

KAJIAN SEBARAN DAN POTENSI MINIMARKET BERBASIS SIG (Studi Kasus : Kota Semarang)

Febrian Pramana Putra, M. Awaluddin, Arief Laila Nugraha *)

Program Studi Teknik Geodesi, Fakultas Teknik, Universitas Diponegoro
Jl. Prof. Sudarto SH, Tembalang, Semarang, Telp. (024) 76480785, 76480788
e-mail: geodesi@undip.ac.id

Abstrak

Pertumbuhan minimarket kini semakin tak terkendali, begitu banyak gerai toko minimarket baru yang dibuka pada tiap tahunnya. Banyak pemerintah kabupaten / kota cenderung mengobrol ijin pendirian minimarket yang kini menjamur di pelosok desa. Walaupun Kota Semarang sudah memiliki peraturan daerah yang mengatur tentang pasar modern, namun pelaksanaannya masih membutuhkan pengawasan baik dari masyarakat sendiri. Pengawasan dilakukan untuk mendukung peraturan yang dilakukan oleh pemerintah Kota Semarang. Pada penelitian ini memanfaatkan data koordinat yang didapat dari survey lapangan dengan menggunakan *GPS handheld*. Langkah selanjutnya adalah membuat peta persebaran minimarket dengan menggunakan *software SIG*. Sedangkan metode yang digunakan pada penelitian ini adalah *buffer* dan *clip*. Penelitian tugas akhir ini menghasilkan sebuah peta persebaran minimarket yang mengacu pada peraturan pemerintah Kota Semarang, yang diharapkan dapat membantu pemerintah Kota Semarang dalam mengontrol pertumbuhan minimarket dan dapat menjadi pertimbangan pemerintah Kota Semarang dalam memberikan ijin terhadap pembangunan minimarket baru..

Kata Kunci : Minimarket, Buffer, GPS, SIG

Abstract

Nowadays, the growth of minimarket is going to uncontrolled. There are many new outlet stores build every year. Many regency governments tend to ease construction license which are at present scattered until rustic villages. Even though, Semarang city has owned local regulation that control about modern market, nevertheless, it still needs people's good control for the implementation. The supervision is used to support the regulation that did by Semarang's City Government. This research is use coordinate data that collected from field survey by using handheld GPS. Next step is draw minimarket spread map applied by GIS software. Whereas, the method that used in this research is buffer and clip. The Final research task's result is a minimarket's spread map that appropriate with local regulation of Semarang city, in which hopefully could accommodate Semarang's government to control the growth of the minimarket. Moreover, it could be a consideration to Semarang's government to provide the license for builds new minimarket.

Key words : Minimarket, Buffer, GPS, SIG

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Pertumbuhan minimarket kini semakin tak terkendali. Begitu banyak gerai toko minimarket baru yang dibuka pada tiap tahunnya. Minimarket berdiri tanpa melihat kondisi sekitar. Ada yang berdekatan dengan pasar tradisional atau toko tradisional. Ada pula minimarket yang dibangun berhadapan meski lokasinya sangat dekat. Banyak pemerintah kabupaten/ kota cenderung mengobrol izin pendirian minimarket yang kini menjamur di pelosok desa. Padahal imbas dari menjamurnya minimarket tersebut membuat pelaku

usaha kecil seperti toko dan pasar tradisional akan gulung tikar. Pasar tradisional selama ini menjadi lahan pangan bagi masyarakat lokal, serta menjadi peluang pekerjaan bagi masyarakat sekitar, sehingga menjamurnya minimarket akan mengancam nasib perekonomian masyarakat lokal.

Minimarket dalam peraturan perundang-undangan termasuk dalam pengertian "Toko Modern". Peraturan mengenai toko modern diatur dalam Perpres No. 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern. Pengertian toko modern menurut Pasal 1

angka 5 Perpres 112/2007 adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk *minimarket*, *supermarket*, *department store*, *hypermarket* ataupun grosir yang berbentuk perkulakan. Setiap toko modern wajib memperhitungkan kondisi sosial ekonomi masyarakat sekitar serta jarak antara toko modern dengan pasar tradisional yang telah ada (pasal 4 ayat 1 Perpres 112/2007).

Walaupun Kota Semarang sudah memiliki peraturan daerah yang mengatur tentang pasar modern, namun pelaksanaannya masih membutuhkan pengawasan baik dari masyarakat sendiri. Perlunya pengawasan adalah karena agar diketahui secara pasti jarak antara pasar tradisional dengan minimarket yang jaraknya adalah paling sedikit radius 500 meter dari pasar tradisional, seperti yang tercantum dalam Peraturan Walikota No. 5 Tahun 2013 tentang Penataan Toko Modern Minimarket Kota Semarang.

Data minimarket yang terkumpul dapat dimanfaatkan secara optimal, salah satunya dengan visualisasi pada peta dan analisis statistik spasial. Visualisasi pada peta akan mudah menjelaskan pola distribusinya. Statistik spasial dapat menjelaskan secara kualitatif bagaimana pola distribusinya, apa yang mempengaruhi distribusi tersebut, dan arah perkembangan distribusi tersebut dimasa datang.

Dengan melihat latar belakang yang telah dijabarkan, penulis menggunakan judul penelitian “Kajian Sebaran dan Potensi Minimarket Berbasis SIG (Studi Kasus : Kota Semarang).

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dijelaskan, maka akan timbul permasalahan seperti berikut:

1. Bagaimana pertumbuhan minimarket di Kota Semarang dari tahun 2004 hingga tahun 2014?
2. Evaluasi tatanan posisi minimarket terhadap Peraturan Walikota Semarang no 5 Tahun 2013 tentang Penataan Toko Modern Minimarket Kota Semarang?

1.3. Pembatasan Masalah

Dalam Penulisan tugas akhir ini memiliki batasan-batasan sebagai berikut :

1. Menganalisis keberadaan minimarket yaitu meliputi ijin yang telah diberikan oleh kantor Balaikota Semarang.
2. Mengkaji penentuan lokasi Minimarket rekomendasi berdasarkan peraturan terhadap peraturan Walikota Semarang di Kota Semarang.

3. Pengambilan data lapangan minimarket mencakup seluruh wilayah kota Semarang. Terdapat 16 Kecamatan yang berada di Kota Semarang. Pada 10 kecamatan data minimarket yang diambil hanyalah minimarket indomaret, namun 6 kecamatan lainnya data lapangan yang diambil adalah minimarket indomaret dan alfamart.
4. Posisi minimarket didapat dengan survey lapangan.

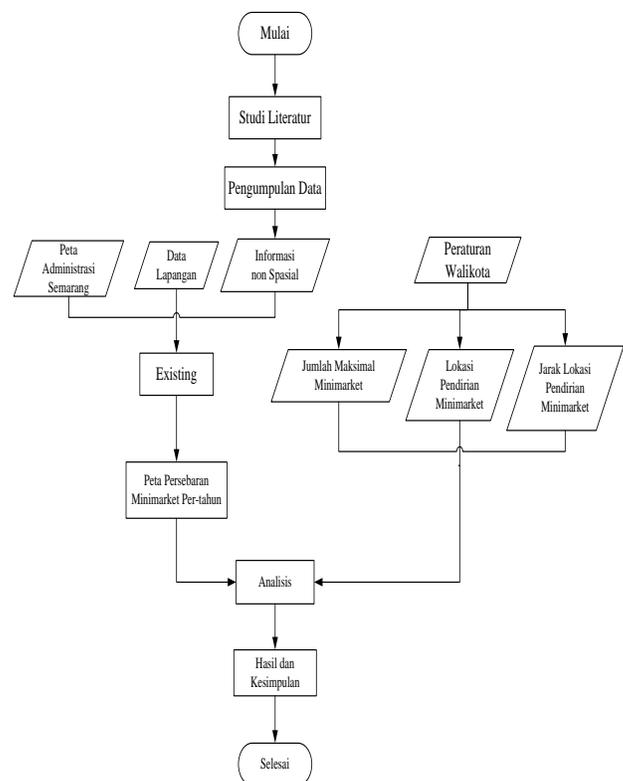
1.4. Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pertumbuhan minimarket dari tahun 2004 hingga 2014.
2. Untuk memberikan informasi lokasi minimarket yang tidak sesuai dengan peraturan Walikota Semarang.
3. Pemilihan Minimarket baru berdasarkan kuota pada setiap kecamatan yang terdapat pada peraturan walikota no 5 tahun 2013.

1.5. Metode Penelitian

Metodologi penelitian penulisan penelitian ini terdapat pada diagram alir gambar 1 berikut:



Gambar 1. Diagram Alir Penelitian

2. Tinjauan Pustaka

2.1. Pendekatan Keruangan

Menurut Yunus (2010) Dalam ilmu geografi terdapat 3 pendekatan utama, yaitu *spatial approach*, *ecological approach* dan *regional complex approach*. Ketiga pendekatan ini mempunyai ciri yang berbeda-beda. *Ecological approach* digunakan untuk analisis yang lebih sistematis tentang peranan elemen lingkungan terhadap pola kegiatan manusia. *Regional complex approach* untuk analisis lebih mendalam dan lebih luas dengan membandingkan wilayah satu dengan wilayah lainnya dalam penekanan pada keterkaitan antara elemen lingkungan dengan kegiatan manusianya. Dan *spatial Approach* dicirikan sebagai pendekatan yang digunakan untuk analisis pada ruang yang lebih khusus di mana *space* dianggap sebagai variabel utama di samping variabel lain yang banyak dilibatkan.

2.2. Bisnis Ritel

Menurut Ghosh (1997) Bisnis ritel atau eceran sedang menjamur di kota-kota besar. Ritel atau eceran meliputi semua kegiatan yang tercakup dalam penjualan barang atau jasa langsung kepada konsumen akhir untuk penggunaan pribadi.

2.3. Minimarket

Minimarket adalah semacam “ toko kelontong ” atau yang menjual segala macam barang dan makanan, namun tidak selengkap dan sebesar sebuah supermarket. Berbeda dengan toko kelontong, minimarket menerapkan sistem swalayan, dimana pembeli mengambil sendiri barang yang dibutuhkan dari rak-rak dagangan dan membayar dikasir. (Wikipedia, 2014)

2.4. Teori Lokasi

Von Thunen telah mengembangkan hubungan antara perbedaan lokasi pada tata ruang (*spatial allocation*) dan pola penggunaan lahan. Menurut von Thunen jenis pemanfaatan lahan dipengaruhi oleh tingkat sewa lahan dan didasarkan pula pada aksesibilitas relatif. Lokasi berbagai jenis produksi pertanian (seperti menghasilkan tanaman pangan, perkebunan, dan sebagainya) ditentukan oleh kaitan antara harga barang-barang hasil dalam pasar dan jarak antara daerah produksi dengan pasar penjualan. Kegiatan yang mampu menghasilkan panen fisik tertinggi per hektar akan ditempatkan pada kawasan konsentris yang pertama di sekitar kota, karena keuntungan yang tinggi per hektar memungkinkan untuk membayar sewa lahan yang tinggi. Kawasan produksi berikutnya kurang intensif dibandingkan dengan kawasan produksi yang pertama, demikian

seterusnya. Analisis penentuan lokasi optimum seperti dikemukakan oleh von Thunen telah mendapat perhatian oleh Alfred Weber. Weber menekankan pentingnya biaya transportasi sebagai faktor pertimbangan lokasi. Teori Weber sebenarnya menekankan dua kekuatan lokasional primer yaitu selain orientasi transportasi juga orientasi tenaga kerja. Weber telah mengembangkan pula dasar-dasar analisis wilayah pasar dan merupakan seorang ahli teori lokasi yang pertama membahas mengenai aglomerasi.

2.5. Pemasaran

Pemasaran berdasarkan definisi sosial adalah proses sosial, yang dengan proses itu individu dan kelompok mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain. Sementara itu, jika ditinjau dari definisi manajerial, pemasaran sering digambarkan sebagai “ seni menjual produk ” (Kotler, 2005, p.10).

2.6. Sistem Informasi Geografis (SIG)

Definisi SIG selalu berubah karena SIG merupakan bidang kajian ilmu dan teknologi yang relatif masih baru. Menurut Purwadhi (1994) SIG merupakan suatu sistem yang mengorganisir perangkat keras (*hardware*), perangkat lunak (*software*) dan data, serta dapat mendayagunakan sistem penyimpanan, pengolahan maupun analisis data secara simultan sehingga dapat diperoleh informasi yang berkaitan dengan aspek keruangan.

2.7. Linier Sederhana (*Least-Square*)

Analisis regresi digunakan untuk mempelajari dan mengukur hubungan statistik yang terjadi antara dua atau lebih variabel. Dalam regresi sederhana dikaji dua variabel, sedangkan dalam regresi majemuk dikaji lebih dari dua variabel. Dalam analisis regresi, suatu persamaan regresi hendak ditentukan dan digunakan untuk menggambarkan pola atau fungsi hubungan yang terdapat antar variabel. Variabel yang akan diestimasi nilainya disebut variabel terikat dan biasanya diplot pada sumbu tegak (sumbu-*y*). Sedangkan variabel bebas adalah variabel yang diasumsikan memberikan pengaruh terhadap variasi variabel terikat dan biasanya diplot pada sumbu datar (sumbu-*x*).

3. Pelaksanaan Pekerjaan

Penelitian ini mempunyai beberapa tahapan dalam pengolahan datanya agar mencapai tujuan yang diharapkan. Lokasi penelitian ini yaitu

1. Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi dalam penelitian ini untuk memperoleh gambaran mengenai tempat

lokasi minimarket dan pasar tradisional. Teknik yang digunakan yaitu pengamatan langsung lokasi minimarket dan pasar tradisional serta pengambilan data koordinat minimarket dan pasar tradisional di Kota Semarang.

2. Wawancara

Wawancara adalah cara memperoleh data atau informasi secara langsung dengan tatap muka melalui komunikasi verbal. Teknik ini dilakukan untuk memperoleh data mengenai tahun pertama kali dibangun minimarket tersebut.

3. Pengolahan Data

1. Ambil koordinat yang telah dilakukan pada saat survey lapangan. Ambil data di GPS Handheld dengan menggunakan *software* MapSource. Kemudian pindahkan data yang ada pada GPS dengan cara pilih *Transfer* pada MapSource kemudian pilih *Receive from Device*

2. Setelah telah terdapat koordinat yang dibutuhkan maka dapat dilakukan proses selanjutnya, yaitu membuat peta persebarannya.

3. Menginput peta administrasi lokasi penelitian Kota Semarang. Data yang diinput buatlah pada *microsoftexcel* terlebih dahulu dan masukan data – data yang dianggap penting untuk pengolahan selanjutnya seperti, tahun berdiri, alamat minimarket, status perijinan dari minimarket tersebut, dan lain – lain.

4. Melakukan proses *plotting* menggunakan perangkat lunak ArcGIS 10.1 untuk mendapatkan informasi sebaran lokasi minimarket. Informasi tersebut dilakukan dengan survey lapangan menggunakan GPS ‘*Global Positioning System*’ dan berdasarkan atas data dari Dinas Balaikota Kota Semarang. Dengan cara pilih pada menu *toolbar* dan pilih *file* kemudian pilih *add data*, dan pilih data minimarket yang akan digunakan yang telah dibuat pada *Microsoft Excel*. Kemudian bisa dilanjutkan untuk membuat peta persebaran minimarket pada setiap tahun.

5. Melakukan proses *plotting* menggunakan perangkat lunak ArcGIS 10.1 untuk mendapatkan informasi sebaran lokasi pasar tradisional.

Informasi tersebut dilakukan dengan observasi lapangan menggunakan GPS ‘*Global Positioning System*’ dan berdasarkan atas data dari Dinas Pasar Kota Semarang. Langkah yang dilakukan sama dengan langkah yang dilakukan untuk menginput data minimarket, tetapi yang berbeda hanya data yang digunakan adalah data pasar tradisional.

6. Kemudian data minimarket dan pasar tradisional dijadikan pada satu *layer*, untuk melakukan proses selanjutnya, yaitu proses *buffer*, proses ini dilakukan untuk mengetahui minimarket mana yang termasuk dalam radius 500 m² dari pasar tradisional. Dengan langkah seperti ini, yang pertama pilih pada *arctoolbox*, kemudian pilih *analysis tool*, kemudian pilih *proximity* dan pilih *buffer*.

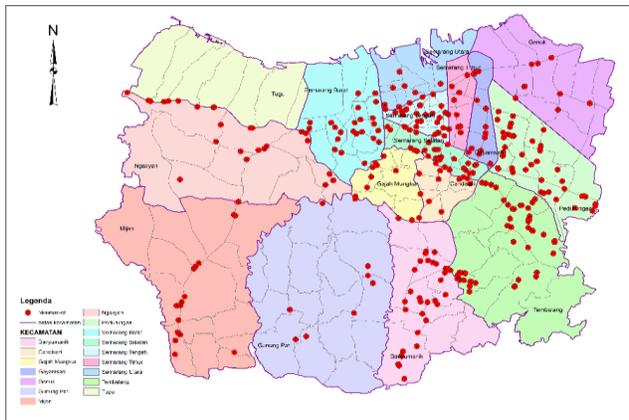
4. Hasil dan Pembahasan

4.1. Hasil Kelayakan Minimarket terhadap Peraturan Walikota

Indomaret di Kota Semarang sangat menjamur. Dimulai pada tahun 1994. Minimarket pertama dibangun di daerah Kecamatan Banyumanik dan Kecamatan Ngaliyan. Minimarket tidak hanya dibangun pada jalan-jalan utama, tetapi juga hingga pada jalan lokal. Untuk hasil survey dapat dilihat pada tabel 1 berikut :

Tabel 1. Jumlah Minimarket setiap kecamatan

No	Kecamatan	Minimarket
1	Banyumanik	32
2	Semarang Utara	9
3	Semarang Tengah	28
4	Semarang Selatan	28
5	Semarang Barat	25
6	Semarang Timur	8
7	Candisari	12
8	Gayamsari	13
9	Gajahmungkur	9
10	Genuk	9
11	Gunungpati	9
12	Mijen	16
13	Ngaliyan	16
14	Pedurungan	46
15	Tembalang	49
16	Tugu	9



Gambar 2.Persebaran Minimarket di Semarang

Persebaran seluruh minimarket di Kota Semarang dari pertama berdiri sampai tahun 2014. Dengan jumlah total keseluruhan 318 titik minimarket. Dan ini adalah grafik pertumbuhan minimarket pada setiap tahunnya :

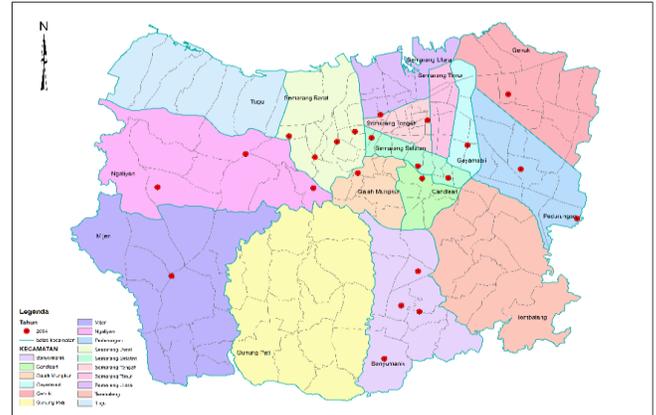


Gambar 3.Grafik Pertumbuhan Minimarket di Semarang

Minimarket di Kota Semarang pada tiap tahunnya mengalami kenaikan, kenaikan pada setiap tahunnya dapat dilihat pada gambar di atas.

4.1.1. Hasil Persebaran Per-Tahun

Analisis pertama adalah analisis pada setiap tahunnya, dimulai dari tahun 2004 sampai dengan tahun 2014. Dibawah ini dapat dilihat persebaran minimarket di Kota Semarang pada tahun 2004.

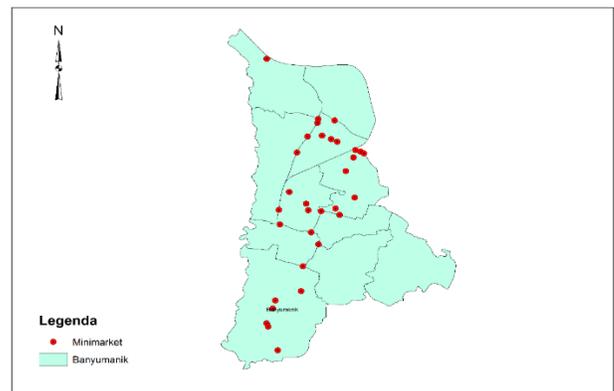


Gambar 4. Persebaran Minimarket tahun 2004

Persebaran minimarket pada tahun 2004, hanya terdapat 23 titik minimarket pada tahun 2004 diseluruh kecamatan di Kota Semarang.

4.1.2. Hasil Persebaran Per-Kecamatan

Minimarket telah menjamur di seluruh kecamatan di Kota Semarang, bahkan jumlahnya hampir mendekati batas kuota yang telah ditetapkan oleh Pemerintah Kota Semarang sebagaimana yang telah tercantum didalam Peraturan Walikota Semarang no 5 tahun 2013 tentang Penataan Toko Modern Minimarket Kota Semarang. Berikut adalah persebaran minimarket pada 16 kecamatan di Kota Semarang.



Gambar 5.Persebaran Minimarket di Kecamatan Banyumanik

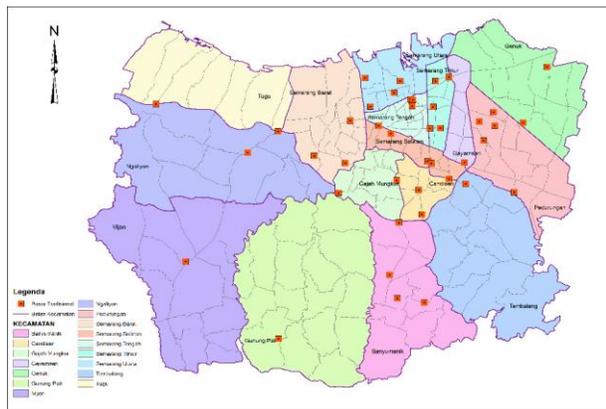
Pada Kecamatan Banyumanik terdapat 32 titik persebaran minimarket yang tersebar diseluruh Kecamatan Banyumanik.

Tabel 2. Jumlah Minimarket setiap kecamatan

Kecamatan	1994	2000	2002	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Mijen	0	0	0	1	3	3	3	7	8	9	9	10	14	16*
Tugu	0	0	0	0	0	0	0	1	4	5	6	6	9	9*
Semarang Tengah	0	0	0	1	1	1	1	2	3	10	12	18	26	28*
Semarang Selatan	0	0	1	5	5	5	6	8	11	15	17	22	26	28*
Pedurungan	0	0	1	3	4	7	12	18	27	33	35	40	44	46*
Tembalang	0	0	1	1	3	3	10	14	20	22	25	30	40	49*
Gunungpati	0	0	0	0	0	1	3	3	3	4	4	5	5	9
Banyumanik	1	2	2	6	6	9	10	12	17	21	26	30	31	32
Gajahmungkur	0	0	0	2	2	2	3	3	5	7	7	7	8	9
Candisari	0	0	0	1	2	2	2	2	2	5	6	8	9	12
Genuk	0	0	0	1	1	1	1	2	3	5	5	7	7	9
Gayamsari	0	0	0	1	1	1	2	3	5	6	9	10	12	13
Semarang Timur	0	0	1	1	1	1	1	2	2	2	4	5	7	8
Semarang Utara	0	1	1	2	2	2	3	4	5	5	7	7	9	9
Semarang Barat	0	0	0	5	5	5	8	9	12	15	18	20	22	25
Ngaliyan	1	2	2	3	3	5	6	7	9	10	12	14	15	16

4.1.3. Hasil Persebaran Pasar Tradisional

Dari hasil survey lapangan dan perolehan data, terdapat beberapa pasar tradisional yang terletak di Kota Semarang, data dapat dilihat pada lampiran, berikut ini adalah peta persebaran pasar tradisional di Kota Semarang :

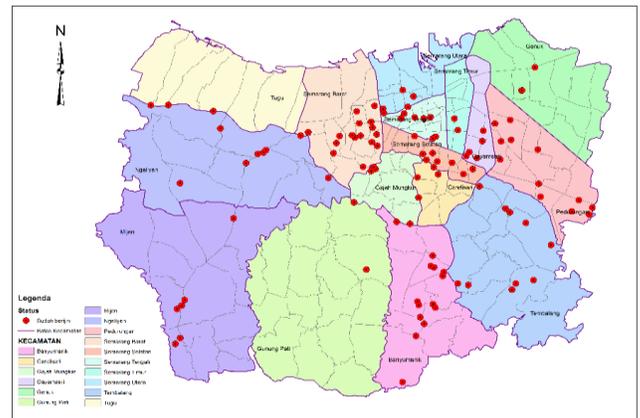


Gambar 6. Persebaran Pasar Tradisional di Kota Semarang

Setiap kecamatan di Kota Semarang terdapat pasar tradisional, diatas adalah persebaran pasar-pasar tradisional di Kota Semarang. Jumlah pasar tradisional di Semarang adalah 43 titik pasar tradisional yang tersebar diseluruh kecamatan di Kota Semarang.

4.1.4. Persebaran Minimarket yang telah memiliki ijin dan proses perijinan

Minimarket di Kota Semarang hanya sebagian yang telah memiliki ijin dari Pemerintah Balaikota Semarang. Rata – rata hanya 34% minimarket yang telah memiliki ijin atau hanya 109 titik minimarket dari 318 titik minimarket yang berada di Kota Semarang. Berikut adalah peta persebaran minimarket yang telah memiliki ijin dan yang dalam proses perijinan :

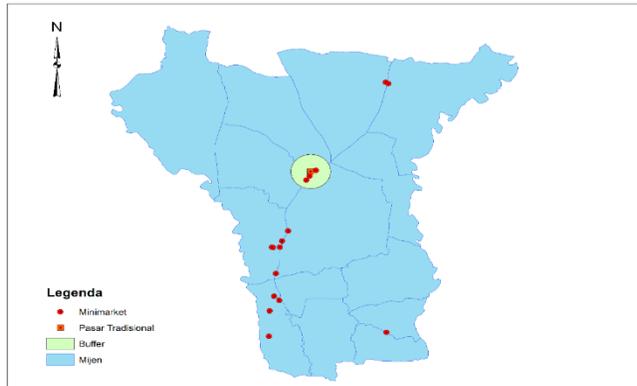


Gambar 7. Persebaran Minimarket telah memiliki ijin

4.1.5. Hasil dan analisis minimarket terhadap pasar tradisional

Pada penelitian dilakukan analisis hanya terhadap 6 kecamatan yang berada di Kota Semarang. Kecamatan tersebut adalah Kecamatan Mijen, Kecamatan Tugu, Kecamatan Semarang Tengah, Kecamatan Semarang Selatan, Kecamatan Pedurungan, dan Kecamatan Tembalang. Pemilihan kecamatan ini berdasarkan kuota minimarket yang telah ditentukan oleh

Pemerintah Balaikota Semarang. Kecamatan Mijen dan Kecamatan Tugu termasuk dalam kuota yang sedikit, Kecamatan Semarang Tengah dan Kecamatan Semarang Selatan termasuk dalam kuota yang sedang dan terakhir Kecamatan Pedurungan dan Kecamatan Tembalang termasuk dalam kuota banyak. Berikut adalah peta persebaran minimarket terhadap peraturan pemerintah tentang jarak yang harus ditaati oleh pihak minimarket, yaitu harus berjarak minimal 500 m dari pasar tradisional.



Gambar 8.Peta minimarket yang terkena radius 500 m

Pada Kecamatan Mijen hanya terdapat 16 titik minimarket, namun ada 3 minimarket yang terletak pada radius 500 m dari pasar tradisional. Minimarket yang terkena dalam radius 500 m tersebut adalah minimarket indomaret di jalan raya mijen, indomaret di jalan raya mijen 23 rt 2 rw 2 dan minimarket alfamart di jalan raya mijen rt 1 rw 1.

4.1.6 Analisis Pola Pertumbuhan Minimarket

Minimarket di Kota Semarang mengalami pertumbuhan pada setiap tahunnya. Tentunya pertumbuhan tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti jumlah penduduk, konsumen pasar, dan lain sebagainya. Dalam pertumbuhan tersebut tentunya ada pola pergerakan dari minimarket baru yang dibangun, tidak bisa minimarket dibangun tanpa memperhatikan daerah sekitar seperti akses jalan, jumlah konsumen dan lain sebagainya. Pada tahun 2004 terdapat 23 titik minimarket baru yang dibangun dan pada tahun 2014 sudah terdapat 318 titik minimarket di Kota Semarang, angka tersebut sangat banyak sekali. Pola pergerakan minimarket bisa dilihat pada gambar 4.39 yang adalah peta persebaran minimarket pada tahun 2014, bisa dianalisis pada pergerakan pertumbuhan minimarket tersebut terjadi pada pusat kota, jalan nasional dan jumlah pemukiman. Pergerakan minimarket tersebar dalam tiga faktor tersebut, pertama

terjadi di pusat kota, kemudian di jalan nasional dan terakhir pada jumlah pemukiman penduduk.

4.2. Hubungan Minimarket Terhadap Jumlah Penduduk

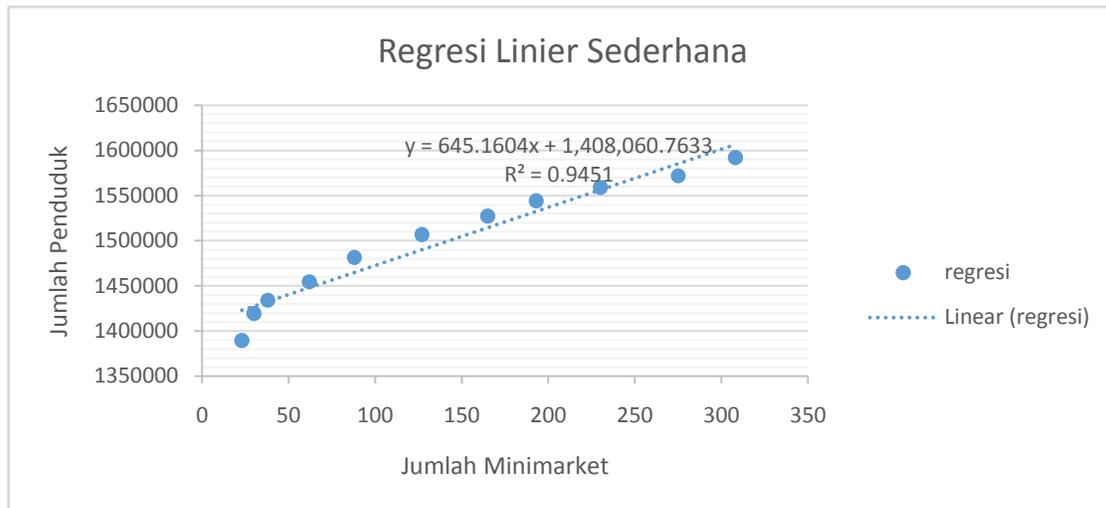
Pertumbuhan jumlah juga bisa mempengaruhi jumlah minimarket baru yang dibuka. Karena semakin banyak penduduk di suatu tempat maka juga akan mempengaruhi jumlah kebutuhan yang dibutuhkan pada daerah tersebut. Berikut ini adalah grafik pertumbuhan minimarket pada tahun 2004 sampai 2014 dan grafik pertumbuhan penduduk dari 2004 sampai 2014. Dapat terlihat pada gambar 9 dan gambar 10, itu adalah grafik yang menunjukkan bahwa terdapat pertambahan penduduk dan minimarket pada setiap tahunnya.



Gambar 9.Grafik Pertumbuhan Minimarket di Kota Semarang



Gambar 10.Grafik Pertumbuhan Jumlah Penduduk di Kota Semarang



Gambar 11. Grafik Regresi Linier

4.3. Rekomendasi Minimarket Baru

Untuk tempat dan jumlah minimarket baru di Kota Semarang dapat diambil dari batas kuota maksimal

yang telah ditetapkan oleh pihak Pemerintah Kota Semarang. Sebagai sampel adalah 6 kecamatan diatas yang dijadikan analisis pada penelitian ini. Dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 3.Jumlah Rekomendasi Minimarket

Baru				
No	Kecamatan	Minimarket	Kuota	Persentase
1	Mijen*	16	17	94%
2	Tugu*	9	16	56%
3	Semarang Selatan*	28	35	80%
4	Semarang Tengah*	28	32	87%
5	Tembalang*	49	53	92%
6	Pedurungan*	46	58	79%
7	Banyumanik	32	52	61%
8	Candisari	12	24	50%
9	Gajahmungkur	9	27	33%
10	Gayamsari	13	28	46%
11	Genuk	9	25	36%
12	Gunungpati	9	19	47%
13	Ngaliyan	16	33	48%
14	Semarang Barat	25	54	46%
15	Semarang Timur	8	27	29%
16	Semarang Utara	9	29	31%

5. Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan maka diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Minimarket di Kota Semarang bertumbuh dengan pesat dan setiap tahunnya mengalami penambahan jumlah minimarket. Pertumbuhan minimarket di Kota dapat dilihat dari jumlah minimarket pada tahun 2004

hanya berjumlah 23 minimarket dan pada tahun 2014 berjumlah 318 minimarket.

2. Berdasarkan data yang ada di Balaikota Kota Semarang, baru 109 titik atau 34 % dari total keseluruhan minimarket yang ada di Kota Semarang yang telah mengantongi ijin dari Balaikota Kota Semarang per November 2014.
3. Berdasarkan Peraturan Walikota No 5 Tahun 2013, terdapat 38 titik minimarket yang tidak sesuai atau termasuk dalam radius 500 m, yang

4. telah tercantum di dalam Peraturan Walikota No 5 Tahun 2013.

5.2 Saran

Dari hasil analisis yang diperoleh dalam penelitian ini, dapat dikemukakan saran-saran sebagai berikut :

1. Pada penelitian ini menekankan pada faktor lokasi dan jarak, lokasi sekitar, serta akses sebaiknya dikembangkan menggunakan factor-faktor lain yang mempengaruhi lokasi minimarket seperti : topografi, zona, dampak lingkungan dan keuntungan.
2. Objek kajian minimarket dikaitkan dengan keberadaan perdagangan lainnya seperti : *supermarket, hypermarket, dan mall.*

DAFTAR PUSTAKA

- Ghosh, Avjit. 1997. *Retail Management Second Edition*. Dryden Press. Florida
- Kotler, Philip, 2005. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta. PT. Indeks Kelompok gramedia
- Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 Tentang *Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern*
- Peraturan Walikota Semarang Nomor 5 Tahun 2013 Tentang *Penataan Toko Modern Minimarket Kota Semarang*
- Yunus, Hadi Sabari, 2010. *Metodologi Penelitian Wilayah Kontemporer*. Pustaka Pelajar