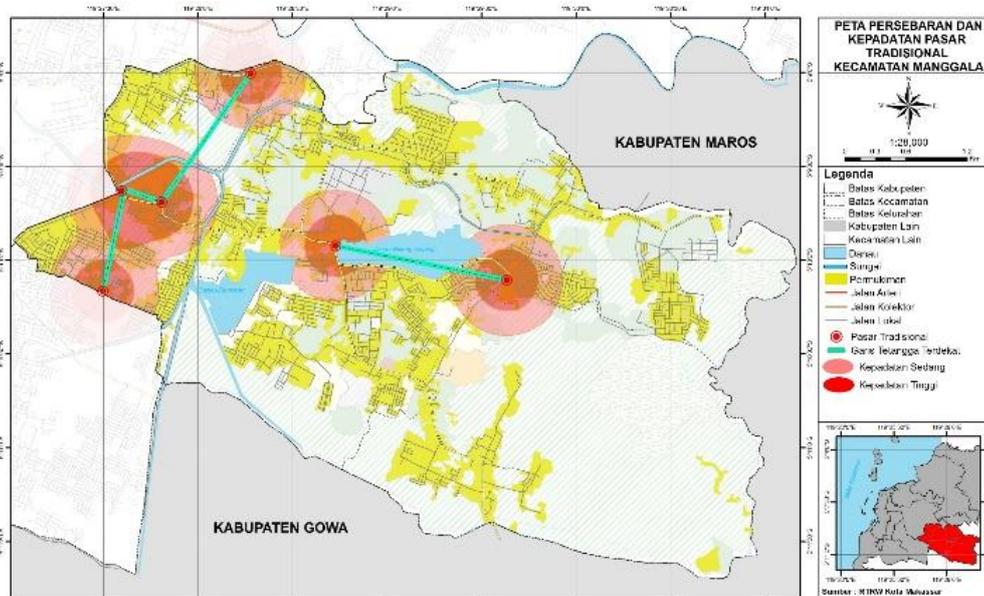
Gambar 6. Pola persebaran dan kepadatan warung/toko
Sumber: RTRW Kota Makassar dimodifikasi oleh penulis, 2017

Pola persebaran pasar tradisional menggunakan prinsip yang sama pula, dimana hasil analisis menunjukkan bahwa pola persebaran pasar

tradisional yakni *random*. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai T yakni 1,24.



Gambar 7. Peta kepadatan pasar tradisional
 Sumber: RTRW Kota Makassar dimodifikasi oleh penulis, 2017

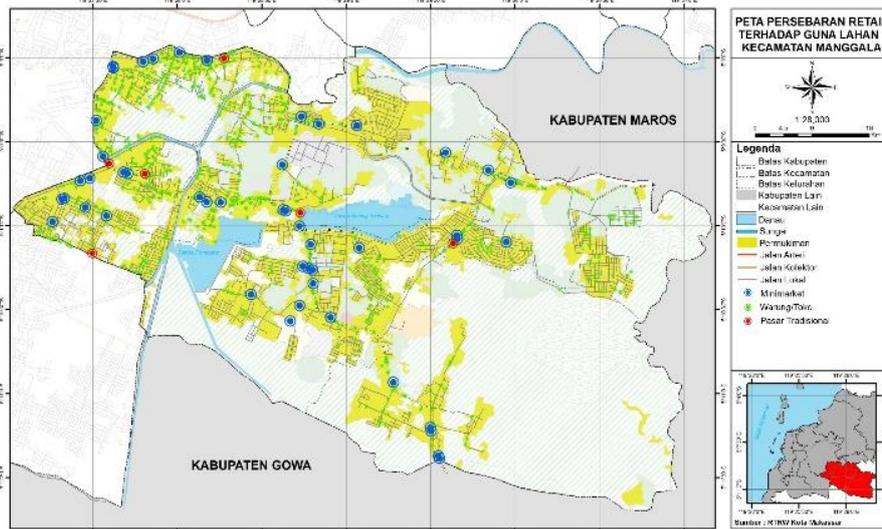


Gambar 8. Pola persebaran dan kepadatan pasar tradisional
 Sumber: RTRW Kota Makassar dimodifikasi oleh penulis, 2017

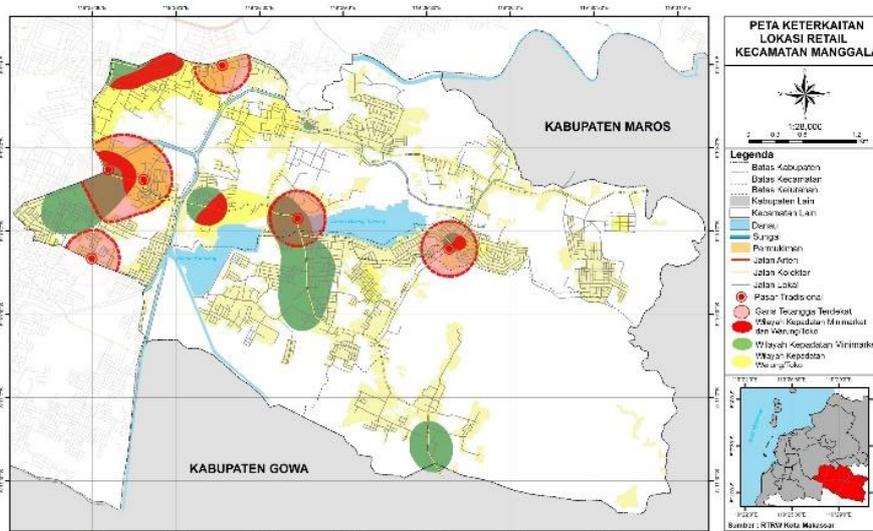
Berdasarkan perbandingan tiga pola persebaran retail tersebut diketahui bahwa minimarket dan warung/toko memiliki pola persebaran mengelompok namun dengan sasaran tujuan yang berbeda. Pengelompokan minimarket dikarenakan adanya persaingan dengan retail sejenis atau minimarket dengan *brand* yang berbeda. Sedangkan toko/warung yang berkelompok dikarenakan tingkat kemudahan membuka usaha dan sebagian besar warung/toko dekat dengan rumah pemiliknya sehingga pengelompokan tersebut tidak menimbulkan persaingan yang tajam. Berbeda dengan pasar tradisional yang

berpola *random* dan berlokasi pada pusat-pusat permukiman dan dapat dijangkau oleh konsumen sehingga tidak adanya persaingan antar pasar tradisional.

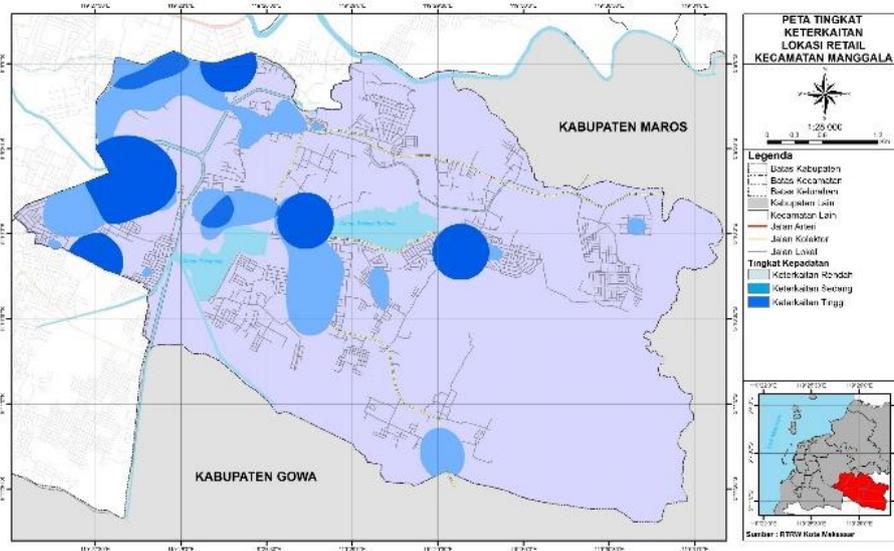
Faktor-faktor pemilihan lokasi retail yaitu, jarak dan keterkaitan spasial, jumlah pendukung penduduk, aksesibilitas, dan persaingan. Jarak dan keterkaitan spasial sarana retail dilihat berdasarkan keterkaitan kegiatan retail dengan kegiatan sekitarnya. Jarak dilihat berdasarkan lokasi retail terhadap permukiman yang merupakan pangsa pasar dari retail itu sendiri.



Gambar 9. Peta persebaran retail terhadap guna lahan
 Sumber: RTRW Kota Makassar dimodifikasi oleh penulis, 2017



Gambar 10. Peta keterkaitan lokasi persebaran retail terhadap guna lahan
 Sumber: RTRW Kota Makassar dimodifikasi oleh penulis, 2017



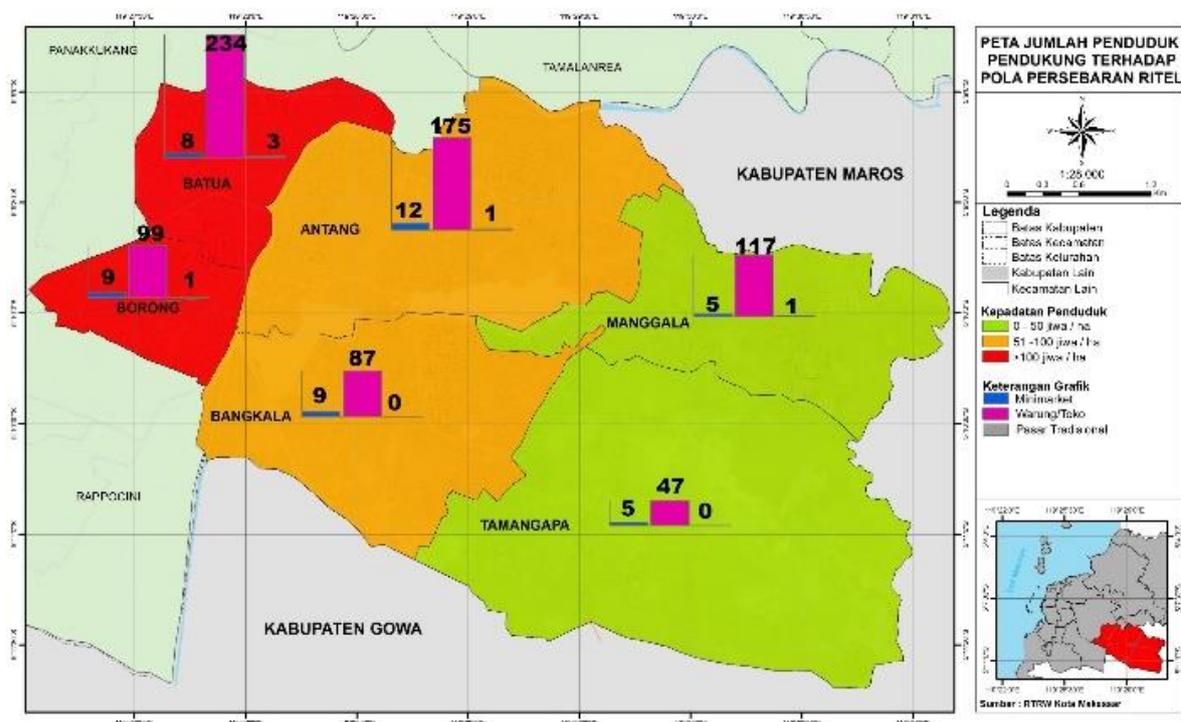
Gambar 11. Peta tingkat keterkaitan lokasi persebaran retail terhadap guna lahan
 Sumber: RTRW Kota Makassar dimodifikasi oleh penulis, 2017

Pasar tradisional menjadi pusat kegiatan dan menjadi daya tarik untuk kegiatan retail. Sebagian besar minimarket maupun warung/toko berlokasi pada sekitar pasar tradisional. Hal tersebut karena konsumen yang berbelanja terkonsentrasi pada lokasi dimana terdapat banyak retail. Dengan begitu maka daya tarik konsumen untuk berbelanja pada lokasi tersebut semakin tinggi. Keterkaitan spasial dengan pasar tradisional juga memberikan keuntungan untuk retail dikarenakan menekan biaya pemasaran. Lokasi yang berada dekat dengan pasar tradisional secara langsung memasarkan usaha retail mereka karena pasar telah ada pada lokasi mereka.

Lokasi warung/toko mendominasi pada daerah yang memiliki tingkat keterkaitan spasial rendah atau sedang. Sehingga sebagian besar warung/toko berkelompok dengan retail sejenisnya ataupun dengan minimarket. Adapun warung/toko yang berada pada tingkat keterkaitan spasial rendah berlokasi pada daerah yang memiliki fungsi guna lahan permukiman yang minim. Berbeda dengan minimarket yang sebagian besar berada pada lokasi yang memiliki tingkat keterkaitan

spasial sedang yang berlokasi dengan kegiatan retail sejenis ataupun warung/toko. Minimarket juga berlokasi pada daerah yang memiliki tingkat keterkaitan spasial tinggi yakni berkelompok pada daerah niaga atau pasar tradisional. Hal tersebut memperlihatkan bahwa minimarket menyerap keuntungan aglomerasi dengan maksimal sedangkan warung/toko yang tersebar di keterkaitan rendah, sedang dan tinggi sehingga penyerapan keuntungan aglomerasi relatif kecil.

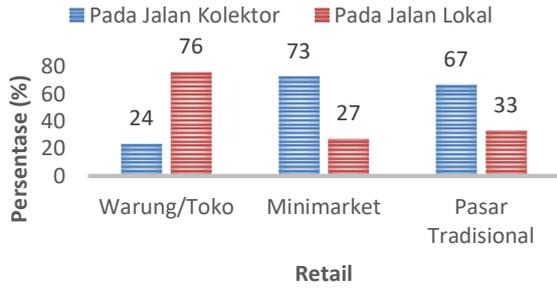
Kecamatan Manggala memiliki fasilitas retail sebanyak 816 unit. Retail tersebut terdiri dari 48 unit minimarket berjejeran, 3 unit minimarket milik perorangan, 6 pasar tradisional dan 759 warung atau toko. Pada perhitungan kebutuhan sarana warung atau toko membutuhkan jumlah penduduk pendukung 250 jiwa per unit. Untuk sarana perdagangan pasar tradisional membutuhkan jumlah penduduk 30.000 jiwa. Berdasarkan perbandingan jumlah penduduk pendukung dengan jumlah retail diketahui pada kelurahan dengan jumlah penduduk yang tinggi berbanding lurus dengan konsentrasi permintaan.



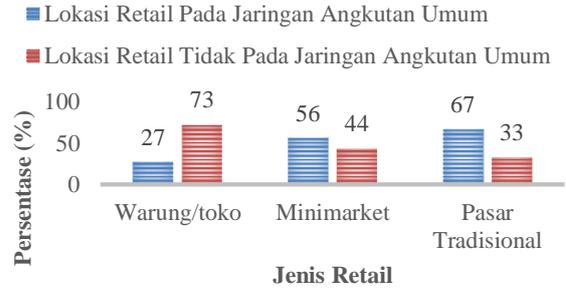
Gambar 12. Peta jumlah penduduk pendukung terhadap pola persebaran ritel Kecamatan Manggala
 Sumber: RTRW Kota Makassar dimodifikasi oleh penulis, 2017

Selanjutnya, tingkat aksesibilitas retail berkaitan dengan kemudahan pencapaian lokasi retail itu sendiri. Oleh karena itu, aksesibilitas sangat

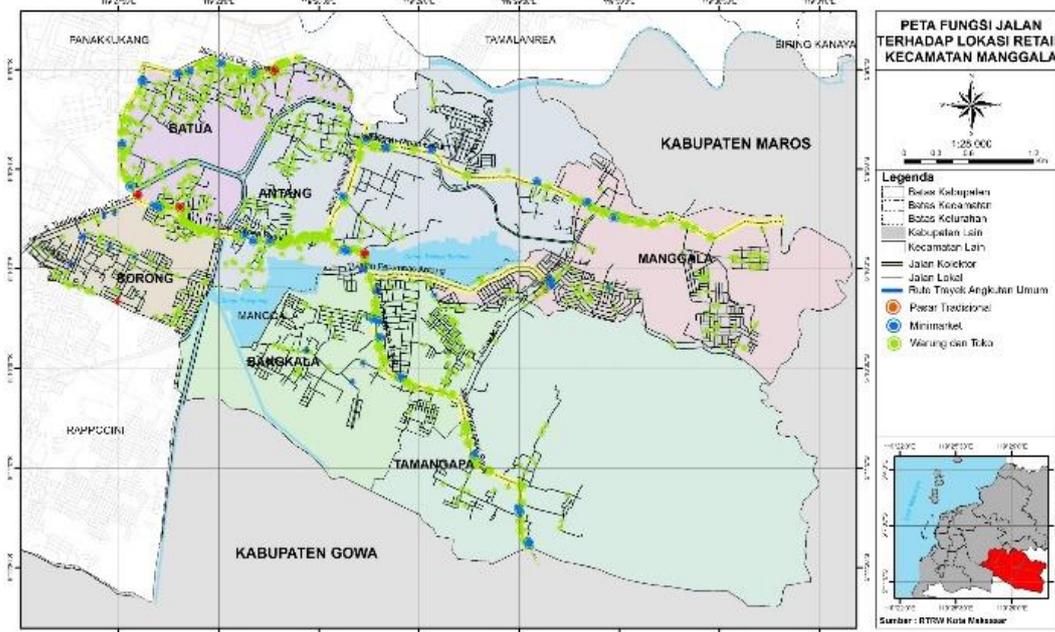
berkaitan dengan fungsi jalan dan kedekatan dengan angkutan umum.



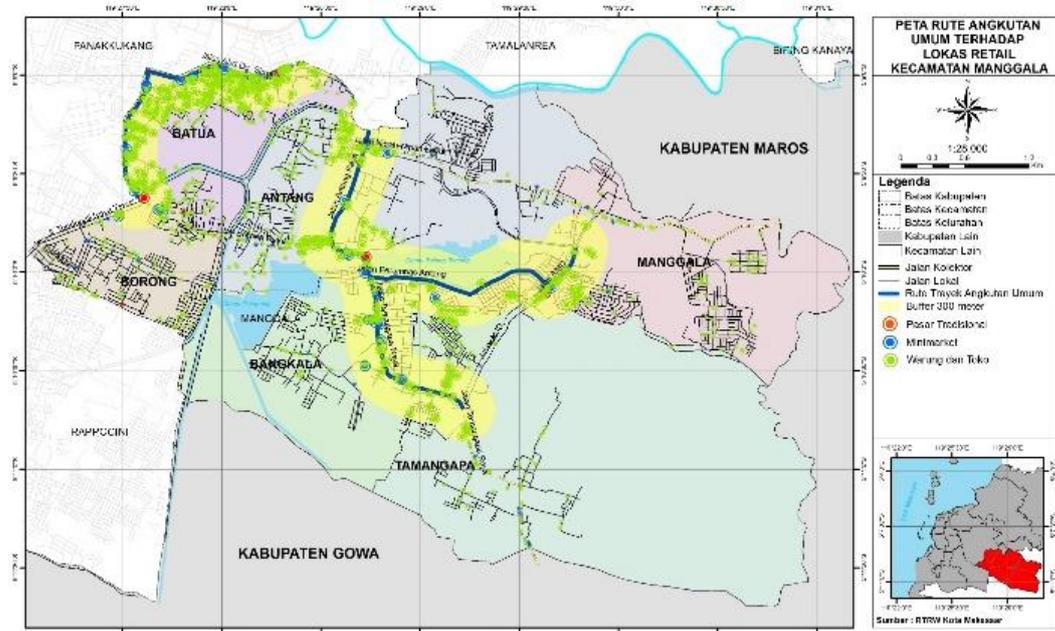
Gambar 13. Persentase lokasi retail terhadap jaringan angkutan umum



Gambar 14. Persentase lokasi retail terhadap jaringan angkutan umum



Gambar 15. Peta jalan kolektor terhadap lokasi retail
 Sumber: RTRW Kota Makassar dimodifikasi oleh penulis, 2017

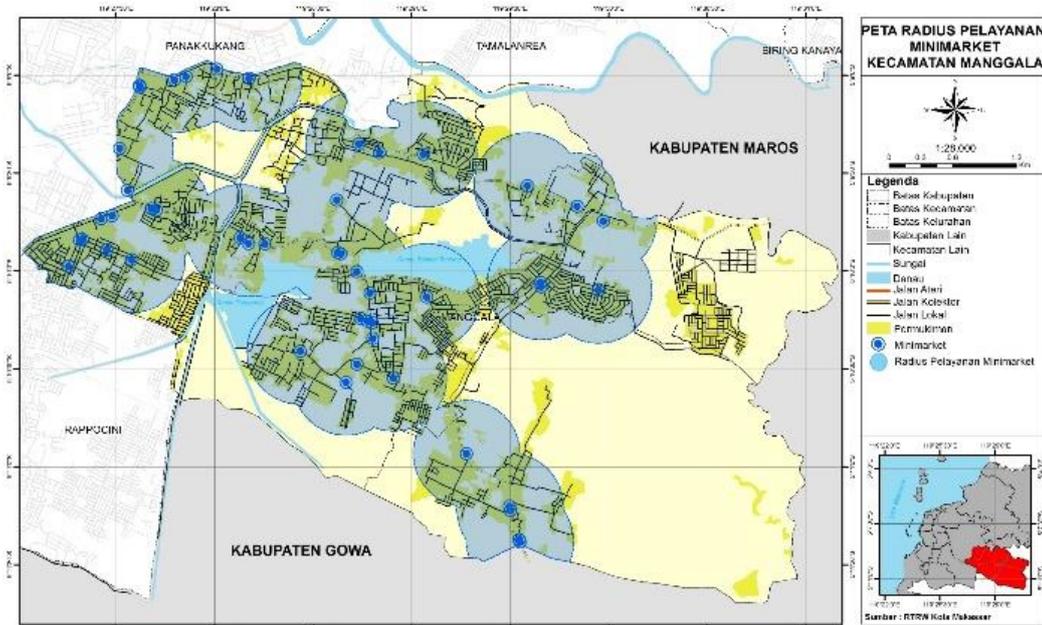


Gambar 16. Peta aksesibilitas lokasi retail
 Sumber: RTRW Kota Makassar dimodifikasi oleh penulis, 2017

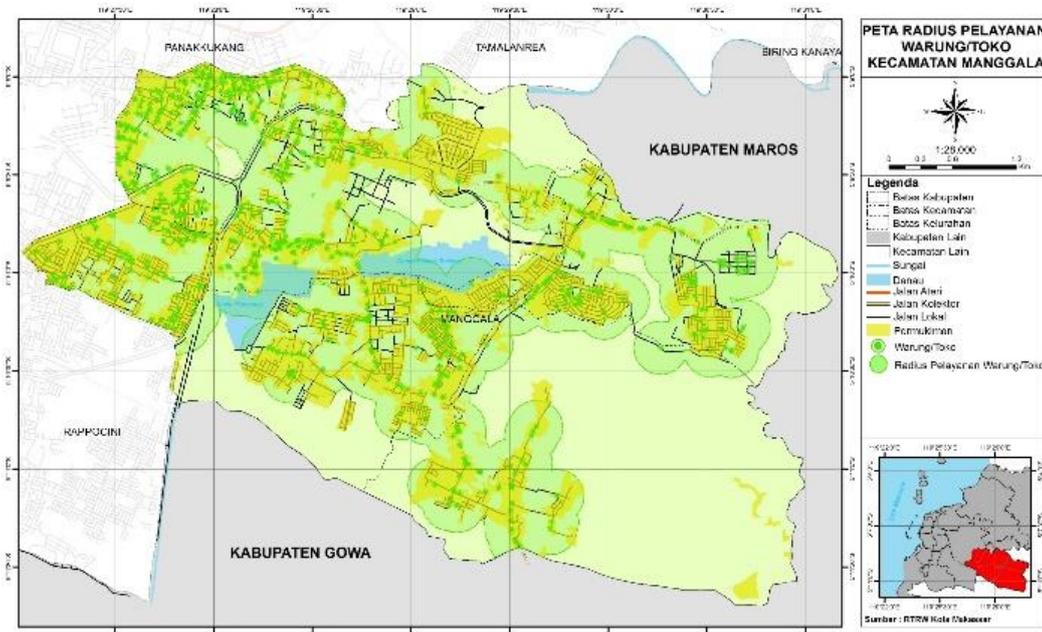
Jenis retail modern yang mendominasi yakni minimarket dengan jumlah 35 unit, diman 13 unit berada pada jalan kolektor. Selanjutnya, terdapat 4 unit pasar tradisional berada pada jalan kolektor dan 2 unit berlokasi di jalan lokal. Lokasi retail dengan jenis warung/toko berjumlah 578 unit mendominasi berlokasi pada jalan lokal. Pemilihan lokasi minimarket dan pasar tradisional lebih memperhatikan kondisi aksesibilitas lokasi sehingga dapat dengan mudah ditempuh oleh kendaraan. Pemilihan lokasi warung/toko yang melayani kebutuhan masyarakat dalam skala kecil

juga dapat ditempuh oleh konsumen dengan berjalan kaki.

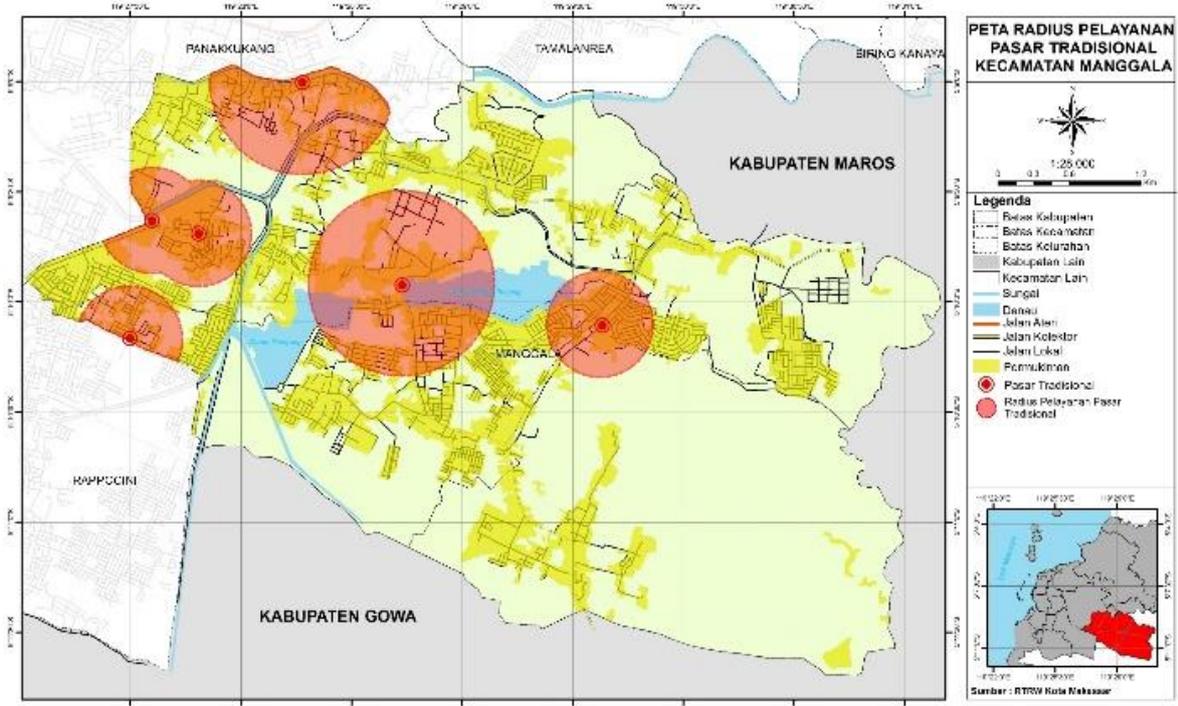
Tingkat persaingan sarana perdagangan dilihat berdasarkan jangkauan pelayanan. Masing-masing fasilitas perdagangan yaitu minimarket, warung dan toko serta pasar tradisional memiliki jangkauan pelayanan yang berbeda-beda. Jangkauan pelayanan warung/toko memiliki jangkauan terkecil yaitu dengan radius 300 m, 500 m serta pasar tradisional darurat resmi 400 m dan pasar tidak resmi 700 m.



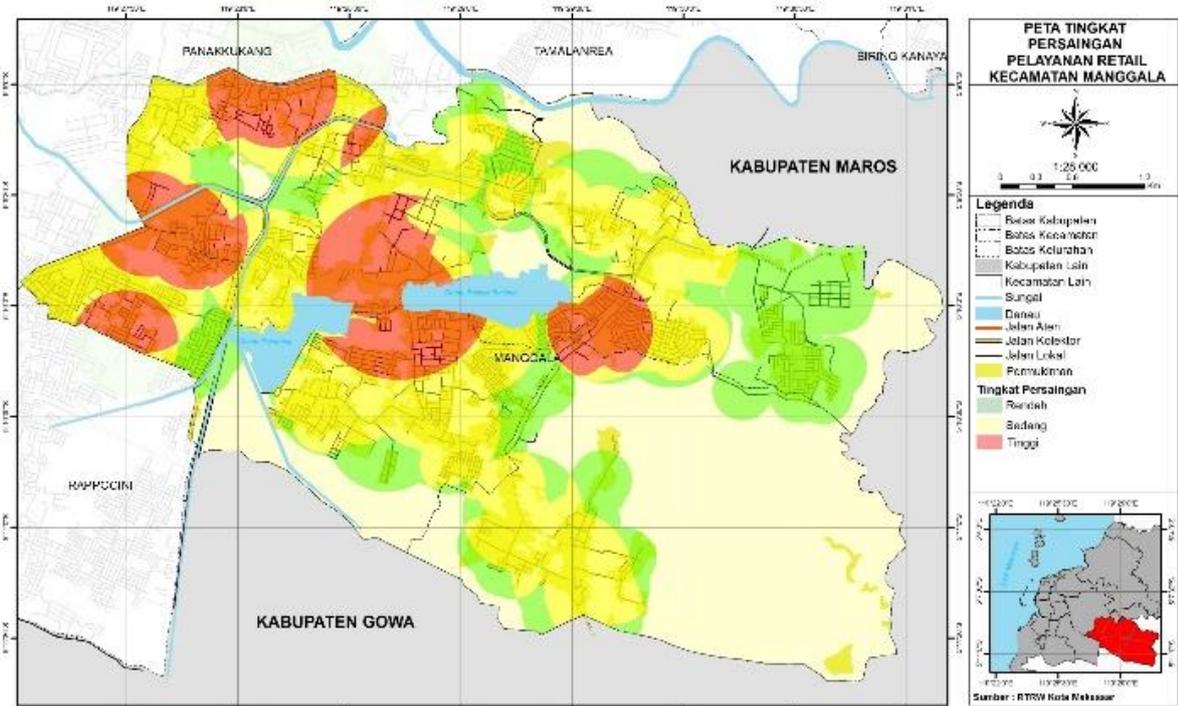
Gambar 17. Peta radius pelayanan minimarket
Sumber: RTRW Kota Makassar dimodifikasi oleh penulis, 2017



Gambar 18. Peta radius pelayanan warung/toko
Sumber: RTRW Kota Makassar dimodifikasi oleh penulis, 2017



Gambar 19. Peta radius pelayanan pasar tradisional
Sumber: RTRW Kota Makassar dimodifikasi oleh penulis, 2017



Gambar 20. Peta daerah tingkat persaingan pelayanan Kecamatan Manggala
Sumber: RTRW Kota Makassar dimodifikasi oleh penulis, 2017

Berdasarkan uraian mengenai faktor-faktor pemilihan lokasi retail pada Kecamatan Manggala diketahui bahwa sebagian besar retail dengan jenis warung/toko, minimarket dan pasar tradisional memilih sasaran lokasi yang berbeda dalam mengembangkan usaha. Sebagian besar minimarket dan pasar tradisional memilih lokasi

yang strategis yang dapat melayani masyarakat secara makro sedangkan warung/toko tersebar diberbagai lokasi hanya untuk memenuhi kebutuhan penduduk sekitarnya. Penjelasan gabungan mengenai lokasi retail berdasarkan faktor-faktor pemilihan lokasi retail sebagai berikut:

Tabel 1. Faktor-faktor pemilihan lokasi retail

Faktor-faktor	Warung/Toko			Minimarket			Pasar Tradisional		
	R	S	T	R	S	T	R	S	T
Tingkat jarak dan keterkaitan spasial	287	272	200	13	20	15	0	0	6
Tingkat kepadatan penduduk	164	262	333	10	21	17	1	1	4
Tingkat aksesibilitas	475	76	208	9	12	27	1	1	4
Tingkat persaingan	99	344	316	0	30	18	0	0	6

Keterangan :

R : Rendah S : Sedang T : Tinggi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.906 ^a	.820	.818	.263

a. Predictors: (Constant), Tingkat Persaingan (X4), Tingkat Aksesibilitas (X3), Tingkat Kepadatan Penduduk (X2), Tingkat Keterkaitan Spasial (X1)

Gambar 21. Hasil uji regresi (koefisien determinasi)

Pada gambar dapat dilihat bahwa nilai Adjusted R² adalah sebesar 0.818 yang berarti bahwa variabel *independent* dapat menjelaskan variabel *dependent* (lokasi retail) sebesar 81% sedangkan sisanya ditinggalkan oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Hasil dari pola sebaran retail, faktor-faktor yang mempengaruhi dan uji faktor maka terdapat ide pengembangan retail agar tidak saling merugikan antara retail jenis minimarket, warung/toko dan pasar tradisional. Ide pengembangan tersebut yaitu: 1) pembangunan retail khususnya retail modern harus memperhatikan adanya sarana perniagaan lain disekitarnya; 2) adanya pembatasan jumlah pengembangan retail per kelurahan; 3) pemberian izin bersyarat, terbatas dan diperbolehkan pada wilayah kelurahan. Pemberian izin tersebut berdasarkan aspek luas wilayah, jumlah penduduk dan jumlah sarana retail itu sendiri; 4) pengembangan pasar tradisional di Kelurahan yang belum tercakup dalam jangkauan pasar tradisional; dan 5) revitalisasi pasar tradisional agar tidak kalah bersaing dari retail modern.

KESIMPULAN

Pola persebaran retail dengan jenis warung/toko dan minimarket memiliki pola berkelompok (*cluster pattern*), sedangkan pola persebaran pasar tradisional cenderung menyebar (*random pattern*). Pengelompokan minimarket jika dilihat secara spasial berlokasi pada daerah tertentu. Terdapat 17 kelompok minimarket yang tersebar dan rata-rata kelompok tersebut terdiri dari 3-4 minimarket

dan 2 minimarket. Sangat jarang minimarket memiliki jarak yang cukup jauh dari minimarket lainnya hal tersebut karena adanya persaingan dan keuntungan dari aglomerasi. Pengelompokan warung/toko pada kantong-kantong permukiman pada jalan-jalan lokal hal tersebut dikarenakan karakteristik pemilihan lokasi warung/toko yang bersifat bebas. Pasar Tradisional sendiri memiliki pola menyebar karna harus melayani permukiman dalam skala lebih luas.

Faktor-faktor lokasi retail pada Kecamatan Manggala diketahui bahwa sebagian besar retail dengan jenis warung/toko, minimarket dan pasar tradisional memilih sasaran lokasi yang berbeda dalam mengembangkan usaha. Sebagian besar minimarket dan pasar tradisional memilih lokasi yang strategis yang dapat melayani masyarakat secara makro sedangkan warung/toko tersebar diberbagai lokasi hanya untuk memenuhi kebutuhan penduduk sekitarnya. Faktor yang paling berpengaruh dalam pemilihan lokasi retail yakni aksesibilitas dikarenakan walaupun jarak retail tersebut jauh namun berada pada akses yang baik maka konsumen akan lebih condong terhadap retail tersebut dan faktor kedua yakni tingkat persaingan. Setelah faktor pemilihan lokasi retail dilakukan pengujian pengaruh faktor dengan regresi linier berganda, diketahui bahwa faktor tersebut berpengaruh sebesar 81% terhadap pemilihan lokasi retail. Pemilihan lokasi minimarket dominan pada daerah yang memiliki lokasi strategis dan begitupun dengan pemilihan lokasi pasar tradisional. Berbeda dengan warung yang pada semua aspek faktor lokasi merata pada tingkat rendah, sedang maupun tinggi. Karena lokasi minimarket yang strategis dan dengan jumlah yang cukup banyak maka dikhawatirkan terjadi pengalihan berbelanja masyarakat dari warung/toko dan pasar tradisional. Hal tersebut cukup mengancam keberadaan retail-retail yang

bersifat tradisional. Oleh karena itu, diberikan tambahan ide pengembangan retail agar tidak merugikan satu dengan yang lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Fahadhillah, S. (2013). *Aplikasi Sistem Informasi Geografis (SIG) untuk Evaluasi Sebaran Lokasi Stasiun Pelayanan Bahan Bakar Umum (SPBU) di Kota Kudus*. Skripsi. Semarang: Universitas Negeri Semarang. Website: <http://lib.unnes.ac.id/19963/1/3250408030.pdf> (akses terakhir 22 Agustus 2017).
- Indriaty (2010). *Analisis Pengaruh Tingkat Kualitas Pelayanan Jasa Puskesmas Terhadap Kepuasan Pasien*. Skripsi. Semarang: Universitas Diponegoro. Website: http://eprints.undip.ac.id/23165/1/SKRIPSI_dewi.pdf (akses terakhir 22 Agustus 2017).
- Ma'ruf, Amar (2016). *Evaluasi Pola Persebaran Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum SPBU di Kota Makassar*.
- Peraturan Daerah Kota Makassar Nomor 15 Tahun 2009 tentang *Perlindungan, Pembedayaan Pasar Tradisional*. Website: <http://makassar.bpk.go.id/wp-content/uploads/2010/11/PERDA-NO.-15-TAHUN-2009-PASAR-TRADISIONAL-DAN-MODERN.pdf> (akses terakhir 22 Agustus 2017).
- Peraturan Menteri Pekerjaan Umum Nomor: 19/PRT/M/2011 tentang *Persyaratan Teknis Jalan dan Kriteria Perencanaan Teknis Jalan*. Website: <http://birohukum.pu.go.id/uploads/DPU/2011/PermenPU19-2011.pdf> (akses terakhir 22 Agustus 2017).
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 34 Tahun 2006 tentang *Jalan*. Website: <https://pelayanan.jakarta.go.id/download/regulasi/peraturan-pemerintah-nomor-34-tahun-2006-tentang-jalan.pdf> (akses terakhir 22 Agustus 2017).
- Peraturan Pemerintah Nomor 112 tahun 2007 tentang *Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern*. Website: <http://www.bphn.go.id/data/documents/07pr112.pdf> (akses terakhir 22 Agustus 2017).
- Rachman dan Dendy Syaiful (2010). *Analisis Kiat Toko Tradisional (Warung) Untuk Bertahan Ditengah Maraknya Minimarket (Toko Modern)*. Jurnal. Universitas Widyatama. Website: <https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/4987/yoga%20tantular.pdf?sequence=1> (akses terakhir 22 Agustus 2017).
- Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) Kota Makassar Tahun 2005-2015.
- Setyo, Marino (2012). *Kajian Perkembangan dan Lokasi Minimarket di Kawasan Tambalang*. Jurnal. Semarang: Universitas Diponegoro. Website: <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/pwk/article/download/17623/12554> (akses terakhir 22 Agustus 2017).
- Setyawarman (2009). *Pola Sebaran dan Faktor-Faktor Pemilihan Retail Modern Studi Kasus Kota Surakarta*. Tesis. Semarang: Universitas Diponegoro. Website: http://eprints.undip.ac.id/24296/1/ADITYO_SETYAWARMAN.pdf (akses terakhir 22 Agustus 2017).
- Sjafrizal (2012). *Ekonomi Wilayah dan Perkotaan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- SNI 03-1733-2004 tentang *Tata Cara Perencanaan Lingkungan Perumahan di Perkotaan*. Website: <http://johannes.lecture.ub.ac.id/files/2012/10/Tata-Cara-Perencanaan-Lingkungan-Perumahan-di-Perkotaan--SNI-03-1733-2004.pdf> (akses terakhir 22 Agustus 2017).
- Susanto, Reza dan Muhammad Yusuf (2010). *Identifikasi Karakteristik Pasar Tradisional di Wilayah Jakarta Selatan (Studi Kasus: Pasar Cipulir, Pasar Kebayoran Lama, Pasar Bata Putih, dan Pasar Santa)*. Jurnal. Jakarta: Universitas Esa Unggul.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 34 Tahun 2004 tentang *Jalan*. Website: http://www.dpr.go.id/dokblog/dokumen/F_20150616_4760.PDF (akses terakhir 22 Agustus 2017).