

ANALISIS KESESUAIAN LOKASI DAN PREFERENSI MASYARAKAT TERHADAP MINIMARKET DI KECAMATAN PONTIANAK KOTA

Aziyati Indraswari¹, Firsta Rekayasa², Riska A. Ayuningtyas²

¹ Mahasiswa Jurusan Perencanaan Wilayah dan Kota Fakultas Teknik Universitas Tanjungpura,

² Dosen Jurusan Perencanaan Wilayah dan Kota Fakultas Teknik Universitas Tanjungpura

Abstrak

Minimarket di Kecamatan Pontianak Kota mengalami perkembangan ditandai dengan adanya minimarket waralaba, dimana lokasi minimarket tersebut pada umumnya terletak di pusat keramaian dan cenderung berdekatan dengan minimarket lainnya. Hal ini dapat mengakibatkan timbulnya persaingan antar minimarket dan dapat mempengaruhi preferensi masyarakat di Kecamatan Pontianak Kota. Penelitian ini bertujuan untuk mengklasifikasikan persebaran dan memetakan minimarket waralaba dan non-waralaba di Kecamatan Pontianak Kota, menganalisis kesesuaian lokasi dan preferensi masyarakat dalam berbelanja di kedua minimarket tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan teknik analisis buffer menggunakan aplikasi ArcGIS dan skoring untuk menganalisis kesesuaian lokasi, selanjutnya menganalisis preferensi masyarakat menggunakan analisis distribusi frekuensi dan skoring untuk mengetahui penilaian responden terhadap kinerja minimarket waralaba dan non-waralaba. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pertumbuhan minimarket di Kecamatan Pontianak Kota ditandai dengan menjamurnya minimarket berjenis waralaba yang didominasi Indomaret dan Alfamart yang berjumlah 33 unit dan 39 unit minimarket non-waralaba. Pertumbuhan yang terjadi mengakibatkan kesesuaian lokasi kedua jenis minimarket termasuk dalam kategori sedang karena berdekatan dengan minimarket lain dan kepadatan penduduk rendah. Hal tersebut berpengaruh pada preferensi masyarakat dengan hasil penilaian yang lebih unggul terhadap minimarket waralaba, terutama dalam manajemen dan fasilitas yang diberikannya dan dapat diasumsikan terjadinya persaingan antar minimarket.

Kata Kunci: *minimarket, kesesuaian lokasi, preferensi masyarakat*

Abstract

[Analyze of Location Suitability and Society Preference About Minimarkets in Pontianak Kota Subdistric]
Minimarket in Pontianak Kota Sub-District has developed marked by the existence of minimarkets franchise, where the location of the minimarkets generally located in the downtown and close to the other minimarkets. This can lead competition between minimarket and can have an affect society preferences in Pontianak Kota Sub-District. This research for classifying the distribution and mapping of minimarkets franchise and non-franchise in Pontianak Kota Sub-District, analyze location suitability and society preference for shopping at the two type of minimarkets. The research uses a quantitative approach, with the buffer analysis techniques in ArcGIS application and scoring to determine the suitability of location, and next scoring further with frequency distribution analysis to find out respondents assessment of performance from minimarkets franchises and non-franchises based on society preferences. Results from the research show that the growth of minimarkets in Pontianak Kota Sub-District are characterized by the proliferation type of minimarket franchises, that was dominated by Indomaret and Alfamart wich amounted to 33 units and 39 units minimarket non-franchises. The growth results of the location suitability between minimarkets is included in the medium category, because adjacent to other minimarkets especially minimarkets non-franchised with low population density. It affects society preferences based on the questionnaire collection result with a superior assessment of minimarket franchises, especially in the management and facilities provides and it can be asumed has competition between minimarkets.

Keywords : *minimarkets, location suitability, society preferences*

1. Pendahuluan

Usaha perdagangan dikalangan masyarakat mengalami peningkatan begitu juga dengan

meningkat dan begitu juga pada kegiatan perdagangan dan jasa yang berkembang menjadi *minimarket*. Hal ini mendorong munculnya *minimarket* waralaba yang terus berinovasi, seiring dengan perkembangan perekonomian, teknologi, dan gaya hidup masyarakat, sehingga terdapat dua jenis *minimarket* yaitu waralaba dan non-waralaba.

Berdasarkan RTRW Kota Pontianak tahun 2013, kawasan perdagangan dan jasa adalah kawasan yang fungsi utamanya menunjang kegiatan perdagangan, jasa dan perkantoran skala regional dan kota. Kawasan

^{*)} Penulis Korespondensi.

Aziyati Indraswari

E-mail: aziyati1397@gmail.com

pertumbuhan penduduk, sehingga 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).

Lokasi *minimarket* waralaba yang berkembang di Kecamatan Pontianak Kota pada umumnya terletak di pusat keramaian dan cenderung berdekatan dengan *minimarket* non-waralaba. Hal ini dapat mengakibatkan timbulnya persaingan antar *minimarket* dan dapat mempengaruhi preferensi masyarakat dalam memilih lokasi belanja, khususnya di Kecamatan Pontianak Kota. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kesesuaian lokasi *minimarket* waralaba dan non-waralaba berdasarkan peraturan pemerintah, selanjutnya menganalisis preferensi masyarakat dalam berbelanja dari adanya peningkatan kualitas layanan yang diberikan di Kecamatan Pontianak Kota. Berdasarkan keterangan diatas, dilakukanlah penelitian dengan cara :

- 1) Terklasifikasi dan terpetakan sebaran *minimarket* waralaba dan *minimarket* non-waralaba di Kecamatan Pontianak Kota.
- 2) Teranalisis kesesuaian lokasi *minimarket* di Kecamatan Pontianak Kota dari peraturan terkait.
- 3) Teranalisis faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam menentukan *minimarket* sebagai tempat berbelanja berdasarkan preferensi konsumen.

2. Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif berdasarkan pengumpulan data dari angka-angka yang telah diolah dan dianalisis terkait dengan pembahasan penelitian, yaitu kesesuaian lokasi dan preferensi masyarakat. Cara pengumpulan data dalam penelitian dengan cara primer yaitu dengan observasi dan kuesioner. Observasi dilakukan untuk melihat persebaran lokasi *minimarket* yang ada, dan melihat perkembangan kawasan permukiman di Kecamatan Pontianak Kota. Kuesioner disebarkan kepada responden yang sedang berbelanja di *minimarket* waralaba yaitu, Indomaret dan Alfamart di Kecamatan Pontianak Kota dengan sampel sebanyak 104 responden menggunakan *simple random sampling*.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini disesuaikan dengan sasaran penelitian, yaitu :

- 1) Terklasifikasi dan terpetakan sebaran *minimarket* di Kecamatan Pontianak Kota berdasarkan variabel lokasi absolut dan relatif,
- 2) Teridentifikasi kesesuaian lokasi *minimarket* di Kecamatan Pontianak Kota dengan mengumpulkan data dan hasil amatan berdasarkan indikator yang telah ditentukan,
- 3) Menganalisis faktor yang mempengaruhi konsumen dalam menentukan tempat berbelanja berdasarkan preferensi masyarakat yang dilihat dari data dan jawaban responden untuk mengetahui karakteristik yang mempengaruhi masyarakat dalam berbelanja.

Variabel tersebut akan dianalisis dengan beberapa teknik analisis, diantaranya yaitu :

- 1) Pemetaan dengan aplikasi ArcGIS yang berfungsi untuk mengolah peta dengan melakukan digitasi titik lokasi sebaran *minimarket* waralaba dan non-waralaba serta mengukur luasan bangunannya. Penggunaan aplikasi ArcGIS yang kedua untuk mengolah guna lahan eksisting dan menganalisis kesesuaian lokasi dengan cara digitasi dan menganalisis menggunakan analisis *buffer*.
- 2) Analisis skoring merupakan analisis dengan memberikan penilaian terukur secara kuantitatif kepada setiap pilihan variabel. Perhitungan tersebut dengan menggunakan skala untuk dapat menghasilkan rekomendasi terbaik (Amelia, 2015). Analisis skoring dalam penelitian dilakukan dengan cara memberikan skor 0 adalah tidak sesuai, 1 adalah sesuai. Rumus yang digunakan untuk analisis skoring yaitu:

$$\text{rentang klasifikasi} = \frac{(\text{nilai tertinggi} - \text{nilai terendah})}{\text{jumlah kategori}}$$

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

Tabel 1. Ketentuan Pembobotan Kesesuaian Lokasi (Kajian Literatur, 2019)

Sub Variabel	Dasar Teori	Bobot
Kepadatan penduduk Lanjutan Tabel 1.	<ul style="list-style-type: none"> • Peraturan Menteri Perdagangan No. 70/M-DAG/PER/12/2013 • Peraturan Daerah Kota Pontianak No. 2 tahun 2017 	2
Luas lahan	<ul style="list-style-type: none"> • SNI 03-1733-2004 	1
Radius antar minimarket	<ul style="list-style-type: none"> • SNI 03-1733-2004 • Peraturan Daerah Kota Pontianak No. 2 tahun 2017 	2
Radius minimarket dan permukiman	<ul style="list-style-type: none"> • Peraturan Menteri Perdagangan No. 70/M-DAG/PER/12/2013 • Peraturan Daerah Kota Pontianak No. 2 tahun 2017 	2

Nilai bobot pada tabel diatas, akan dikalikan setiap skor sub variabel dari kesesuaian lokasi yang berguna untuk rekapitulasi dari perhitungan kesesuaian lokasi setiap *minimarket* yang ada di Kecamatan Pontianak Kota.

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 - 0,33 = Kesesuaian rendah

Berdasarkan kategori tersebut guna mengetahui tingkat kesesuaian setiap *minimarket* waralaba dan non-waralaba yang dilihat dari berbagai sub-variabel dalam penelitian.

- 3) Analisis distribusi frekuensi menggambarkan bagaimana frekuensi dari gejala atau variabel dengan hasil distribusi dan frekuensi dari setiap variabel dengan rumus sebagai berikut (Aslam, 2017):

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

Keterangan :

- P = Persentase
- F = Frekuensi dari setiap alternatif jawaban yang telah dipilih responden atas pertanyaan yang diajukan
- N = Jumlah frekuensi seluruh alternatif jawaban yang menjadi pilihan responden selaku penelitian

Teknik ini digunakan untuk menganalisis preferensi masyarakat yang nantinya akan digunakan untuk menghitung persentase dari setiap variabel data, sehingga dapat diketahui besaran dari variabel data tentang preferensi masyarakat (Wiwik, 2013).

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Gambaran Umum Wilayah

Kecamatan Pontianak Kota memiliki luas wilayah sebesar 15,98 km². Secara administratif Kecamatan Pontianak Kota terbagi menjadi 5 kelurahan diantaranya yaitu, Kelurahan Sungai Bangkong, Kelurahan Darat Sekip, Kelurahan Tengah, Kelurahan Mariana dan Kelurahan Sungai Jawi. Jumlah penduduk yang berada di Kecamatan Pontianak Kota ditahun 2017 bertambah sebanyak 1,39% dan berjumlah 123.823 jiwa. Kepadatan penduduk tertinggi di Kecamatan Pontianak Kota terletak di Kelurahan Mariana sebanyak 17.960 jiwa/km², hal ini dikarenakan pertumbuhan penduduk cukup tinggi dan luas wilayah yang kecil dibandingkan dengan kelurahan lainnya.

Penggunaan lahan yang ada di Kecamatan Pontianak Kota pada umumnya merupakan kawasan budidaya, terutama permukiman dan perdagangan. Sebagai wilayah kota, Kecamatan Pontianak Kota dalam Peraturan Daerah Kota Pontianak No. 2 tahun 2013 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Pontianak Tahun 2013-2033 bahwa kebijakan penataan ruang wilayah kota digunakan untuk

pengembangan kawasan perdagangan dan jasa secara merata di pusat-pusat kegiatan kota.

Berdasarkan Kecamatan Pontianak Kota dalam Angka 2018, bahwa jumlah sarana toko/kios yang telah terdata sebanyak 10.399 unit dan merupakan sarana perdagangan dan jasa terbanyak yang ada di Kota Pontianak. Sarana perdagangan dan jasa tersebut salah satunya adalah *minimarket*. *Minimarket* yang ada di Kecamatan Pontianak Kota dibagi menjadi dua jenis, yaitu *minimarket* waralaba dan *minimarket* non-waralaba. *Minimarket* waralaba berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 tentang waralaba, adalah hak khusus yang dimiliki oleh perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba. *Minimarket* non-waralaba merupakan *minimarket* yang dimiliki oleh perorangan dan dikelola secara pribadi oleh orang tersebut.

Jumlah *minimarket* non-waralaba yang ada di Kecamatan Pontianak Kota sebanyak 39 unit dan tersebar di lima kelurahan. Berikut kondisi eksisting dari beberapa *minimarket* non-waralaba yang tersebar pada lokasi penelitian.



Gambar 1. Kondisi Eksisting *Minimarket* Non-Waralaba di Kecamatan Pontianak Kota (a) Royal Mart, (b) Minimarket Cempaka Emas, (c) Aisyah Toserba, (d) Toko Jaya Makmur

Terjadinya perkembangan zaman, sehingga *minimarket* juga mengalami perkembangan dengan sistem waralaba. Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan, *minimarket* waralaba ini memiliki luas lahan yang lebih dari 100 m² dengan lahan parkir yang memadai dan dilengkapi dengan tersedianya area untuk gerai UMKM pada bagian depan *minimarket*. Tampilan kedua *minimarket* waralaba ini memiliki tampilan yang seragam atau memiliki kesamaan di setiap kelurahannya, seperti susunan barang-barang yang dijual. Terdapat fasilitas tambahan berupa tersedianya cctv, pembayaran tagihan dari pembelian *online*, *voucher* listrik, pembelian pulsa dan beberapa yang tersedia ATM.

Jumlah data yang diperoleh dari Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan Kota Pontianak, pada tahun 2018 terdapat 14 unit Indomaret dan 15 unit Alfamart di Kecamatan Pontianak Kota. Pada tahun 2019, hasil observasi jumlah tersebut mengalami penambahan, sebanyak 3 unit Indomaret yang masing-masing 1 unit berada di Kelurahan Sungai Bangkong, Kelurahan Mariana dan Kelurahan Tengah dan 1 unit Alfamart di Kelurahan Sungai Bangkong. Jumlah masing-masing kedua *minimarket* tersebut adalah 39 unit non-*minimarket* waralaba dan 33 unit *minimarket* waralaba. Perkembangan *minimarket* waralaba saat ini cenderung berlokasi dekat dengan non-waralaba. Hal ini dapat menimbulkan persaingan antar *minimarket* dalam mendapatkan konsumen ataupun pembeli.

3.2 Analisis Kesesuaian Lokasi Minimarket Waralaba dan Minimarket Non-Waralaba

Berdasarkan penjabaran dari gambaran umum, dapat diketahui bahwa persebaran *minimarket* yang ada di Kecamatan Pontianak Kota memiliki pola persebaran yang saling berdekatan dan berlokasi di sepanjang jalan. Persebaran lokasi *minimarket* di Kecamatan Pontianak Kota berjumlah 72 unit *minimarket*, dimana jumlah tersebut terbagi menjadi 2 jenis yaitu 39 unit *minimarket* non-waralaba dan 33 unit *minimarket* waralaba.

Lokasi dan jumlah tersebut, perlu adanya analisis kesesuaian lokasi lebih lanjut untuk melihat apakah perkembangan *minimarket* di Kecamatan Pontianak Kota sudah sesuai dengan peraturan yang berlaku. Aspek penilaian dari peraturan yang digunakan dalam analisis kesesuaian lokasi *minimarket* diantaranya berupa kepadatan penduduk, luas lahan, jarak antar *minimarket*, dan jarak antar *minimarket* terhadap permukiman. Analisis kesesuaian lokasi *minimarket* yang ada di Kecamatan Pontianak Kota menggunakan analisis skoring.

3.2.1 Kesesuaian Lokasi Berdasarkan Kepadatan Penduduk

Menurut peraturan terkait bahwa salah satu pertimbangan untuk pendirian *minimarket* adalah kepadatan penduduk yang tercermin dalam konsentrasi penduduk. Konsentrasi penduduk merupakan 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. Berdasarkan perhitungan analisis skoring, didapatlah kepadatan penduduk di Kecamatan Pontianak Kota sebagai berikut.

Tabel 2. Kepadatan Penduduk Kecamatan Pontianak Kota (Hasil Analisa, 2019)

Kelurahan	Kepadatan Penduduk (jiwa/km ²)	Klasifikasi Kepadatan Penduduk
Sungai Bangkong	8.653	Rendah

Lanjutan Tabel 2.

Kelurahan	Kepadatan Penduduk (jiwa/km ²)	Klasifikasi Kepadatan Penduduk
Darat Sekip	7.501	Rendah
Tengah	9.081	Rendah
Mariana	17.960	Tinggi
Sungai Jawi	6.088	Rendah

Hasil analisis skoring yang telah dilakukan didapatlah bahwa di Kecamatan Pontianak Kota hanya terdapat satu kelurahan yang memiliki tingkat kepadatan penduduk yang tinggi, yaitu Kelurahan Mariana, sedangkan kelurahan lainnya memiliki kepadatan penduduk dengan klasifikasi rendah.

Keberadaan kedua jenis *minimarket* yang ada berdasarkan kepadatan penduduk keduanya termasuk kedalam kategori kesesuaian rendah, karena dari 30 lebih unit *minimarket* hanya terdapat 1 unit *minimarket* dari masing-masing kedua jenis *minimarket* tersebut yang sesuai. Hal tersebut dapat diasumsikan jumlah *minimarket* yang ada memiliki lokasi yang tidak menyesuaikan dengan kepadatan penduduk dan dapat berakibat pada persaingan antar *minimarket* semakin ketat.

3.2.2 Kesesuaian Lokasi Berdasarkan Luas Lahan

Luas lahan berdasarkan peraturan SNI 03-1733-2004 dengan ketentuan 100 m². Luas lahan yang lebih dari 100 m² berarti sesuai dan memiliki nilai 1, sedangkan luas lahan yang kurang dari 100 m² berarti tidak sesuai dan memiliki nilai 0. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, bahwa kedua jenis *minimarket* yang ada di Kecamatan Pontianak Kota, memiliki luas lahan yang sudah sesuai dengan peraturan, dimana kategori kesesuaian adalah kesesuaian tinggi dengan rata-rata skor sebesar 1. Hal ini dikarenakan luas lahan yang diperlukan untuk mendirikan *minimarket* tidak membutuhkan lahan yang luas dan pada umumnya ruko yang biasanya digunakan dalam mendirikan *minimarket* memiliki ukuran yang sudah memenuhi standar atau diatas 100 m².

3.2.3 Kesesuaian Lokasi Berdasarkan Keberadaan Minimarket

Jarak antar *minimarket* kurang dari 300 m² maka keberadaan antar *minimarket* dianggap tidak sesuai dengan peraturan SNI 03-1733-2004 dan diasumsikan dapat menimbulkan persaingan antar *minimarket*. Jika keberadaan antar *minimarket* lebih dari 300 m² berarti *minimarket* tersebut dianggap sesuai dengan peraturan. Kesesuaian lokasi berdasarkan jarak antar *minimarket*, peneliti menggunakan aplikasi ArcGIS dengan analisis *buffer*.

Kesesuaian *minimarket* waralaba berdasarkan keberadaan antar *minimarket* di Kecamatan Pontianak Kota tidak mengikuti peraturan pemerintah, sedangkan untuk *minimarket* non-waralaba terdapat 1

unit *minimarket* di Kelurahan Sungai Bangkong yang sesuai keberadaannya dengan jarak yang ditentukan dalam peraturan SNI 03-1733-2004, sehingga kesesuaian lokasi untuk *minimarket* non-waralaba memiliki kategori kesesuaian rendah.

Lloyd berasumsi bahwa konsentrasi pedagang yang menjual barang sejenis dikarenakan setiap pedagang memiliki strategi pelayanan yang berbeda-beda sehingga terjadinya persaingan antar pedagang (Tarigan, 2015). Teori lokasi tersebut menyatakan jika terjadi konsentrasi pedagang yang menjual barang yang sama dapat menimbulkan persaingan terdapat pedagang yang lebih unggul dan memiliki inovasi seperti *minimarket*. Besar kemungkinan jarak *minimarket* yang berdekatan akan menimbulkan persaingan pada *minimarket* waralaba dan *minimarket* non-waralaba.

3.2.4 Kesesuaian Lokasi Berdasarkan Keterjangkauan Minimarket Terhadap Permukiman

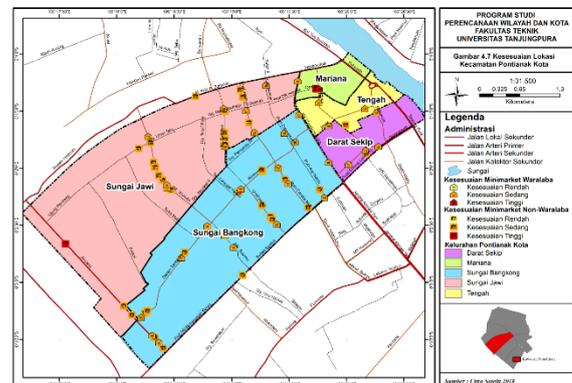
Sarana perdagangan dan jasa adalah salah satu sarana yang merupakan bagian dari sarana kota yang berfungsi sebagai kelengkapan kawasan permukiman perkotaan, sehingga sarana ini dibutuhkan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Salah satu sarana perdagangan dan jasa yaitu *minimarket* berfungsi untuk mengisi kebutuhan masyarakat akan warung atau toko dengan jenis modern yang dekat dengan permukiman penduduk. Fungsi tersebut menyebabkan jangkauan pelayanan *minimarket* dalam perencanaan dan pengembangan perumahan, untuk wilayah permukiman sebaiknya dilengkapi atau tersedianya fasilitas perbelanjaan berupa pertokoan yang diletakkan ditengah-tengah dengan radius pencapaian maksimum 500 m (Aslam, 2017).

Dilihat dari penggunaan lahan eksisting dan analisis kesesuaian lokasi berdasarkan keterjangkauan *minimarket* terhadap permukiman di Kecamatan Pontianak Kota, bahwa keberadaan *minimarket* waralaba dan *minimarket* non-waralaba berada dekat permukiman. Hasil analisis kesesuaian lokasi *minimarket* berdasarkan keterjangkauan terhadap permukiman bahwa kedua jenis *minimarket* di Kecamatan Pontianak Kota tersebut termasuk dalam kategori kesesuaian tinggi.

Berdasarkan teori lokasi menurut August Losch mengatakan bahwa lokasi penjual sangat berpengaruh terhadap jumlah konsumen dalam berbelanja. Semakin jauh dari tempat penjual, konsumen semakin enggan membeli karena biaya transportasi yang dikeluarkan semakin mahal (Tarigan, 2015). Teori tersebut, bahwa jarak *minimarket* yang dekat dengan permukiman dapat mempermudah masyarakat untuk berbelanja dan mengurangi pengeluaran untuk biaya transportasi serta memperkecil hambatan menuju lokasi berbelanja. Keberadaan *minimarket* waralaba dan *minimarket* non-waralaba di Kecamatan Pontianak Kota juga mendukung kawasan sekitarnya seperti perdagangan dan perkantoran.

Hasil dari analisis skoring pada setiap sub-variabel, kesesuaian lokasi yang masing-masing sub-variabel memiliki nilai rata-rata yang berbeda dan kategori kesesuaian yang berbeda pula, untuk itu dilakukanlah tahap pembobotan. Hasil perhitungan pembobotan dapat diketahui jenis *minimarket* yang memiliki kesesuaian tinggi terbanyak adalah *minimarket* non-waralaba.

Terdapat lokasi ideal berdasarkan hasil analisis kesesuaian lokasi dalam mendirikan *minimarket* adalah *minimarket* non-waralaba, yaitu Minimarket Elmart di Kelurahan Sungai Bangkong dikarenakan pada kelurahan tersebut memiliki kepadatan penduduk yang rendah, tetapi untuk luas lahan dan keberadaannya yang sesuai, dimana keberadaan tersebut tidak dekat dengan *minimarket* lainnya dan diasumsikan dapat memperkecil persaingan antar *minimarket* serta keberadaannya yang mudah dijangkau masyarakat sekitar karena berada dekat dengan permukiman. Berikut hasil peta dari analisis kesesuaian lokasi.



Gambar 2. Peta Kesesuaian Lokasi di Kecamatan Pontianak Kota (Hasil Analisa, 2019)

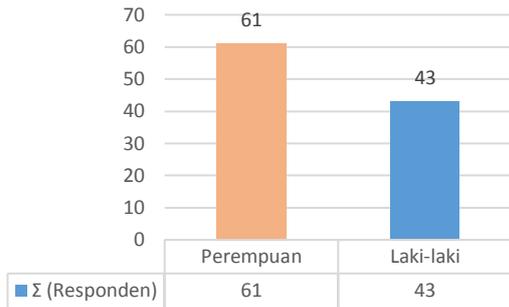
3.3 Analisis Preferensi Masyarakat

Preferensi adalah kecenderungan seseorang dalam memilih suatu produk yang didasarkan atas keinginan, dan selera. Preferensi konsumen, khususnya pada tahap pemilihan tempat berbelanja, merupakan tahap dimana konsumen sudah melakukan pemilihan terhadap tempat berbelanja yang disenangi, dimana hal tersebut merupakan tahap kecenderungan konsumen untuk bertindak sebelum keputusan berbelanja dilaksanakan (Handayani, 2017).

3.3.1 Karakteristik Responden

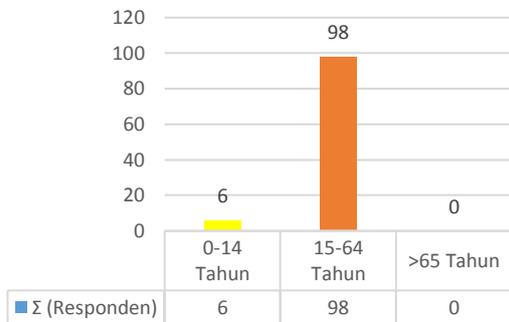
Jumlah responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 61 jiwa dan laki-laki sebanyak 37 jiwa. Dapat diketahui bahwa yang melakukan aktivitas perbelanjaan di *minimarket* waralaba di Kecamatan Pontianak Kota lebih banyak perempuan. Hal ini dikarenakan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari atau memenuhi pasokan makanan untuk kegiatan masak memasak di rumah pada umumnya adalah perempuan, sehingga dalam melakukan

aktivitas berbelanja responden dominannya adalah perempuan.



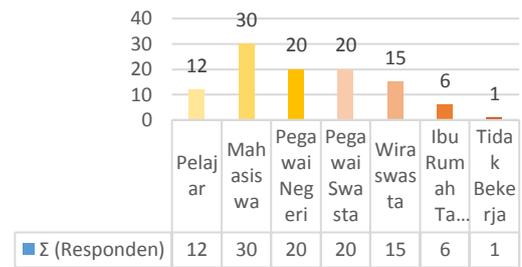
Gambar 3. Diagram Jenis Kelamin Responden (Hasil Analisa, 2019)

Responden yang paling banyak berbelanja di *minimarket* waralaba adalah yang berumur 15-64 tahun ataupun umur produktif, karena pada usia tersebut pada umumnya masih mampu melakukan kegiatan atau aktivitas di luar rumah. Namun, terdapat responden yang berumur dibawah 15 tahun, dimana mereka berbelanja untuk membeli jajanan yang tersedia di *minimarket* waralaba tersebut.



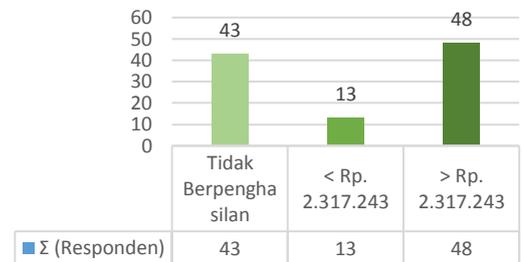
Gambar 4. Diagram Umur Responden (Hasil Analisa, 2019)

Berdasarkan jawaban responden terdapat 12 responden adalah pelajar, sebanyak 30 responden adalah mahasiswa, pegawai negeri sebanyak 20 responden, pegawai swasta sebanyak 20 responden, wiraswasta sebanyak 15 responden, ibu rumah tangga sebanyak 6 responden dan tidak bekerja sebanyak 1 responden. Dominan responden yang berbelanja di *minimarket* waralaba merupakan mahasiswa. Hal ini diasumsikan karena ketersediaan barang dan jenis pelayanan yang diberikan lebih modern dan mengikuti perkembangan zaman yang dibutuhkan saat ini. Namun jika yang memiliki pekerjaan seperti pegawai negeri, pegawai swasta dan wiraswasta dikelompokkan menjadi ‘memiliki pekerjaan’, maka responden terbanyak adalah yang memiliki pekerjaan. Hal ini karena dilihat dari lokasi *minimarket* waralaba yang tersebar dan mudah ditemui, selain itu, pembagian kuesioner yang dilakukan sore hari dimana pada jam tersebut merupakan jam pulang kerja.



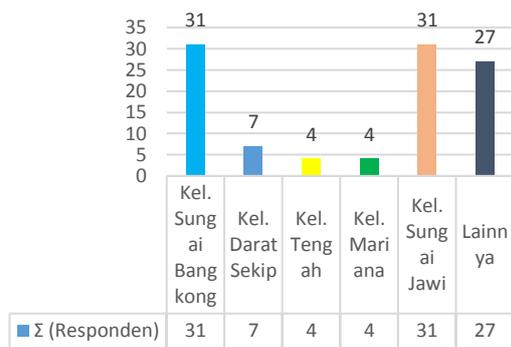
Gambar 5. Diagram Pekerjaan Responden (Hasil Analisa, 2019)

Konsumen yang dominan berbelanja pada kedua *minimarket* waralaba adalah konsumen yang memiliki penghasilan diatas upah minimum kota atau memiliki penghasilan yang mencukupi. Selain itu, dari data responden bahwa responden pada umumnya yang memiliki pekerjaan seperti pegawai negeri, pegawai swasta dan wiraswasta. Jumlah responden yang tidak berpenghasilan memiliki jumlah yang hampir sama dengan yang berpenghasilan, sehingga hal ini dapat diasumsikan karena konsumen pada *minimarket* tersebut adalah mahasiswa atau pelajar yang ingin membeli jajanan atau produk makanan ringan dan instan pada *minimarket* waralaba.



Gambar 6. Diagram Pendapatan Perbulan Responden (Hasil Analisa, 2019)

Jumlah responden yang berasal dari Kelurahan yang ada di Kecamatan Pontianak Kota tentunya berbeda-beda, dari hasil kuesioner ini juga terdapat responden dari kelurahan lain sebanyak 27 responden. Hal ini menunjukkan bahwa yang berbelanja di *minimarket* waralaba pada umumnya berasal dari lokasi terdekat dan juga berada pada lokasi perbelanjaan. Terdapat responden yang berasal dari kelurahan lain seperti Kelurahan Sungai Jawi Dalam, Kelurahan Sungai Jawi Luar, Kelurahan Akcaya dan kelurahan lain. Hal ini kemungkinan karena responden kebetulan lewat dan menyempatkan diri untuk berbelanja dan melanjutkan perjalanannya menuju lokasi tujuan awal responden.



Gambar 7. Diagram Keberadaan Responden (Hasil Analisa, 2019)

3.3.2 Karakteristik Psikologis

Penilaian dalam kuesioner ini menggunakan skala likert yang dibagi menjadi 4 pilihan diantaranya Sangat Tidak Setuju dengan skor 1, Tidak Setuju dengan skor 2, Setuju dengan skor 3 dan Sangat Setuju dengan skor 4. Banyaknya penilaian setiap sub variabel yang diberikan responden akan dikalikan berdasarkan skor yang dijabarkan sebelumnya, dimana skor yang tertinggi adalah 4 jika responden yang memilih penilaian sangat setuju (SS) dan skor terendah adalah 1 yaitu responden yang memilih penilaian sangat tidak setuju (STS). Selanjutnya, hasil skor yang dikalikan akan dibagi dengan jumlah responden untuk melihat hasil rata-rata dari skor tersebut dan akan diklasifikasikan berdasarkan empat tingkatan berdasarkan rentang klasifikasi, berikut hasil analisis karakteristik psikologis.

1) Keberadaan

Keberadaan adalah pernyataan responden terkait dengan lokasi rumah responden terhadap *minimarket*.

Tabel 3. Analisis Skoring Penilaian Responden Terhadap Keberadaan *Minimarket* (Hasil Analisa, 2019)

Pernyataan	Rata-rata Skor <i>Minimarket</i> Waralaba	Rata-rata Skor <i>Minimarket</i> Non-Waralaba
Dekat dengan rumah	3,4	3,3
Berada disekitar kawasan yang akan dikunjungi	3,5	2,9
Kemudahan aksesibilitas	3,6	3,3
Lokasi berbelanja memiliki keterkaitan dengan kawasan sekitarnya	3,1	3,0

Penilaian responden terhadap keberadaan *minimarket* waralaba termasuk dalam klasifikasi sangat setuju untuk semua pernyataan dari variabel keberadaan. Berbeda dengan penilaian responden terhadap keberadaan *minimarket* non-waralaba, terdapat satu pernyataan yang termasuk dalam klasifikasi setuju pada pernyataan disekitar kawasan

yang akan dikunjungi. Hal ini disebabkan karena keberadaan *minimarket* waralaba berada disekitar kawasan yang akan dikunjungi dengan rata-rata skor dari jawaban responden untuk *minimarket* waralaba sebesar 3,5 yang termasuk kedalam klasifikasi sangat setuju, sedangkan penilaian *minimarket* non-waralaba dengan rata-rata skor sebesar 2,9 yang termasuk dalam klasifikasi setuju. Hal ini berarti persebaran *minimarket* waralaba tersebar diseluruh kelurahan di Kecamatan Pontianak Kota dan mudah dijumpai konsumen.

2) Daya Beli

Daya beli berguna untuk mengukur kemampuan responden dalam berbelanja terhadap barang yang ditawarkan *minimarket*

Tabel 4. Analisis Skoring Penilaian Responden Terhadap Daya Beli *Minimarket* (Hasil Analisa, 2019)

Pernyataan	Rata-rata skor <i>Minimarket</i> Waralaba	Rata-rata skor <i>Minimarket</i> Non-Waralaba
Harga barang terjangkau	2,8	3,4
Memberikan promosi atau diskon	3,6	2,4
Barang yang ditawarkan bervariasi/ lengkap	3,1	3,3

Penilaian responden terhadap daya beli *minimarket* cenderung berbeda. Pernyataan harga dapat diketahui bahwa penilaian responden untuk *minimarket* non-waralaba memilih sangat setuju dengan rata-rata skor 3,4. Hal tersebut berarti harga yang ditawarkan *minimarket* non-waralaba lebih bersahabat dibandingkan dengan *minimarket* waralaba. Pernyataan tentang promosi atau diskon banyak yang memilih sangat setuju untuk penilaian *minimarket* waralaba dengan rata-rata skor sebesar 3,6. Promosi yang diberikan setiap bulannya merupakan daya tarik *minimarket* waralaba agar masyarakat berbelanja pada *minimarket* tersebut.

Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa, untuk menarik minat masyarakat dalam berbelanja baik *minimarket* non-waralaba, maupun *minimarket* waralaba memiliki cara yang berbeda-beda, salah satunya memberikan harga yang murah tanpa adanya promosi pada *minimarket* non-waralaba. Berbeda dengan *minimarket* waralaba, untuk menarik minat konsumennya *minimarket* ini memberikan harga diskon atau promosi pada barang yang dijual dan berbeda-beda setiap waktunya. Terdapat persamaan dari penilaian yang diberikan responden dalam pernyataan variasi barang yang diberikan, bahwa penilaian responden terhadap kedua jenis *minimarket* tersebut termasuk dalam kategori sangat setuju yang berarti bahwa kelengkapan barang yang ditawarkan sudah lengkap.

3) Manajemen

Manajemen berguna untuk melihat pelayanan yang diberikan dan berpengaruh pada kenyamanan atau kondisi psikologis responden saat berbelanja.

Tabel 5. Analisis Skoring Penilaian Responden Terhadap Manajemen *Minimarket* (Hasil Analisa, 2019)

Pernyataan	Rata-rata Skor <i>Minimarket</i> Waralaba	Rata-rata Skor <i>Minimarket</i> Non-Waralaba
Waktu operasional lama	3,6	2,6
Keramahan pegawai	3,4	2,8
Kecepatan pegawai	3,2	3,0
Pembayaran mudah	3,7	2,4

Diketahui bahwa penilaian responden terhadap manajemen yang diberikan *minimarket* lebih unggul terhadap penilaian untuk *minimarket* waralaba. Hal ini dapat dilihat dari rata-rata skor penilaian responden yang termasuk kedalam klasifikasi sangat setuju terhadap pernyataan dari lamanya waktu operasional hingga pembayaran mudah. Keunggulan tersebut juga karena dilihat dari kondisi fisik bahwa *minimarket* tersebut memberikan kinerja pelayanan yang lebih modern dan dapat memberikan kenyamanan kepada pembeli dibandingkan dengan *minimarket* non-waralaba. Walaupun begitu, manajemen *minimarket* non-waralaba juga memiliki rata-rata skor lebih dari 2 yang berarti bahwa jawaban responden setuju. Hal ini dapat diasumsikan bahwa manajemen *minimarket* non-waralaba dalam melayani konsumen sudah dapat memberikan kenyamanan, hanya saja tidak seunggul *minimarket* waralaba karena kurang memanfaatkan teknologi yang berkembang saat ini.

4) Fasilitas yang Diberikan

Perlu adanya penyediaan fasilitas yang bersih, sehat, aman, tertib dan ruang publik yang nyaman.

Tabel 6. Analisis Skoring Penilaian Responden Terhadap Fasilitas yang Diberikan *Minimarket* (Hasil Analisa, 2019)

Pernyataan	Rata-rata Skor <i>Minimarket</i> Waralaba	Rata-rata Skor <i>Minimarket</i> Non-Waralaba
Sarana yang diberikan mendukung aktivitas	3,5	2,8
Tersedianya prasarana untuk kenyamanan berbelanja	3,6	2,7
Pembeli leluasa dalam memarkirkan kendaraannya	3,4	2,9
Adanya rasa aman saat berbelanja	3,3	2,8

Hasil responden bahwa klasifikasi penilaian yang sangat setuju untuk penilaian *minimarket* waralaba. Penilaian tersebut dikarenakan *minimarket* waralaba memiliki standar dalam mendirikan *minimarket* yang dapat dilihat dari keseragaman dalam tampilan atau penyusunan kelengkapan perbelanjaan dan fasilitas yang diberikan.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Terdapat *minimarket* waralaba dan *minimarket* non-waralaba di Kecamatan Pontianak Kota yang tersebar disetiap kelurahannya sebanyak 33 unit *minimarket* waralaba dan 39 unit *minimarket* non-waralaba.
- 2) Kesesuaian lokasi menunjukkan kedua jenis *minimarket* merupakan kesesuaian sedang karena memiliki lokasi yang saling berdekatan antara *minimarket* waralaba dan *minimarket* non-waralaba dan berada pada kelurahan dengan kepadatan penduduk rendah. Dilihat berdasarkan perunit *minimarket*, terdapat 1 unit *minimarket* waralaba dan 2 unit *minimarket* non-waralaba yang termasuk kedalam kesesuaian tinggi, dimana hal tersebut dapat diasumsikan menjadi lokasi ideal untuk menentukan lokasi *minimarket*. *Minimarket* lainnya yang tersebar di Kecamatan Pontianak Kota
- 3) Lokasi yang berdekatan tersebut telah mempengaruhi preferensi masyarakat dalam berbelanja. Hal ini dapat dilihat dari penilaian responden yang lebih memilih berbelanja di *minimarket* waralaba 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 dalam berbelanja.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih disampaikan kepada Fakultas Teknik UNTAN yang telah mempublikasikan jurnal ini.

5. Daftar Pustaka

- Amelia P. R. (2015). Analisis Kesesuaian Rencana Pengembangan Wilayah Pulau Dompak Dengan Kondisi Eksisting Bangunan. *Jurnal Pengembangan Kota* Vol. 3, No.1, 26-39.
- Aslam A. K. (2017). *Pengaruh Pertumbuhan Minimarket Terhadap Minat dan Kebiasaan Belanja Masyarakat Di Kelurahan Tamamaung Kota Makasar*. [Skripsi] Makasar: Univesrsitas Negeri Islam Alauddin.
- Handayani N. (2017). Pengaruh Preferensi Belanja Konsumen Terhadap Perkembangan Pasar Ciputat di Kota Tangerang Selatan. *Arsitektura*, Vol. 15, No. 1, 59-66.

- Kecamatan Pontianak Kota Dalam Angka 2018.
Badan Pusat Statistik Kota Pontianak.
- Sujana A. S. (2005). *Paradigma Baru Dalam Manajemen Ritel Modern*. Yogyakarta: GRAHA ILMU.
- Peraturan Daerah. 2013. Peraturan Daerah Kota Pontianak Nomor 2 Tahun 2013 Tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Pontianak Tahun 2013-2033. Walikota Pontianak.
- 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.
- SNI-03-1733-2004 Tentang Tata Cara Perencanaan Lingkungan Perumahan Di Perkotaan. Bandung: Badan Standarisasi Nasional
- Tarigan R. (2015). *Ekonomi Regional Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Wiwik Y. (2013). Kegiatan Kopi Semawis Pada Ruang Publik Di Kawasan Pecinan Semarang. *Jurnal Teknik PWK*, Vol. 2, No. 1, 21-29.