

PEMETAAN MINIMARKET DI KOTA PADANG

Nilia Supranita

Program Studi Pendidikan Geografi STKIP PGRI Sumatera Barat
supranitanila@gmail.com

Abstract

This study aims to (1) Know the conditions minimarket in Padang, (a) Size minimarket (b) Number of employees minimarket and (2) Determine the distribution pattern minimarket in Padang. This paper research is a descriptive quantitative research. The population in this study were all minimarket in Padang totaling 142 minimarket. With data collection techniques directly into the field. Anailisis spatial data is done by a technique that is the nearest neighbor analysis and descriptive analysis with the calculation of percentages. The results showed that (1) Spread minimarket in the city of Padang, where there are 11 districts in the city of Padang there is one sub-district that does not have the minimarket, Bungus Teluk Kabung sackclo districts. Then it is also known that the category minimarket broad based with most major categories are in the Eastern District of Padang as much as 9 minimarket or 42.86%. While the minimarket by category of employees with most major categories in the District that is as much as 6 minimarket or 60%. (2) Distribution minimarktet in Padang is not random pattern, but the pattern is clusters (cluster). Key Words: mapping, minimarket, Average Nearest Neighbor Summary

PENDAHULUAN

Ritel modern pertama kali hadir di Indonesia adalah bersamaan dengan didirikannya Toserba Sarinah pada tahun 1962 (Suryadarma et all, 2007) yang kemudian disusul dengan beroperasinya ritel terbesar Jepang yakni ‘Sogo’ pada awal tahun 1990, yang sekaligus menjadi tonggak sejarah masuknya ritel asing di Indonesia. Format bisnis ini terus berkembang tetapi hanya melayani masyarakat kelas menengah atas (CPIS 1994) dan masih terkonsentrasi di kota-kota besar. Akibat meningkatnya persaingan tersebut mendorong kemunculan supermarket di kota-kota kecil dalam rangka mencari pelanggan baru dan terjadinya perang harga agar konsumen kelas menengah sampai kelas bawah dapat mengakses supermarket. Hal tersebutlah yang akhirnya melahirkan 3 jenis pasar modern di Indonesia, yaitu minimarket, supermarket dan hypermarket. Minimarket sebagai salah satu pasar modern, memiliki pertumbuhan omset yang sangat baik. hal ini terbukti pada tahun 2004 sampai 2008 omset minimarket meningkat sangat tinggi, rata-rata 38,1% per tahun (AC Nielsen, Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia. Media Data).

Perdagangan retail (eceran) merupakan perdagangan yang cukup strategis di Kota Padang. perdagangan retail ini mampu menyerap tenaga kerja setelah industri pertanian. Sebagaimana kita ketahui dalam perdagangan manapun pasti

kita menemukan persaingan didalamnya tidak terkecuali pedagang retail di Kota Padang. Persaingan perdagangan membelah menjadi dua blok besar, yang pertama blok retail tradisional yang secara langsung diwakili oleh pedagang kios kecil di pinggir jalan dan pasar tradisional serta yang kedua adalah blok retail modern yang diwakili oleh minimarket, dan lain sebagainya. Persaingan perdagangan retail ini memang bukan hal yang baru.

Selain itu banyak juga minimarket yang mengusung merek lokal perseorangan. Jumlah mini market yang semakin bertambah menyebabkan persaingan yang ketat, disatu jalan misalnya dapat kita jumpai 2 minimarket waralaba dengan hanya berjarak beberapa meter bahkan tidak jarang saling berhadap-hadapan, sehingga keberadaan pedagang kios kecil semakin terhimpit dalam persaingan yang ketat ini.

Menjamurnya minimarket pada satu sisi menunjukkan perkembangan perekonomian yang bagus. Ekspansi minimarket didaerah-daerah merupakan akses dan kemajuan perekonomian indonesia secara makro, namun disisi lain gairah ekonomi itu ternyata memicu keresahan dikalangan pedandang kios kecil kelas rumah rumah tangga yang ada. Kehadiran kelas modern tersebut telah memunculkan iklim persaingan yang tidak sehat yang merugikan pedagang kios kecil tidak menutup kemungkinan.

Kondisi yang timpang tersebut juga berpotensi menumbuhkan benih-benih kecemburuan sosial di antara para pelaku perdagangan membuat pedandang kios kecil khususnya merupakan pedandang rumah tangga yang memiliki modal terbatas. Kondisi usahanya makin terpuruk bahkan mati karena kalah bersaing dengan minimarket yang menawarkan kenyamanan berbelanja. Kemudahan pembayaran, kualitas produk yang lebih baik dan nilai plus lainnya bila dibandingkan dengan apa yang dapat ditawarkan oleh perdagangan kios kecil. Hal ini menyebabkan persaingan antara mini market dengan pedagang kios kecil semakin tidak seimbang.

Dalam Perpres No.122/2007 pasal 1 ayat 12 yang menyatakan zonasi, yaitu jarak minimarket 1 km dengan pedandang kios kecil /tradisional. Selain itu, izin usaha yang tidak terkontrol menyebabkan banyak keberadaan minimarket yang

lokasinya relatif dekat dengan usaha skala kecil, terbukti dengan meningkatnya keberadaan pasar modern di Kota Padang. Banyak minimarket dibangun, ruko, hal ini dilakukan dengan membongkar rumah lalu membangunnya kembali menjadi tempat bisnis. Patut diduga minimarket seperti itu melanggar peruntukan lahan, karena rumah disulap menjadi tempat bisnis.

Hal ini mengindikasikan bahwa dinamika ekonomi Indonesia adalah dinamika ekonomi yang secara dominan dimainkan oleh para pelaku ekonomi di tingkat atas. Potensi ini seharusnya lebih dapat dikembangkan lagi agar perdagangan dalam negeri lebih kuat dan lebih efisien dalam rangka penguatan ekonomi masyarakat kecil. Citra perdagangan tradisional yang kurang baik itu haruslah mendapat penangan yang serius dari pemerintah karena menyangkut hajat hidup orang banyak. Pembinaan para pedagang kios kecil kelas rumah tangga untuk menjadi tempat perbelanjaan yang nyaman dan menarik adalah suatu tantangan yang cukup berat yang harus diupayakan pemerintah sebagai rasa tanggung jawab kepada publik serta harus mendorong perdagangan tradisional untuk melakukan perubahan pelayanan layaknya pedagang modern agar tidak tersingkir dalam perebutan konsumen.

Wilayah yang ada di Kota Padang meliputi 11 Kecamatan, yaitu Kecamatan Nanggalo, Kecamatan Padang Timur, Kecamatan Padang Barat, Kecamatan Padang Utara, Kecamatan Kuranji, Kecamatan Pauh, Kecamatan Padang Selatan, Kecamatan Lubuk Kilangan, Kecamatan Lubuk Begalung, Kecamatan Bungus Teluk Kabung dan Kecamatan Koto Tangah. Dari survey yang telah dilakukan dari tanggal 16 Februari sampai dengan tanggal 6 Maret 2015 diperoleh 142 minimarket yang ada di Kota Padang.

Permasalahan yang ditemui yaitu kebanyakan masyarakat yang ada di Kota Padang cenderung lebih memilih untuk memanfaatkan minimarket atau Plaza yang ada di Kota Padang dari pada pasar tradisional atau kios kecil lainnya. Selain itu barang yang disediakan di minimarket juga hampir selengkap yang ada di plaza, selain itu minimarket yang ada di Kota Padang juga belum terlokasikan dengan baik karena jarak antara minimarket tidak tertata dengan rapi.

Pada dasarnya dengan adanya peta akan memberi beberapa manfaat diantaranya menunjukkan lokasi sebuah objek atau tempat tertentu, memberikan gambaran secara umum tentang permukaan bumi yang meliputi bentuk, luas, dan jarak antara satu tempat dengan tempat yang lain, menunjukkan berbagai bentang alam pada suatu wilayah, seperti relief, pegunungan, gurun pasir, sungai, tanah, dan lain-lain dan menunjukkan kenampakan sosial budaya berupa jumlah dan persebaran, seperti jumlah dan persebaran tanah pertanian, persebaran permukiman, persebaran flora dan fauna, perkotaan, dan lain-lain.

Dengan menempuh jarak yang sama masyarakat tetap cenderung memilih belanja di minimarket daripada kios atau pasar tradisional.

METODOLOGI

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Alat yang digunakan adalah komputer, Software arc GIS digunakan sebagai pembuatan peta dan pengolahan data untuk membuat peta, GPS (*Global Positioning System*) digunakan untuk mengambil titik koordinat di lapangan (lintang, bujur dan ketinggian) dan kamera digunakan untuk pengambilan gambar minimarket.

Bahan yang digunakan adalah peta administrasi Kota Padang skala 1:100.000, dan minimarket di Kota Padang tahun 2015

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh minimarket di Kota Padang yang berjumlah 142 minimarket.

Teknik analisa data yang digunakan adalah teknik analisa keruangan berupa pemetaan persebaran minimarket di Kota Padang yaitu dengan menggunakan analisis tetangga terdekat dengan mengetahui nilai T dan mengetahui pola persebaran objek dalam hal ini adalah minimarket yang ada di Kota Padang, selanjutnya dilakukan analisa deskriptif (Bintarto dan Hadisumarno,1987)

PEMBAHASAN

Ketenaran Kota Padang merambah ke mana-mana berkat “rumah makan Padang” dan “orang-orang Padang”. Padang sebenarnya kota rantau, sekitar 60 persen penduduknya berasal dari orang (perantau) asal Padang Pariaman, sekitar 20 persen dari Solok, dan sisanya dari daerah lain, termasuk etnik Nias, Cina, Keling dan Jawa.

Tabel 2. Luas Wilayah Kota Padang

NO.	Kecamatan	Luas (Km ²)
1	Bungus Teluk Kabung	100,78
2	Lubuk Kilangan	85,99
3	Lubuk Begalung	30,91
4	Padang Selatan	10,03
5	Padang Timur	8,15
6	Padang Barat	7,00
7	Padang Utara	8,08
8	Nanggalo	8,07
9	Kuranji	57,41
10	Pauh	146,29
11	Koto Tengah	232,25
TOTAL		694,96

Sumber: Data Sekunder 2015

Secara geografis wilayah Kota Padang berada antara 00°44'00"-01°08'35"LS dan 100°05'05"-100°34'09" BT dengan luas wilayah 694,96 Km² dengan batas-batas sebagai berikut :

- a. Batas Utara : Kabupaten Padang Pariaman
- b. Batas Selatan : Kabupaten Pesisir Selatan
- c. Batas TimuR : Selat Mentawai
- d. Batas Barat : Kabupaten Solok

Selengkapnya mengenai gambaran umum wilayah penelitian dapat dilihat pada gambar (peta terlampir).

1. Kondisi Minimarket di Kota Padang

Penyebaran minimarket di Kota Padang, dimana terdapat 11 Kecamatan yang ada di Kota Padang ada 1 Kecamatan yang dianggap tidak memiliki minimarket yakni kecamatan Bungus Teluk Kabung, disini peneliti melakukan penelitian dengan langsung terjun kelapangan dengan menggunakan GPS. Pada daerah Bungus Teluk Kabung ini memang ada minimarket tetapi didekat minimarket tersebut tidak dapat signal GPS sehingga data GPS tidak bisa diambil. Kemudian juga diketahui bahwa kategori minimarket berdasarkan

luas dengan kategori besar terbanyak berada di Kecamatan Padang Timur yakni sebanyak 9 minimarket atau 42.86%. sedangkan minimarket berdasarkan kategori karyawan dengan kategori besar terbanyak berada di Kecamatan Koto Tangah yakni sebanyak 15 orang karyawan minimarket atau 78%. Selengkapnya mengenai Kondisi minimarket yang ada di Kota Padang dapat dilihat pada (peta terlampir). Selengkapnya mengenai sebaran minimarket yang ada di Kota Padang dapat dilihat pada gambar (peta terlampir).

2. Pola Persebaran Minimarket di Kota Padang

Dengan menggunakan analisis tetangga terdekat yang menggunakan taraf keyakinan = 95% dan tingkat torelansi kesalahan = 5 %. Diperoleh nilai $Z = 9,14$ diperoleh nilai P berdasarkan tabel probabilitas nilai z pada distribusi normal adalah 0.000 ($\text{prob} \leq 0,05$) sehingga dapat disimpulkan H_0 ditolak. Dengan ditolaknya H_0 , berarti sebaran minimarket di Kota Padang berpola cluster (mengelompok). Kemudian juga diketahui nilai T diperoleh sebesar 0,59 dan nilai ini berada antara 0-1 dengan kategori cluster (mengelompok).

Perhitungan analisis tetangga terdekat tidak didasarkan atas batas wilayah pada masing-masing kecamatan yang ada di Kota Padang, namun dihitung berdasarkan per zone (daerah) wilayah penelitian yaitu terbagi pada 11 Kecamatan yang ada di Kota Padang. Jadi dapat disimpulkan bahwa sebaran minimarket di Kota Padang berpola cluster (mengelompok). Selengkapnya mengenai sebaran minimarket yang ada di Kota Padang dapat dilihat pada gambar (peta terlampir).

Penyebaran minimarket di Kota Padang, dimana terdapat 11 Kecamatan yang ada di Kota Padang ada 1 Kecamatan yang dianggap tidak memiliki minimarket yakni kecamatan Bungus Teluk Kabung, disini peneliti melakukan penelitian dengan langsung terjun kelapangan dengan menggunakan GPS. Pada daerah Bungus Teluk Kabung ini memang ada minimarket tetapi didekat minimarket tersebut tidak dapat signal GPS sehingga data GPS tidak bisa diambil. Kemudian juga diketahui bahwa kategori minimarket berdasarkan luas dengan kategori besar terbanyak berada di Kecamatan Padang Timur yakni sebanyak 9 minimarket atau 42.86%. sedangkan minimarket berdasarkan kategori karyawan dengan kategori besar terbanyak berada di Kecamatan Koto Tangah yakni sebanyak 15 orang

karyawan minimarket atau 78%. Sebaran minimarket di Kota Padang berpola cluster (mengelompok). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Irmayana (2011) menemukan bahwa distribusi SMA Negeri di kota Padang menyebar setiap kecamatan dengan pola persebaran random dan acak. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Nurmala (2014) dalam penelitiannya yang berjudul “Pemetaan Persebaran Pedagang Kaki Lima Disepanjang Jalan Jendral Sudirman Kota Duri Kecamatan Mandau” juga ditemukan bahwa penyebaran pedagang kaki lima disepanjang jalan sudirman kecamatan mandau dengan pola persebaran random acak.

KESIMPULAN

1. Penyebaran minimarket di Kota Padang, dimana terdapat 11 Kecamatan yang ada di Kota Padang ada 1 Kecamatan yang dianggap tidak memiliki minimarket yakni kecamatan Bungus Teluk Kabung, disini peneliti melakukan penelitian dengan langsung terjun kelapangan dengan menggunakan GPS. Pada daerah Bungus Teluk Kabung ini memang ada minimarket tetapi didekat minimarket tersebut tidak dapat signal GPS sehingga data GPS tidak bisa diambil. Kemudian juga diketahui bahwa kategori minimarket berdasarkan luas dengan kategori besar terbanyak berada di Kecamatan Padang Timur yakni sebanyak 9 minimarket atau 42.86%. sedangkan minimarket berdasarkan kategori karyawan dengan kategori besar terbanyak berada di Kecamatan Koto Tangah yakni sebanyak 15 orang karyawan minimarket atau 78%.
2. Sebaran minimarket di Kota Padang berpola *cluster* (mengelompok).

DAFTAR PUSTAKA

- Irmayana. 2011. *Aplikasi SIG untuk Pemetaan Distribusi SMA Negeri di Kota Padang. Skripsi*. Padang : FIS UNP
- Bintarto & Surastopo Hadisumarno. 1987. *Metode Analisis Geografi*. Jakarta : LP3ES
- Nurmala. 2014. *Pemetaan Persebaran Pedagang Kaki Lima Disepanjang Jalan Jendral Sudirman Kota Duri Kecamatan Mandau. Skripsi*.

Suryadarma, D., Poesoro, A., Budiyati, S., Akhmadi & Rosfadhila, M. 2007.
*Impact of Supermarkets on Traditional Markets and retailers in Indonesia's
Urban centers. Research report.* Smeru. The Smeru Research Institute,
August 2007.