

**PENENTUAN SKALA PELAYANAN
PADA KAWASAN PERDAGANAGAN
BAGIAN KOTA MALANG BARAT**

**DETERMINATION OF SERVICE SCALE IN
THE TRADE AREA OF MALANG CITY WEST**

Onisda Rut Damayani Ziliwu, Agung Witjaksono, Annisaa Hamidah Imaduddin
Jurusan Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan,
Institut Teknologi Nasional Malang (ITN)
Jl. Bendungan Sigura-gura No.2 Malang Telp. (0341) 551431, 553015
e-mail: onisdaziliwu@gmail.com

Abstract

Trade is something very important in the economic activities of a country. High levels of trading activities of a country is an indication of prosperity its community level as well as be a yardstick the level of economy and the development of the region itself. So you could say trade is economic vein of a country. The purpose in research the end of this task is to determine the scale of trade in services road area dieng-terusan dieng street and surrounding areas that are in the west city of Malang. Because according to regional regulations RTRW Malang trade area of research locations inside the sub of service center for west city of Malang. So as to need do research about the scale of the existing services on site has the extent to which serves serving the area

To get results of the study used method of to analyze with the qualitative descriptive to assess the four aspects distance service, broad place, type of goods sold and trade facilities unit of building. To the second in this study uses the weighting and skoring on unit of trade to determine services scale for the whole research

The results of the analysis variable on the type of the services to the analysis result of coverage largest scale is local of 24 building, variable the local large scale 25 building, the type of goods sold local scale 39 building, and variable facilities local scale 44 building at trade. From the analysis whole concluded that trade area are on Dieng- Terusan Dieng street and surrounding west city of Malang is trade area still dominated local services scale 78 % , services scale 22 district % and services scale 0 % regional

Keywords: Trade , Benchmarks , Services Scale

Abstrak

Perdagangan merupakan suatu hal yang sangat penting dalam kegiatan perekonomian suatu negara. Tingginya tingkat aktivitas perdagangan suatu negara menjadi indikasi tingkat kemakmuran masyarakatnya serta menjadi tolok ukur tingkat perekonomian dan perkembangan wilayah itu sendiri. Sehingga bisa dibilang perdagangan merupakan urat nadi perekonomian suatu negara. Tujuan dalam penelitian tugas akhir ini adalah menentukan skala pelayanan perdagangan pada kawasan Jalan Dieng-Terusan Dieng dan sekitarnya yang berada pada Kota Malang Barat. Karena menurut Peraturan Daerah RTRW Kota Malang kawasan perdagangan lokasi penelitian masuk kedalam sub pusat pelayanan Kota Malang Barat. Sehingga perlu dilakukannya riset mengenai skala pelayanan yang ada pada lokasi tersebut sudah sejauh mana berfungsi melayani kawasan tersebut.

Untuk mendapatkan hasil dari penelitian digunakan metode untuk menganalisa dengan metode deskriptif kualitatif untuk mengkaji keempat aspek yaitu jarak pelayanan, luas tempat, jenis barang yang dijual dan sarana fasilitas perdagangan tiap unit bangunan. Pada sasaran kedua dalam penelitian ini menggunakan metode pembobotan dan skoring pada tiap unit perdagangan untuk menentukan skala pelayanan keseluruhan pada kawasan penelitian.

Hasil analisa variabel mengenai jenis skala pelayanan pada hasil analisa jangkauan pelayanan skala terbesar adalah Lokal dengan jumlah 24 bangunan , variabel luas tempat skala

Lokal 25 bangunan, variabel jenis barang yang dijual skala Lokal 39 bangunan, dan variabel sarana fasilitas skala Lokal 44 bangunan pada perdagangan. Dari hasil analisis keseluruhan disimpulkan bahwa kawasan perdagangan yang terdapat di Jalan Dieng- Terusan dieng dan sekitarnya bagian Kota M. Barat merupakan kawasan perdagangan yang masih di dominasi oleh Skala Pelayanan Lokal dengan 78%, Skala Pelayanan Distrik 22% dan Skala Pelayanan Regional 0%.

Kata Kunci : Perdagangan, Tolok Ukur, Skala Pelayanan

I. PENDAHULUAN

Perdagangan merupakan suatu hal yang sangat penting dalam kegiatan perekonomian suatu negara. Giatnya aktivitas perdagangan suatu negara menjadi indikasi tingkat kemakmuran masyarakatnya serta menjadi tolok ukur tingkat perekonomian dan perkembangan wilayah tersebut. Sehingga bisa dibilang perdagangan merupakan urat nadi perekonomian suatu negara. Melalui perdagangan pula suatu negara bisa menjalin hubungan diplomatik dengan negara tetangga sehingga secara tidak langsung perdagangan juga berhubungan erat dengan dunia politik.

Perdagangan adalah suatu aktivitas jual beli yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan. Usaha perdagangan dapat dimulai dari unit terkecil hingga antar negara. Perdagangan dalam unit terkecil contohnya adalah warung kelontong ditepi jalan. Sedangkan perdagangan dalam tingkat antar negara berkaitan dengan ekspor-import antar negara yang melibatkan berbagai kebijakan antar negara (Tarigan,2005).

Dalam struktur ruang kota Malang, Kota Malang termasuk dalam Pusat Kegiatan Wilayah (PKW) dimana kota malang berfungsi atau berpotensi sebagai simpul transportasi yang melayani skala provinsi atau beberapa kabupaten lainnya. Lokasi pada penelitian ini termasuk dalam Sub Pusat Pelayanan wilayah bagian Kota Malang Barat yang melayani dengan skala Distrik.

Melalui data yang didapatkan dari RTRW Kota Malang tahun 2001-2016, selama lima belas tahun terakhir ini perkembangan mall, pasar swalayan, resto, rumah makan, minimarket dan pedagang kaki lima yang ada di Kota

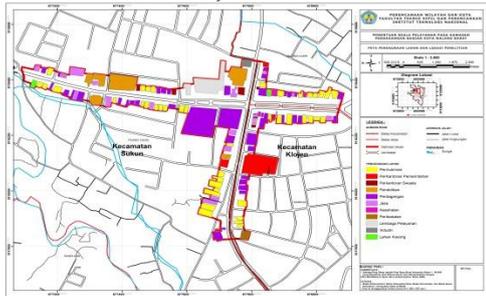
Malang sangat pesat. Kegiatan perdagangan jenis ini mulai dari pembangunan MATOS (*Malang Town Square*) pada tahun 2005, MOG (*Mall Olympic Garden*) pada tahun 2008, Cyber Mall pada tahun 2014, MCP (*Malang City Point*) pada tahun 2014, Mall Dinoyo pada tahun 2015 dan diikuti dengan bangunan-bangunan komersial lainnya yang mendukung masyarakat untuk berdagang.

Dalam struktur ruang kota Malang, Kota Malang termasuk dalam Pusat Kegiatan Wilayah (PKW) dimana kota malang berfungsi atau berpotensi sebagai simpul transportasi yang melayani skala provinsi atau beberapa kabupaten lainnya. Lokasi pada penelitian ini termasuk dalam Sub Pusat Pelayanan wilayah bagian Kota Malang Barat yang melayani dengan skala Distrik.

Berdasarkan data Peraturan Daerah Kota Malang No 4 tahun 2011 tentang RTRW Kota Malang 2010-2030 wilayah Kota Malang Barat memiliki sub pusat pelayanan kota berada di kawasan Jalan Dieng - Terusan Dieng dan sekitarnya, meliputi wilayah sebagian Kecamatan Sukun, dengan fungsi: 1) Pelayanan primer : industri, fasilitas umum, dan perumahan 2) Pelayanan Sekunder : pendidikan, pertanian, perdagangan jasa, sarana olahraga, dan RTH.

Usaha perdagangan merupakan usaha yang akan selalu berkembang dan diharapkan akan mampu menyerap banyak tenaga kerja. Perdagangan sangat berperan dalam perekonomian suatu wilayah, tidak terkecuali di daerah kajian (Jalan Dieng-Terusan Dieng dan sekitarnya, Kecamatan Sukun Kota Malang) yang terjadi pada saat ini. Pada lokasi penelitian ini, ditemukan banyak sekali usaha perdagangan yang dilakukan dengan berbagai macam variasi. Salah

satu pemanfaatan lahan terbanyak yang ada di sepanjang jalan Dieng-Terusan Dieng dan sekitarnya ini dimanfaatkan untuk usaha perdagangan. Hubungan pola keruangan/spasial dari usaha perdagangan di lokasi ini dengan tingkat pelayanan dalam penyebarannya menjadi hal yang menarik untuk dikaji.



Gambar 1. Peta Landuse lokasi penelitian

Skala pelayanan merupakan tolok ukur untuk sebuah kegiatan pelayanan mengenai cakupan atau jangkauan dari terpenuhinya seperti kegiatan perdagangan, pendidikan dan pemerintahan. Hal ini membuat skala pelayanan sangat penting untuk di kaji dan di nilai kinerjanya karena skala pelayanan berpengaruh terhadap jarak, waktu dan mekanisme pelayanan pada masyarakat.

Dari latar belakang diatas diketahui bahwa perdagangan yang berada pada Jalan Dieng - Terusan Dieng dan sekitarnya berfungsi sebagai sub pusat pelayanan sekunder pada wilayah Kota Malang Barat. Seiring berjalannya waktu banyak jenis perdagangan berkembang pada kawasan tersebut. Mulai dari pertokoan, usaha - usaha kuliner, kebutuhan sandang, pangan, papan juga pusat perbelanjaan seperti mall.

Saat ini, belum ada kajian penentuan yang dilakukan untuk menilai skala pelayanan kawasan perdagangan di daerah tersebut sebagai sub pusat pelayanan di Kota Malang Barat apakah sudah berfungsi sesuai dengan ketentuan yang ada pada RTRW Kota Malang. Berdasarkan persoalan tersebut maka perlu dilakukan penentuan mengenai jenis dan skala pelayanan pada perdagangan yang ada apakah sudah berfungsi sesuai dengan

Peraturan Daerah dan RTRW Kota Malang.

Sub pusat pelayanan merupakan bagian dari pusat pelayanan kota yang memiliki fungsi melayani sebagian wilayah dari pusat pelayanan, dan memiliki fungsi yang hampir sama seperti pusat pelayanan di wilayah kota merupakan pusat pelayanan sosial, budaya, ekonomi, dan/atau administrasi masyarakat yang melayani wilayah kota dan regional.

Dalam menentukan dan mengidentifikasi skala pelayanan yang terdapat pada lokasi penelitian perlu adanya teori dan peraturan/standar yang dipakai untuk menganalisa setiap unit perdagangan pada lokasi penelitian.

Sub pusat pelayanan kota adalah suatu pusat yang memberikan pelayanan kepada penduduk dan aktivitas sebagian wilayah kota, dimana ia memiliki hirarki, fungsi, skala, serta wilayah pelayanan yang lebih rendah dari pusat kota, tetapi lebih tinggi dari pusat lingkungan (Yunus Sabari, 2008). Sub pusat ini mempunyai fungsi melayani kebutuhan penduduk dari suatu bagian wilayah kota. Faktor-faktor yang menyebabkan timbulnya suatu pusat-pusat pelayanan yaitu:

1. Faktor Lokasi

Letak suatu wilayah yang strategis menyebabkan suatu wilayah dapat menjadi suatu pusat pelayanan.

2. Faktor Ketersediaan Sumber Daya

Ketersediaan sumber daya dapat menyebabkan suatu wilayah menjadi pusat pelayanan.

3. Kekuatan Aglomerasi

Kekuatan aglomerasi terjadi karena ada sesuatu yang mendorong kegiatan ekonomi sejenis untuk mengelompok pada suatu lokasi karena adanya suatu keuntungan, yang selanjutnya akan menyebabkan timbulnya pusat-pusat kegiatan.

4. Faktor Investasi Pemerintah

Ketiga faktor diatas menyebabkan timbulnya pusat-pusat pelayanan secara ilmiah, sedangkan faktor investasi pemerintah merupakan sesuatu yang sengaja dibuat. Dapat dijelaskan sub pusat pelayanan merupakan bagian dari pusat pelayanan kota yang memiliki fungsi melayani sebagian wilayah dari

pusat pelayanan, dan memiliki fungsi yang hampir sama seperti pusat pelayanan di wilayah kota merupakan pusat pelayanan sosial, budaya, ekonomi, dan/atau administrasi masyarakat yang melayani wilayah kota dan regional.

Menurut White dan Grey (1996), ada empat kategori pusat perbelanjaan ditinjau dari skala pelayanannya, yaitu lingkungan, komunitas, regional, dan super regional. Keempat kategori ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel Kategori Pusat Belanja Berdasarkan Pelayanan

Spesifikasi	Skala Pelayanan			
	Lingkungan	Komunitas	Regional	Super Regional
Luas area gross (m ²)	3.000 s/d 10.000	10.000 s/d 30.000	30.000 s/d 80.000	80.000 s/d 150.000
Total Area (Ha)	7 - 25	24 - 74	74 - 124	124 - 309
Jarak dari rumah atau radius pelayanan (km)	2,25	4,5 - 9	12	18
Waktu Tempuh (menit)	5 - 10	10 -15	15 - 20	30 - 45
Jumlah toko (unit)	15 - 20	40	100	200 - 225
Penduduk yang dilayani	2.500 s/d 40.000	40.000 s/d 150.000	150.000	300.000

Departemen PU dalam buku Petunjuk Perencanaan Kawasan perumahan kota mengklasifikasikan pusat belanja menjadi tiga, yaitu pusat belanja lingkungan (30.000 penduduk), kota (120.000 penduduk), dan wilayah (480.000 penduduk).

Tabel Skala Pelayanan Pusat Belanja di Indonesia

Spesifikasi	Klasifikasi
-------------	-------------

		Pusat Belanja Lingkungan	Pusat Belanja Kota	Pusat Belanja Wilayah
Penduduk yang dilayani (jiwa)		30.000	120.000	480.000
Luas unit berdasarkan kepadatan penduduk (m ²)	<100 jiwa/Ha	27.000	72.000	192.000
	100 - 250 jiwa/Ha	20.250	54.000	144.000
	250 - 500 jiwa/Ha	13.500	36.000	96.000
	>500 jiwa/Ha	10.125	27.000	72.000
Luas tanah (m ²)		0,45 m ² /p x 30.000p = 13.500	0,3 m ² /p x 120.000 = 36.000	0,2 m ² /p x 480.000 = 96.000
Jenis		Toko-toko dan pasar	Toko-toko, pasar, bank, kantor, industri kecil	Toko-toko, pasar, bank, kantor, industri kecil
Lokasi		Jalan utama lingkungan dan mengelompok dengan pusat lingkungan	Mengelompok dengan pusat kecamatan	Mengelompok dengan pusat wilayah
Prosentasi area permukiman yang dilayani (%)		0,93 (atau 0,9 - 1)	0,625 (atau ± 0,6)	0,4

Spesifikasi	Klasifikasi		
	Pusat Belanja Lingkungan	Pusat Belanja Kota	Pusat Belanja Wilayah
Sarana pelengkap	Terminal/pangkalan kecil untuk pemberhentian kendaraan. Tempat parkir umum (sudah termasuk kebutuhan luas tanah), pos polisi, pos pemadam kebakaran, kantor pos pembantu, tempat ibadah	Terminal kecamatan atau pangkalan kendaraan untuk kendaraan umum (sudah termasuk kebutuhan kecil	Terminal bis, oplet, dan kendaraan jenis angkutan penumpang lainnya

Pusat Perbelanjaan Lokal memiliki jangkauan pelayanan penduduk skala lingkungan dan kelurahan. Di kawasan studi, aktivitas dengan skala pelayanan lokal didominasi oleh toko kelontong, warung makanan dan toko-toko lainnya dimana aktivitas ini memiliki kavling <400 m². Konsumennya rata-rata adalah penduduk disekitar kawasan studi. Sementara untuk aktivitas perdagangan dan jasa dengan Skala Pelayanan Distrik mempunyai jangkauan pelayanan hingga Skala Wilayah Kecamatan. Di kawasan studi, aktivitas dengan skala pelayanan distrik, sebagian besar luas kavlingnya adalah 400-5.000 m² seperti toko bahan bangunan dan toko kendaraan bermotor. Ada juga yang

>5.000 m² seperti mall, plaza dan taman hiburan yang berpotensi berkembang di kawasan studi. Aktivitas dalam skala ini mulai menimbulkan beberapa gangguan sehingga membutuhkan fasilitas penunjang untuk mengurangi gangguan tersebut. Sedangkan untuk aktivitas perdagangan dan jasa dengan skala pelayanan regional mempunyai jangkauan pelayanan seluas daerah Kota dan Kabupaten (Marlin dalam Endang,2014).

Beberapa variabel-variabel diatas menjelaskan mengenai klasifikasi standartr pelayanan dari variabel-variabel tersebut peneliti memilih beberapa variabel yang akan di gunakan untuk mendukung penelitian. Variabel yang dipilih peneliti adalah variabel :Pusat perbelanjaan regional, Pusat Perbelanjaan Distrik, dan Pusat Perbelanjaan Lokal. Peneliti memilih variabel tersebut karena sesuai dengan kondisi eksisting pusat perbelanjaan yang di teliti.

Kebutuhan ruang dan lahan untuk sarana ini akan berkaitan juga dengan daya dukung lingkungan dan jalan yang ada di sekitar bangunan sarana tersebut. Besaran kebutuhan ruang dan lahan menurut penggolongan jenis sarana perdagangan dan niaga adalah (SNI 03-1733-2004) :

a) Warung / Toko

Luas lantai yang dibutuhkan ± 50 m² termasuk gudang kecil. Apabila merupakan bangunan tersendiri (tidak bersatu dengan rumah tinggal),luas tanah yang dibutuhkan adalah 100 m²

b) Pertokoan

Luas lantai yang dibutuhkan 1.200 m². Sedangkan luas tanah yang dibutuhkan 3.000 m² (skala pelayanan untuk 6.000 penduduk). Bangunan pertokoan ini harus dilengkapi dengan:

- 1) Tempat parkir kendaraan umum yang dapat dipakai bersama kegiatan lain pada Pusat lingkungan
- 2) Sarana-sarana lain yang erat kaitannya dengan kegiatan warga
- 3) Pos keamanan

c) Pusat Pertokoan dan Pasar Lingkungan

Luas tanah yang dibutuhkan: 10.000 m² (skala pelayanan unit kelurahan ≈ 30.000 penduduk). Bangunan pusat pertokoan / pasar

Lingkungan ini harus dilengkapi dengan:

- 1) Tempat parkir umum, sudah termasuk kebutuhan luas tanah;
- 2) Terminal kecil atau pangkalan untuk pemberhentian kendaraan;
- 3) Pos keamanan;
- 4) Sistem pemadam kebakaran;
- 5) Musholla/tempat ibadah.

d) Pusat Perbelanjaan dan Niaga

Luas tanah yang dibutuhkan adalah 36.000 m² (skala pelayanan unit kelurahan ≈120.000 penduduk). Bangunan Pusat Perbelanjaan dan Niaga ini harus dilengkapi dengan:

- 1) Tempat parkir umum, sudah termasuk kebutuhan luas tanah;
- 2) Terminal kecil atau pangkalan untuk pemberhentian kendaraan;
- 3) Pos keamanan;
- 4) Sistem pemadam kebakaran;
- 5) Musholla/tempat ibadah.

Kegiatan perdagangan dapat diklasifikasikan berdasarkan bentuk tempat perdagangan tersebut seperti jenis makanannya dan cara penyajiannya berikut beberapa pengertian dan penjelasan bentuk tempat perdagangan :

1. Warung

Yaitu warung yang menyediakan kebutuhan rumah tangga seperti sembilan bahan pokok (sembako), makanan dan barang rumah tangga. Warung ini ditemukan berdampingan dengan pemilik rumah yang tidak jauh dengan masyarakat.

2. Toko

Toko atau kedai adalah sebuah tempat tertutup yang di dalamnya terjadi kegiatan perdagangan dengan jenis benda atau barang yang khusus, misalnya toko buku, toko buah, dan sebagainya. Secara fungsi ekonomi, istilah "toko" sesungguhnya hampir sama dengan "kedai" atau "warung". Tetapi pada perkembangan istilah, kedai dan warung cenderung bersifat tradisional dan sederhana, dan warung umumnya dikaitkan dengan tempat penjualan makanan dan minuman. Secara bangunan fisik, toko lebih terkesan mewah dan modern dalam arsitektur bangunannya daripada warung. Toko juga lebih modern dalam

hal barang-barang yang dijual dan proses transaksinya.

3. Minimarket

Sebuah minimarket sebenarnya 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 ia butuhkan dari rak-rak dagangan dan membayarnya dikasir. Sistem ini juga membantu agar pembeli tidak berhutang.

Sebuah minimarket jam bukanya juga lain dari sebuah supermarket, minimarket circle K jam bukanya hingga 24 jam. Minimarket yang ada di Indonesia adalah Alfamart, Indomaret, Ceriamart, Circle K, dan lain-lain. ([http : // ridhass.blogspot.com/2011/03/](http://ridhass.blogspot.com/2011/03/))

4. Supermarket

Pada Supermarket semua barang ada, dari kelontong, sepeda, TV dan camera, furnitur, baju, ikan dan daging, buah2an, minuman, pokoknya serba ada kebutuhan sehari-hari dan berkala. Contohnya : Giant Supermarket, Carrefour Express, Foodmart, Super Indo, dan lain-lain.

5. Mall

Mal adalah jenis dari pusat perbelanjaan yang secara arsitektur berupa bangunan tertutup dengan suhu yang diatur dan memiliki jalur untuk berjalan jalan yang teratur sehingga berada diantara antar toko-toko kecil yang saling berhadapan. Karena bentuk arsitektur bangunannya yang melebar (luas), umumnya sebuah mal memiliki tinggi tiga lantai. Di dalam sebuah mal, penyewa besar (anchor tenant) lebih dari satu (banyak). Seperti jenis pusat perbelanjaan lain seperti toko serba ada untuk masuk di dalamnya. Contoh dari sebuah standar mal adalah Cinere Mall dan Blok M Mall.

Jika ditinjau dari lokasi, mal sebenarnya diperuntukkan berada di dekat lokasi perumahan. Karena itulah bangunan mal melebar, karena dalam pada umumnya lokasi yang dekat perumahan ini, harga tanah relatif lebih murah daripada pembangunan sebuah plaza, yang berada di lokasi pusat kota. Dalam

bangunan mal juga umumnya terdapat atrium.

6. Showroom

Showroom adalah tempat untuk memamerkan produk tertentu, seperti otomotif, furniture, dll yang berfungsi untuk meningkatkan pemasaran. Showroom ada yg bersifat permanen (mis showroom otomotif untuk jangka panjang) dan sementara (hanya selama waktu tertentu/pameran).

7. Butik

Adalah toko pakaian eksklusif yg menjual pakaian modern berikut segala kelengkapannya (terutama untuk wanita) yang sesuai dengan mode mutakhir. Menurut istilah mode, butik adalah busana eksklusif yang dijahit halus dan tidak diproduksi massal.

8. Rumah Makan dan Restaurant

Adalah istilah umum untuk menyebut usaha gastronomi yang menyajikan hidangan kepada masyarakat dan menyediakan tempat untuk menikmati hidangan tersebut serta menetapkan tarif tertentu untuk makanan dan pelayanannya. Meski pada umumnya rumah makan menyajikan makanan di tempat, tetapi ada juga beberapa yang menyediakan layanan take-out dining dan delivery service sebagai salah satu bentuk pelayanan kepada konsumennya. Rumah makan biasanya memiliki spesialisasi dalam jenis makanan yang dihidangkannya. Sebagai contoh yaitu rumah makan chinese food, rumah makan Padang, rumah makan cepat saji (fast food restaurant) dan sebagainya.

Di Indonesia, rumah makan juga biasa disebut dengan istilah restoran. Restoran merupakan kata resapan yang berasal dari bahasa Perancis yang diadaptasi oleh bahasa Inggris; "restaurant" yang berasal dari kata "restaurer" yang berarti "memulihkan".

9. Cafe

Pengertian Kafe (Cafe) adalah tempat untuk bersantai dan berbincang-bincang dimana pengunjung dapat memesan minuman dan makanan. Kafe termasuk tipe restoran namun lebih mengutamakan suasana rileks, hiburan dan kenyamanan pengunjung sehingga menyediakan tempat duduk yang

nyaman dan alunan musik. Kafe biasanya digunakan orang untuk rileks, kafe juga restoran murah yang menyediakan makanan yang mudah diolah atau dihidangkan kembali.

Tujuan dalam penelitian tugas akhir ini adalah menentukan dan mengevaluasi skala pelayanan perdagangan pada kawasan bagian Kota Malang Barat dan sekitarnya apakah sudah berfungsi dan sesuai dengan ketetapan yang ditetapkan pada Perda dan RTRW Kota Malang.

II. METODE PENELITIAN

Metode adalah aspek yang sangat penting dan besar pengaruhnya terhadap berhasil tidaknya suatu penelitian, terutama untuk mengumpulkan data. Sebab data yang diperoleh dalam suatu penelitian merupakan gambaran dari obyek penelitian. Metode Pengumpulan Data merupakan teknik atau cara yang dilakukan untuk mengumpulkan data. Metode menunjuk suatu cara sehingga dapat diperlihatkan penggunaannya melalui angket, wawancara, pengamatan, tes, dokumentasi dan sebagainya.

Dalam penelitian, teknik pengumpulan data merupakan faktor penting demi keberhasilan penelitian. Hal ini berkaitan dengan bagaimana cara mengumpulkan data, siapa sumbernya, dan apa alat yang digunakan. Jenis sumber data adalah mengenai dari mana data diperoleh, apakah data diperoleh dari sumber langsung (data primer) atau data diperoleh dari sumber tidak langsung (data sekunder).

Metode pengumpulan data terdiri dari tahapan persiapan dan teknik survey, pada tahap persiapan ini mencakup kegiatan-kegiatan pemilihan (perumusan) masalah sampai dengan penyusunan instrument (alat pengukur/pengumpulan data). Sedangkan teknik survey merupakan tahapan pengumpulan data dan informasi yang terkait dengan tema penelitian dimana terdiri dari survey primer dan survey sekunder.

Tahapan selanjutnya adalah melakukan persiapan-persiapan berupa

studi literatur dan perumusan variabel. Adapun hal-hal yang perlu dipersiapkan adalah:

1. Studi Literatur

Memadukan literatur-literatur atau kajian kepustakaan untuk menggali dan mengumpulkan informasi dari berbagai sumber yang terkait dengan masalah yang dirumuskan, seperti media massa, buku, makalah seminar, buku maupun laporan-laporan lainnya yang memiliki keterkaitan hubungan dengan masalah yang akan diteliti.

2. Perumusan Variabel Penelitian

Penyusunan variabel yang diperoleh dari beberapa sumber kepustakaan baik dari teori-teori, sumber-sumber yang lain, serta gambaran umum studi.

1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan survei primer dan survey sekunder. Survey primer dilakukan dengan observasi lapangan dan wawancara responden pemilik bangunan perdagangan, sedangkan survei sekunder dilakukan pada instansi-instansi yang terkait dengan tema penelitian.

2. Populasi dan Sampel

Teknik Pengambilan Sampel dilakukan dengan purposive sampling yaitu mengambil sampel dari populasi berdasar suatu kriteria atau tujuan tertentu menurut (Supranto 1992).

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan melakukan pendataan terhadap jumlah penduduk perkecamatan pada lokasi penelitian. Dari data tersebut selanjutnya dilakukan pengolahan dengan menggunakan rumus Slovin yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(d)^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah penduduk perkecamatan

d = Taraf signifikansi sebesar 10% atau 0,1

Tabel Jumlah Penduduk Perkecamatan

No	Kecamatan	Luas (km ²)	Jumlah Penduduk (Jiwa)
1	Sukun	20,97	190.053
2	Klojen	8,83	178.721

Sumber: BPS Kota Malang , KDA 2017

Perhitungan jumlah sampel di kawasan penelitian yang terdiri dari 2 (dua) kecamatan dengan jumlah populasi penduduk : 190.053 jiwa, 178.721 jiwa adalah sebagai berikut, dihitung perkecamatan :

1. 190.053

$$n = \frac{190.053}{1 + 190.053 (0,1)^2}$$

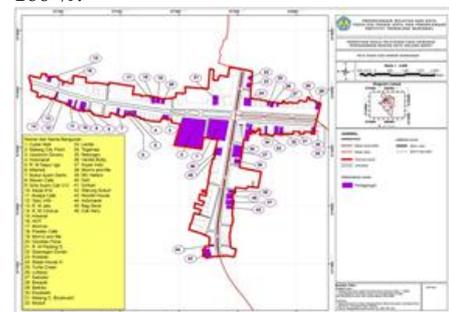
n = 99,94 ~ 100 orang

2. 178.721

$$n = \frac{178.721}{1 + 178.721 (0,1)^2}$$

n = 99,94 ~ 100 orang

Jumlah responden yang didapatkan setelah penghitungan jumlah populasi sampel penduduk pada kedua kecamatan yang terdapat pada lokasi penelitian yang dijadikan sampel sebanyak 200 orang. Untuk pemilihan penyebaran kuesioner menggunakan *proportional cluster random sampling* ditujukan kepada pengunjung pada ke 46 bangunan perdagangan yang terdapat pada lokasi dimana setiap bangunan memiliki masing-masing jumlah sampel respondennya didapatkan dari luas tempat di bagi jumlah responden keseluruhan dikali 100 %.



Gambar 1. Peta Nama bangunan pada lokasi penelitian

3. Teknik Analisis

Dalam penelitian ini terdapat dua tahapan analisis, analisa ditujukan untuk menganalisa data-data amatan di lokasi penelitian, sehingga dapat diketahui hubungan antar variabel yang di gunakan untuk menentukan metode penelitian. Pada penelitian ini metode analisis yang digunakan yaitu metode analisis deskriptif kualitatif dan metode analisis Scoring.

Analisa Deskriptif Kualitatif digunakan untuk Mengidentifikasi skala pelayanan pada fasilitas perdagangan di bagian Kota Malang Barat. Analisis kualitatif merupakan jenis analisis yang menjelaskan suatu keadaan bukan dalam besaran angka, namun berbentuk uraian, tanggapan kritis, perbandingan / komparasi. Analisis kualitatif dapat juga digunakan untuk mendukung, memperkuat dan memperjelas analisis yang bersifat kuantitatif (Sugiyono,2011).

Dengan adanya metode deskriptif kualitatif maka teknik analisa data dilakukan melalui 3 tahapan, yaitu :

1. Reduksi Data, yaitu proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data mentah atau data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Dengan kata lain proses reduksi data ini dilakukan oleh peneliti secara terus menerus saat melakukan penelitian untuk menghasilkan data sebanyak mungkin.
2. Penyajian Data, yaitu penyusunan informasi yang kompleks ke dalam suatu bentuk yang sistematis, sehingga menjadi lebih selektif dan sederhana serta memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan data dan pengambilan tindakan. Dengan proses penyajian data ini peneliti telah siap dengan data yang telah disederhanakan dan menghasilkan informasi yang sistematis.
3. Kesimpulan, yaitu merupakan tahap akhir dalam proses analisa data. Pada bagian ini peneliti mengutarakan

kesimpulan dari data-data yang telah diperoleh dari observasi, interview, dan dokumentasi. Dengan adanya kesimpulan peneliti akan terasa sempurna karena data yang dihasilkan benar-benar valid atau maksimal.

Dengan melalui langkah-langkah tersebut diatas diharapkan penelitian ini dapat memberi bobot tersendiri terhadap hasil penelitian yang peneliti sajikan.

Analisa Skoring digunakan untuk Menentukan skala pelayanan pada kawasan perdagangan di bagian Kota Malang Barat. Pada penelitian ini untuk menentukan skala pelayanan akan di lakukan skoring dan pemberian bobot dari angka 1-3 dari yang skala terendah, sedang hingga dengan skala tertinggi. Dari hasil pemberian nilai bobot pada masing-masing variabel perbandingan sesuai dengan kategori skala pelayanan, maka hasil dari pembobotan itu dikalikan dengan nilai kepentingan per variabel sehingga mendapatkan skoring akhir. Setelah mendapatkan skor keseluruhan maka skor tersebut akan ditentukan sesuai kategori dengan mencari nilai intervalnya. Metode ini bertujuan untuk menentukan jumlah skala pelayanan yang terdapat pada kawasan perdagangan tersebut.

III. HASIL ANALISA

A. Mengidentifikasi skala pelayanan pada fasilitas perdagangan di bagian Kota Malang Barat

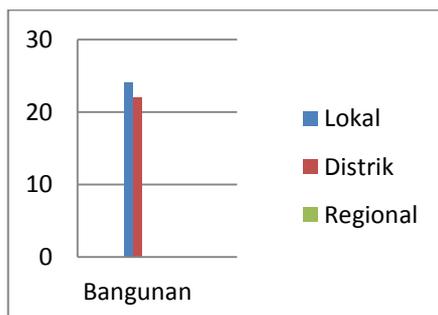
Dalam poin ini menjelaskan tentang analisa fasilitas di Kota Malang bagian barat. Terutama pada kawasan perdagangan daerah Jalan Dieng-Terusan Dieng dan sekitarnya yang dapat melayani pelayanan Kota Malang bagian barat tersebut terhadap kebutuhan primer maupun kebutuhan sekunder masyarakat Kota Malang pada umumnya. Pada pelayanan kawasan perdagangan khususnya pada kebutuhan masyarakat terhadap perdagangan atau pusat perbelanjaan dapat ditentukan dengan beberapa analisa skala pelayanan. Analisa

jangkauan pelayanan, luas tempat, jenis barang yang dijual serta sarana fasilitas ini digunakan untuk menentukan jenis dan skala pelayanan kawasan perdagangan di kawasan tersebut, dengan studi pada kawasan perdagangan Jalan Dieng-Terusan Dieng dan sekitarnya. Sesuai standar yang telah di dapatkan dari beberapa teori Berikut hasil analisa fasilitas perdagangan pada lokasi studi berdasarkan skala pelayanannya:

1. Analisa Jarak Jangkauan Pelayanan

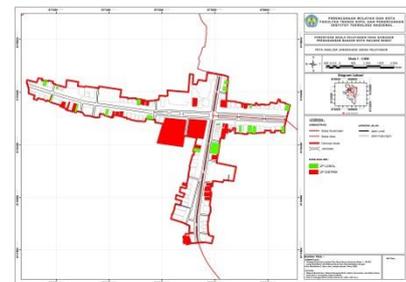
Standar kriteria jangkauan pelayanan Lokal adalah 2,25 km untuk skala jangkauan pelayanan Distrik sebesar 4,5-9 km, dan jarak skala pelayanan Regional memiliki jangkauan sebesar 12 km. Dari hasil survei primer observasi, wawancara dan kuesioner yang dilakukan pada kawasan perdagangan terdapat 46 bangunan perdagangan yang terdiri dari Mall, Minimarket, Resto, Warung Makan, Konter, Toko, Cafe, Butik dll. Berikut hasil dari survey primer dan rekapitulasi kuesioner yang di analisa peneliti mengenai jenis skala pelayanan pada variabel jangkauan pelayanan. Analisa jangkauan pelayanan ini didapatkan dengan mengambil hasil nilai rata-rata jarak asal berkunjung responden yang terdapat pada setiap bangunan perdagangan.

Dari 46 bangunan yang memiliki jangkauan jarak paling besar berjumlah 22 diantaranya Malang City Point, bangunan ini memiliki jangkauan jarak pelayanan paling jauh sebesar 4,5 – 9 km, dengan skala Distrik. Bangunan ini merupakan salah satu objek penelitian yang jangkauan pelayanannya dapat menjangkau daerah-daerah di luar kota Malang.



Grafik Analisa Variabel Jangkauan Jarak Pelayanan

Selain itu terdapat 24 bangunan yang memiliki cakupan jangkauan terkecil, jangkauan pelayanan berkisar 2,25-4,49 km dengan skala Lokal. Sedangkan untuk bangunan yang memiliki jangkauan terbesar skala Regional masih belum ada pada kawasan perdagangan ini. Jangkauan pelayanan ini di dapatkan dari hasil kuesioner yang di berikan kepada pengunjung yang berkunjung pada masing-masing unit bangunan perdagangan yang ada pada lokasi penelitian. Lebih jelasnya dapat dilihat pada peta hasil analisa di bawah ini.



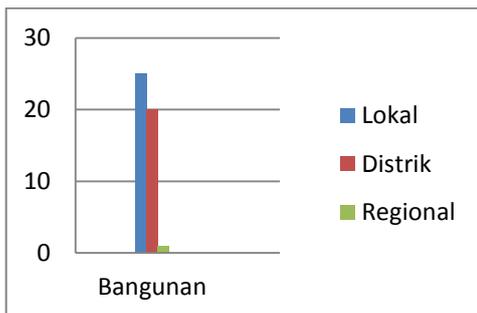
2. Analisa Luas Tempat

Luas tempat perdagangan merupakan ukuran wilayah suatu bangunan dalam mendirikan bangunannya tersebut. Kriteria standar untuk luas tempat skala pelayanan Lokal < 400 m², skala pelayanan Distrik 400 – 5.000 m², dan skala pelayanan Regional adalah >5.000 m². Hal ini luas tempat merupakan salah satu variabel yang berpengaruh dalam skala pelayanan suatu usaha perdagangan. Dari hasil survei primer dan wawancara yang dilakukan pada kawasan perdagangan terdapat 46 bangunan perdagangan yang terdiri dari Mall, Minimarket, Resto, Warung Makan, Konter, Toko, Cafe, Butik dll. Berikut hasil dari survey primer dan rekapitulasi kuesioner yang di analisa peneliti mengenai jenis skala pelayanan pada variabel luas tempat.

Luas tempat perdagangan merupakan ukuran wilayah suatu bangunan dalam mendirikan bangunannya tersebut. Kriteria standar untuk luas tempat skala pelayanan

Lokal < 400 m², skala pelayanan Distrik 400 - 5.000 m², dan skala pelayanan Regional adalah >5.000 m².

Berdasarkan analisis di tinjau dari luas tempat pada ke 46 bangunan tersebut yang memiliki luasan tempat paling besar adalah Malang City Point sebesar 10.500 m² dengan skala pelayanan Regional sedangkan untuk 20 bangunan lainnya termasuk dalam skala pelayanan Distrik dan 25 bangunan lainnya termasuk dalam skala pelayanan Lokal apabila di tinjau dari hasil analisis. Malang City Point terletak di Jalan Raya Dieng bersebelahan dengan Cyber Mall, lokasi Malang City Point dikelilingi dengan kawasan residensial eksklusif, mall, universitas, pusat hiburan dan perkantoran. Malang City Point terdiri dari apartement, citywalk, dan pusat perbelanjaan.

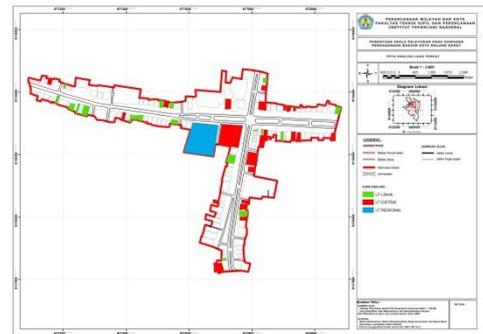


Grafik Analisa Variabel Luas Tempat

Untuk Supermarket yang terbesar pada lokasi penelitian adalah Super Indo dengan luas sebesar 1.500 m². Minimarket yang paling besar terdapat di jalan Galunggung yaitu Rubelan dengan luas sebesar 550 m² untuk luas terkecil adalah Indomaret yang terdapat di Jalan Raya Langsep dengan luas area sebesar 120 m². Restaurant yang terluas berada pada Jalan Galunggung yaitu Resto Steak House Holycow dengan luas sebesar 1000 m². Pada unit pertokoan, toko yang memiliki luasan tempat paling besar adalah Togamas di mana toko ini berada di Jalan Dieng dan menjual barang-barang kebutuhan untuk pendidikan.

Selain itu pada lokasi penelitian juga terdapat Cafe tempat anak muda dan masyarakat pergi untuk makan sambil bersantai, Cafe yang memiliki ukuran terbesar adalah Arbanat Cafe terletak di Jalan Terusan

Dieng dengan luas sebesar 1000 m². Cafe yang memiliki luasan terkecil adalah Presley Cafe yang terletak di Jalan Terusan Dieng juga dengan luas sebesar 60 m². Selain Restaurant, Cafe pada lokasi penelitian juga terdapat beberapa warung butiq. Beberapa butik tersebar di lokasi penelitian, untuk bangunan butik paling besar adalah Butik Tas Elizabeth dengan luas 650 m² butik yang luasannya terkecil adalah Vanila butik 100 m². Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada peta hasil analisa di bawah ini.



3. Analisa Jenis Barang yang Dijual

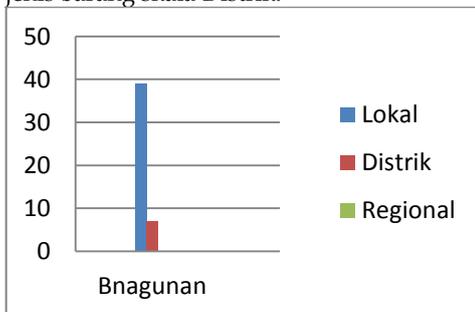
Bermacam-macamnya jenis perdagangan yang ada pada lokasi penelitian membuat pilihan untuk kebutuhan masyarakat semakin banyak dan bervariasi dalam memenuhi kebutuhan primer maupun sekunder pada masyarakat. Berdasarkan jenis komoditi yang dijual menurut kegiatan perdagangan dapat digolongkan menjadi tiga (pendapat Gallion yang dikutip dari Ermiwati, 1989:29), yaitu:

1. Kegiatan perdagangan komoditas primer, merupakan jenis perdagangankomoditas yang dibutuhkan sehari-hari, seperti beras, sayur-sayuran, bumbu masak, daging, telur, buah-buahan, makanan, minuman, dll dan sebagainya. Frekuensi pembelian harian tinggi dan volume pembelian komoditas ini biasanya dalam limit yang relatif kecil.
2. Kegiatan perdagangan komoditas sekunder, merupakan komoditas yang mempunyai sifat pelayanan kebutuhan tidak teratur atau berkala, dalam arti frekuensi pembelian tidak tetap, dimana rasa kebutuhan timbul dalam selang waktu tertentu komoditas ini dapat

dikatakan agak jarang dibeli, akan tetapi pembeli akan sanggup mendapatkannya ke lokasi kegiatan walaupun jaraknya relatif jauh. Kelompok komoditi sekunder terdiri atas komoditas sandang dan kelontongan mahal seperti pakaian, sepatu, tekstil, alat-alat rumah tangga, pecah belah, buku dan alat-alat tulis, dan sebagainya.

Dari hasil survei primer dan wawancara yang dilakukan pada kawasan perdagangan terdapat 46 bangunan perdagangan yang terdiri dari Mall, Minimarket, Resto, Warung Makan, Konter, Toko, Cafe, Butik dll. Berikut hasil dari survey primer dan rekapitulasi kuesioner yang di analisa peneliti mengenai jenis skala pelayanan pada variabel jenis barang yang dijual

Dari hasil analisis ditinjau dari variabel jenis barang yang dijual dari semua bangunan yang ada pada lokasi penelitian terdapat 7 bangunan perdagangan yang memiliki jenis barang berjenis Pusat Perbelanjaan dimana bangunan ini yang selain menjual kebutuhan sehari-hari, pakaian, barang kelontong, elektronik, juga untuk pelayanan jasa. Ketujuh bangunan ini memiliki skala pelayanan jenis barang skala Distrik.



Sedangkan untuk jenis barang yang jenis pelayanan berskala Lokal terdapat 39 bangunan, jenis barang yang dijual pada bangunan ini adalah keperluan sehari-hari termasuk sayur, daging, ikan, buah-buahan, beras tepung, bahan-bahan pakaian, pakaian, barang-barang kelontong, alat-alat pendidikan, dan alat-alat rumah tangga. Untuk skala pelayanan jenis barang skala Regional masih belum ada pada kawasan ini. Lebih jelasnya dapat dilihat pada peta hasil analisa di berikut ini.



4. Analisa Sarana Fasilitas

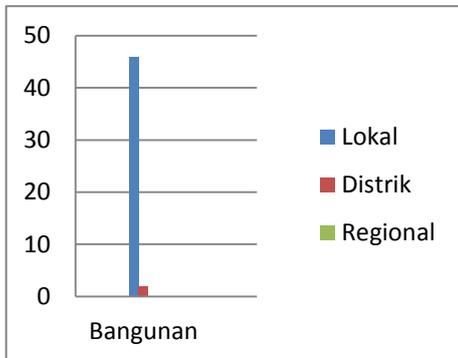
Setiap bangunan komersil pasti memiliki sarana fasilitas pendukung untuk menambahkan kenyamanan konsumen maupun masyarakat untuk datang berkunjung maupun berbelanja di tempat itu. Bangunan komersil seperti pertokoan harus dilengkapi dengan fasilitas-fasilitas sebagai berikut :

Kebutuhan ruang dan lahan untuk sarana ini akan berkaitan juga dengan daya dukung lingkungan dan sarana fasilitas yang ada di sekitar bangunan sarana tersebut.

Dari hasil survei primer dan wawancara yang dilakukan pada kawasan perdagangan terdapat 42 bangunan perdagangan yang terdiri dari Mall, Minimarket, Resto, Warung Makan, Konter, Toko, Cafe, Butik dll. Berikut hasil dari survey primer dan rekapitulasi kuesioner yang di analisa peneliti mengenai jenis skala pelayanan pada variabel sarana fasilitas

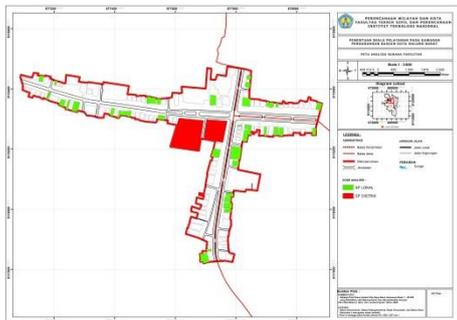
Dari hasil survei dan analisa data ditinjau dari Sarana Fasilitas semua bangunan memiliki sarana fasilitas penunjang bagi bangunan usaha yang dimiliki, dari hasil analisa tersebut didapatkan 44 bangunan yang terdapat pada kawasan penelitian memiliki skala pelayanan Lokal yang mempunyai fasilitas penunjang seperti tempat parkir, ATM, pos satpam/polisi. Selain itu terdapat 2 bangunan yang memiliki skala pelayanan Distrik yaitu Cyber Mall dan Malang City Point kedua bangunan ini memiliki sarana fasilitas diantaranya tempat parkir, mesin ATM, sistem pemadam kebakaran, tempat ibadah dan pos satpam/polisi, dimana bangunan yang lain tidak memiliki

jumlah fasilitas yang banyak seperti kedua bangunan tersebut.



Grafik Analisa Variabel Sarana Fasilitas

Selain itu terdapat 3 bangunan yang memiliki sarana fasilitas berupa ATM dengan skala pelayanan Lokal bangunan tersebut adalah Super Indo, Alfamidi dan Indomaret sedangkan untuk bangunan lainnya merupakan bangunan yang hanya memiliki sarana fasilitas dengan jenis skala pelayanan Lokal. Lebih jelasnya dapat dilihat pada peta hasil analisa di bawah ini.



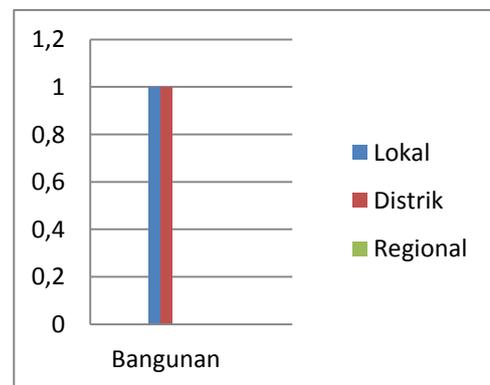
5. Analisa Jumlah Toko

Bangunan, toko, stand atau ritel merupakan wadah/tempat bagi para pedagang menjajakan dan menjual barang dagangannya. Tentunya dalam satu pusat perbelanjaan terdapat banyak sekali jumlah usaha yang berbeda di dalamnya baik itu dari segi bentuk dan barang, sehingga hal ini memerlukan banyaknya toko/unit yang menampung dalam satu kawasan maupun tiap bangunan.

Dari hasil survei primer dan wawancara yang dilakukan pada kawasan perdagangan terdapat 46 bangunan perdagangan yang terdiri dari Mall,

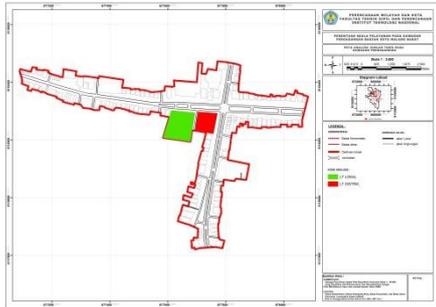
Minimarket, Resto, Warung Makan, Konter, Toko, Cafe, Butik dll. Berikut hasil dari survey primer dan rekapitulasi kuesioner yang di analisa peneliti mengenai jenis skala pelayanan pada variabel luas tempat. Terdapat beberapa standar untuk skala pelayanan perdagangan untuk jumlah toko/unit untuk skala pelayanan Lokal berkisar 15-20 unit perbangunan untuk skala pelayanan distrik berkisar 40 unit dan skala pelayanan Regional 100 unit.

Dari hasil analisis, ditinjau dari variabel jumlah toko (*unit*) yang dijual dari semua bangunan yang ada pada lokasi penelitian terdapat 2 bangunan perdagangan yang memiliki jumlah toko (*unit*) masuk dalam standar skala pelayanan perdagangan. Yaitu bangunan Cyber Mall masuk dalam skala pelayanan Distrik dengan memiliki 37 unit perdagangan di dalamnya. Untuk bangunan kedua yaitu Malang City Point memiliki 18 unit perdagangan didalamnya mulai dari retail makanan, minuman dan fashion.



Grafik Analisa Variabel Jumlah Toko (Unit)

Sedangkan untuk skala pelayanan dengan jumlah toko skala Regional belum ada pada kawasan tersebut. Dari ke 46 bangunan itu 44 bangunan tidak masuk dalam standar skala pelayanan jumlah toko, karena tidak mencapai kriteria. Untuk skala pelayanan jenis barang skala Regional masih belum ada pada kawasan ini. Lebih jelasnya dapat dilihat pada peta hasil analisa di bawah ini.



B. Menentukan Skala Pelayanan Pada Kawasan Perdagangan di bagian Kota Malang Barat

Pada analisa skoring terdapat beberapa langkah untuk membobotkan setiap nilai dari analisis variabel yang didapatkan pada sasaran pertama berikut untuk kategori nilai bisa di lihat pada tabel dibawah ini. Nilai yang terdapat di tabel bawah ini digunakan untuk memberi bobot masing-masing unit bangunan sebelum di skoring. Lokal mendapatkan kategori bobot rendah dan nilai bobot 1 berdasarkan kriteria skala pelayanan yang terkecil atau terendah yang kedua adalah distrik dan yang paling tinggi regional.

Tabel Analisa Nilai Skoring

No	Kategori Skala Pelayanan	Kategori	Skoring
1	Lokal	Rendah	1
2	Distrik	Sedang	2
3	Regional	Tinggi	3

Tabel Analisa Nilai Interval

No	Nilai	Kategori
1	0 - 5	Lokal
2	5,1- 10	Distrik
3	10,1 - 15	Regional

Dari hasil analisa Skala Pelayanan Kawasan Perdagangan pada Bagian Kota Malang Barat diatas didapatkan bahwa skala pelayanan yang terdapat pada lokasi penelitian adalah Skala Pelayanan Lokal sebesar 78% sejumlah 36 bangunan dapat dilihat pada diagram jumlah skala pelayanan yang terdapat pada lokasi penelitian. Sedangkan untuk 10 bangunan yang lainnya termasuk dalam Skala

Pelayanan Distrik sebesar 22%. Untuk Skala Pelayanan Regional masih belum ada pada kawasan penelitian ini. Jumlah angka tersebut didapatkan melalui jumlah skala bangunan di bagi total bangunan perdagangan di kali 100% seratus persen.

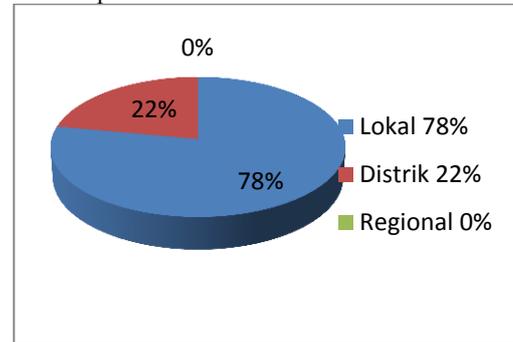
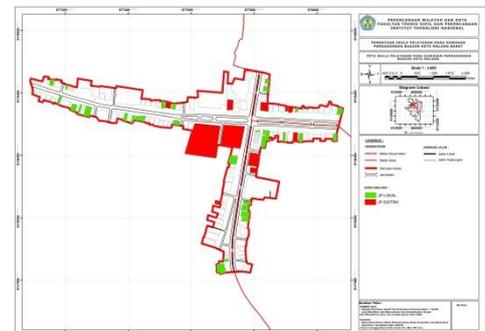


Diagram Jumlah Skala Pelayanan

Dari hasil analisa tersebut kemudian di spatialkan dalam bentuk peta dan diagram sehingga jelas dapat terbaca persebaran skala pelayanan yang terdapat pada lokasi penelitian. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada peta hasil analisa di bawah ini.



IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembobotan dan skoring setiap unit perdagangan dengan menggunakan hasil analisis variabel-variabel penelitian dapat di simpulkan bahwa kawasan perdagangan yang terdapat di Jalan Dieng - Terusan Dieng dan sekitarnya bagian Kota Malang Barat yang memiliki 46 bangunan perdagangan di dominasi oleh Skala Pelayanan Lokal sebesar 78%.

Untuk bangunan yang berskala Regional masih belum terdapat pada kawasan tersebut hanya bangunan

Malang City Point yang memiliki skala pelayanan Regional pada aspek luas tempat. Dari hasil analisa akhir pada pembobotan dan skoring dapat disimpulkan pula bahwa pada kawasan perdagangan bagian Kota Malang Barat ini sudah berfungsi sesuai ketentuan yang ada pada RTRW sebagai sub pusat pelayanan sebesar 22% dengan Skala Pelayanan Distrik, bangunan tersebut antara lain: Cyber Mall, Malang City Point, Rumah Makan Padang, Jalan Terusan Dieng Toko Mom and me, Turtle Creek, Lollipop, Butiq Tas Elizabeth, Super Indo, Toko Mom and me Jalan Raya Langsep, Noodle House.

Dalam pembangunan sebuah kawasan perdagangan dalam perencanaannya sebaiknya perlu memperhatikan faktor-faktor yang mendukung seperti jangkauan pelayanan, luas tempat, jenis barang yang dijual, sarana fasilitas dan jumlah toko (*unit*) sehingga dengan mengetahui aspek-aspek tersebut mengenai skala pelayanannya maka kawasan perdagangan yang di bangun dapat melayani kebutuhan masyarakat.

Perlu adanya penelitian lanjutan untuk penyesuaian bagi bangunan-bangunan perdagangan terhadap standar pelayanan khususnya bangunan perdagangan yang masih berskala Lokal. Karena dari standar tersebut sangat berpengaruh terhadap aktivitas kegiatan masyarakat maupun perekonomian pada kawasan tersebut.

Perlu adanya penelitian lebih lanjut mengenai skala pelayanan perdagangan ditinjau berdasarkan tingkat kepuasan dari masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

1. Buku

- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung : Alfabeta.
- Supranto. 1992. *Teknik Sampling*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Tarigan Robinson. 2003. *Ekonomi Regional*. Jakarta : Bumi Akasara.
- Yunus Sabari. 2008. *Struktur Tata Ruang Kota*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Berry,B.J.L. 1993. *The Global Economy*. A.Simon and Schuster Company, New Jersey.

Wayan dan Boediono. 2008. *Statistika dan Probabilitas*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

White, John R. and Kevin D. Gray. 1996. *Shopping Centers and Other Retail Properties*. New York : John Wiley and Sons.

2. Jurnal

Achmad dan Putu. 2009. *Pola Spatial Persebaran Pusat Perbelanjaan Modern di Surabaya Berdasarkan Probabilitas Kunjunga* .Jurnal Teknik Pomits Vol.2, No.2, C-235.

Endang dan Putu. 2014. *Penentuan Aktivitas Perdagangan dan Jasa di Kawasan Jalan Panglima Sudirman*. Jurnal Teknik Teknik Pomits Vol. 2, No. 1, (2014) ISSN: 2337-3539

Ndaru dan Bitta. 2013. *Evaluasi Kesesuaian Fungsi Pusat Kota Wonosobo Sebagai Pusat Pelayanan*. Jurnal Teknik Perencanaan Wilayah dan Kota UNDIP. Vol. 2 ; No 1-9 2013.

Rediono, Erwin. 2011. *Pengaruh Faktor Harga, Promosi Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Belanja Di Alfamart Surabaya*. Jurnal Kewirausahaan Vol. 5 No. 2, Desember 2011. ISSN. 1978-4724

Sari dan Nawazirul. 2014. *Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Layanan, Variasi Produk dan Harga*. Jurnal Ilmu Sosial FISIP UNDIP Vol.13 No.2. Agustus 2014

Utari,Endang. 2015. *Analisis Sistem Pusat Pelayanan Permukiman Di Kota Yogyakarta Tahun 2014*. Semarang : Jurnal Ilmu Ekonomi dan Politik UNNES. ISSN 1979-715X

3. Terbitan Terbatas

- Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 4 Tahun 2011 Tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Malang Tahun 2010 – 2030
- SNI 03-1733-2004 Tata Cara Perencanaan Lingkungan Perumahan Di Perkotaan

