

**TUGAS AKHIR
(SKRIPSI)**

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

Disusun Oleh :

ONISDA RUT DAMAYANI ZILIWU

NIM 13.24.027



**PROGRAM STUDI PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL MALANG**

2017

PENENTUAN SKALA PELAYANAN PADA KAWASAN PERDAGANGAN BAGIAN KOTA MALANG BARAT

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

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

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

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan bimbingan-Nyalah, penulis dapat menyelesaikan laporan Skripsi dan diberikan kelancaran dalam proses penyusunan laporan tugas akhir ini. Laporan ini disusun untuk memenuhi mata kuliah Kolokium dan Skripsi pada Program Studi Teknik Perencanaan Wilayah dan Kota dengan judul “Penentuan Skala Pelayanan Pada Kawasan Perdagangan Bagian Kota Malang Barat ” Studi Lokasi: di Kecamatan Sukun dan Klojen , Kelurahan Pisang Candi, Gading Asri, Bareng Kota Malang, khususnya Jalan Dieng - Terusan Dieng dan sekitarnya .

Adanya objek kawasan perdagangan yang masuk dalam sub pusat pelayanan perdagangan jasa di wilayah Kota Malang Barat , yang terdiri dari berbagai jenis perdagangan seperti Cyber Mall, Malang City Point (MCP), Rumah Makan Padang Sederhana, dan beberapa jenis Cafe yang berada pada Jalan Terusan Dieng Kelurahan Pisangcandi Kota Malang ini membuat penulis ingin meneliti lebih jauh mengenai skala pelayanan dan aspek-aspek yang berpengaruh pada pelayanan pada kawasan perdagangan tersebut. Kemajuan zaman yang semakin modern ini menjadikan kebutuhan tempat berbelanja dan hiburan bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan dasar dan sehari-hari saja, namun berkembang lebih luas lagi. Salah satu hal tersebut ialah bagaimana menciptakan suatu bangunan dan kawasan pusat perbelanjaan yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat dan pengunjungnya.

Dalam kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu dalam penyelesaian laporan tugas akhir ini, diantaranya:

1. Ibu Ida Soewarni, ST, MT selaku Ketua Jurusan Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota ITN Malang.
2. Bapak Agung Witjaksono ST,MTP selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan dalam penyusunan laporan skripsi ini.
3. Ibu Annisaa H. Imaduddina, ST, Msc selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan dalam penyusunan laporan skripsi ini.
4. Bapak Arief Setyawan ST,MT selaku Dosen mata kuliah Kolokium yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan dalam penyusunan laporan proposal.
5. Bapak Ardiyanto Maksimilianus Gai, ST.,M.Si selaku Kordinator Skripsi yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan dalam proses penyusunan laporan skripsi ini.
6. Kedua Orang tua, adik-adik, sahabat, dan teman-teman angkatan yang selalu memberi semangat dalam proses menyelesaikan tugas akhir.

Saya menyadari laporan ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu saya sangat mengharapkan kritik dan saran dari pembaca untuk penyempurnaan laporan saya selanjutnya. Besar harapan saya semoga laporan ini bermanfaat bagi yang membaca dan membutuhkannya.

Malang, 8 September 2017

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GRAFIK.....	vi
DAFTAR PETA.....	vii
DAFTAR PUSTAKA.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	1
1.3. Tujuan dan Sasaran	2
1.4. Ruang Lingkup Pembahasan	2
1.4.1. Lingkup Lokasi	2
1.4.2. Lingkup Materi	2
1.5. Kerangka Pikir	3
1.6. Keluaran dan Kegunaan yang Diharapkan.....	6
1.6.1. Keluaran Penelitian.....	6
1.6.2. Kegunaan Penelitian	6
1.6.2.1 Bagi Masyarakat	6
1.6.2.2 Bagi Objek dan Subjek Penelitian	6
1.6.2.3 Bagi Peneliti	6
1.7. Sistematika Pembahasan.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	8
2.1. Sub Pusat Pelayanan	8
2.2. Kawasan Peruntukkan Perdagangan dan Jasa	8
2.3. Pelayanan.....	9
2.4. Standar Skala Pelayanan.....	10
2.5. Kebutuhan Ruang, Lahan Sarana dan Prasarana.....	12
2.6. Fasilitas Perdagangan	13
2.7. Klasifikasi Perdagangan	13
2.8. Penelitian Terdahulu	14
2.9. Sintesa Kajian Pustaka.....	18
BAB III Metode Penelitian.....	21
3.1. Pendekatan Penelitian	21
3.2. Definisi Operasional.....	21
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	23
3.3.1 Tahapan Persiapan	23
3.3.2 Tahapan Survey	23
3.3.2.1 Observasi	23
3.3.2.2 Kuesioner	23
3.3.2.3 Wawancara.....	24
3.3.2.4 Dokumentasi dan Pemetaan	24
3.3.2.5 Teknik Sampling.....	24
3.4. Tahap Analisis Data dan Metode	28
3.4.1 Metode Deskriptif Kualitatif	28
3.4.2 Metode Skoring	29
BAB IV Gambaran Umum	30
4.1. Gambaran Umum Perdagangan di Kota Malang	30
4.2. Letak Geografi Kawasan Penelitian.....	30
4.3. Letak Lokasi Penelitian	31
4.4. Sarana Perekonomian	33
4.5. Jenis-jenis Perdagangan di Kawasan penelitian.....	33
4.5.1 Jenis Perdagangan Jalan Terusan Dieng.....	33
4.5.2 Jenis Perdagangan Jalan Dieng	38
4.5.3 Jenis Perdagangan Jalan Raya Langsep	41
4.5.4 Jenis Perdagangan Jalan Galunggung	43
4.6. Rekapitan Hasil Survei	44

BAB V Analisa	47
5.1. Analisa Jenis Skala Pelayanan Pada Kawasan Perdagangan.....	47
5.2. Analisa Jangkauan Pelayanan Perdagangan.....	47
5.3. Analisa Luas Tempat Perdagangan.....	51
5.4. Analisa Barang yang Dijual	54
5.5. Analisa Fasilitas Perdagangan	58
5.6. Analisa Jumlah Toko (<i>Unit</i>) Perdagangan	62
5.7. Analisa Skala Pelayanan Pada Kawasan Perdagangan	65
BAB VI Kesimpulan	70
6.1. Kesimpulan	70
6.1.1 Jenis Skala Pelayanan	70
6.1.2 Skala Pelayanan kawasan Perdagangan	70
6.2. Rekomendasi	71

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Variabel Dari Teori Kawasan Perdagangan.....	9
Tabel 2. 2 Kategori Pusat Belanja Berdasarkan Pelayanan.....	10
Tabel 2. 3 Skala Pelayanan Pusat Belanja di Indonesia.....	11
Tabel 2. 4 Variabel Kebutuhan Ruang dan Lahan.....	12
Tabel 2. 5 Penelitian Terdahulu Yang Digunakan.....	15
Tabel 2. 6 Sintesa Kajian Pustaka.....	18
Tabel 3. 1 Definisi Operasional.....	21
Tabel 3. 2 Jumlah Penduduk Perkecamatan.....	25
Tabel 3. 3 Penentuan Jumlah Responden Perbangunan.....	25
Tabel 3. 4 Organisasi Pengumpulan Data.....	26
Tabel 3. 5 Tahap Analisa Data.....	28
Tabel 4. 1 Perdagangan Jalan Terusan Dieng.....	35
Tabel 4. 2 Perdagangan Jalan Dieng.....	39
Tabel 4. 3 Perdagangan Jalan Raya Langsep.....	42
Tabel 4. 4 Perdagangan Jalan Galunggung.....	44
Tabel 4. 5 Rekapitan Hasil Survei Variabel-variabel.....	44
Tabel 5. 1 Analisa Jangkauan Pelayanan Perdagangan.....	47
Tabel 5. 2 Analisa Luas Tempat Pelayanan Perdagangan.....	51
Tabel 5. 3 Analisa Jenis Barang yang Dijual.....	54
Tabel 5. 4 Analisa Sarana Fasilitas Pada Kawasan Perdagangan.....	58
Tabel 5. 5 Analisa Jumlah Toko Pada Bangunan Perdagangan.....	62
Tabel 5. 6 Analisa Bobot.....	65
Tabel 5. 7 Analisa Nilai Interval.....	66
Tabel 5. 8 Skoring Skala Pelayanan Pada Kawasan Perdagangan.....	66

DAFTAR GRAFIK

Grafik 5. 1 Analisa Variabel Jangkauan Pelayanan	49
Grafik 5. 2 Analisa Variabel Luas Tempat	52
Grafik 5. 3 Analisa Variabel Jenis Barang.....	56
Grafik 5. 4 Analisa Variabel Sarana Fasilitas	59
Grafik 5. 5 Analisa Variabel Jumlah Toko	63
Grafik 5. 6 Jumlah Skala Pelayanan	68

DAFTAR PETA

Peta 1. 1 Orientasi Penelitian.....	4
Peta 1. 2 Deliniasi dan Landuse Penelitian	5
Peta 4. 1 Nama dan Nomor Bangunan.....	32
Peta 5. 1 Analisa Variabel Jangkauan Pelayanan.....	50
Peta 5. 2 Analisa Variabel Luas Tempat.....	53
Peta 5. 3 Analisa Variabel Jenis Barang yang Dijual.....	57
Peta 5. 4 Analisa Variabel Sarana Fasilitas.....	61
Peta 5. 5 Analisa Variabel Jumlah Toko.....	64
Peta 5. 6 Analisa Skala Pelayanan Kawasan Perdagangan	69

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

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).

Kota Malang adalah sebuah kota yang terletak di Jawa Timur, Indonesia. Kota ini terletak 90 km sebelah selatan Surabaya dan merupakan kota terbesar kedua di Jawa Timur setelah Surabaya, serta merupakan salah satu kota terbesar di Indonesia menurut jumlah penduduk. Selain itu, Malang juga merupakan kota terbesar kedua di wilayah Pulau Jawa bagian selatan setelah Bandung. Luas wilayah Kota Malang adalah 252,10 km² (BPS Kota Malang,2017).

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.

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.

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.

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.

1.2. Rumusan Masalah

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.

Untuk itu dapat dirumuskan permasalahan penelitian pada kawasan perdagangan pada Jalan Terusan Dieng dan sekitarnya adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana skala pelayanan yang terdapat pada fasilitas perdagangan di bagian Kota Malang Barat ?
2. Bagaimana cara menentukan skala pelayanan kawasan perdagangan pada bagian Kota Malang Barat?

1.3. Tujuan dan Sasaran

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.

Sasaran dari judul penelitian “Penentuan Skala Pelayanan Pada Kawasan Perdagangan Di Kota Malang Barat” adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi skala pelayanan pada fasilitas perdagangan di bagian Kota Malang Barat ?
2. Menentukan skala pelayanan pada kawasan perdagangan di bagian Kota . Malang Barat ?

1.4. Ruang Lingkup Pembahasan

Berdasarkan tujuan dan sasaran yang akan dicapai, maka untuk batasan ruang lingkup dibagi menjadi lingkup lokasi studi yang memuat batasan lokasi studi dan lingkup materi yang memuat batasan materi penelitian akan dibahas adalah sebagai berikut:

1.4.1. Ruang Lingkup Lokasi Studi

Pada sub bab ini peneliti memilih lokasi studi penelitian kawasan perdagangan yang berada di Jalan Dieng – Terusan Dieng, Kecamatan Sukun dan Klojen yang terletak di kawasan perkotaan Kota Malang yang berbatasan dengan sebagai berikut:

1. Sebelah Barat : dibatasi oleh batas fisik yaitu jembatan yang berada di Jalan Dieng Atas.
2. Sebelah Timur : dibatasi oleh batas fisik yaitu sampai Jalan Dieng
3. Sebelah Selatan : dibatasi oleh batas fisik yaitu masjid Al-Ikhlash
4. Sebelah Utara : dibatasi oleh batas fisik Jalan Galunggung, simpang tiga.

Peneliti memilih mendeliniasi lokasi studi tersebut karena kawasan perdagangan di wilayah itu merupakan bagian pada sub pusat pelayanan wilayah Kota Malang Barat. Dasar dari deliniasi tersebut adalah peraturan daerah Kota Malang No 4 tahun 2011 tentang RTRW Kota Malang 2010-2030 wilayah Kota Malang Barat yang memiliki sub pusat pelayanan kota berada di kawasan Jalan Dieng – Terusan Dieng dan sekitarnya, dimana pada wilayah ini meliputi wilayah sebagian Kecamatan Sukun, perdagangan

menjadi pelayanan sekunder. Sehingga peneliti mendeliniasi ruang lingkup lokasi penelitian berdasarkan peraturan tersebut.

Pada kawasan penelitian terdapat dua pusat perbelanjaan besar di wilayah Kecamatan Sukun Kota Malang, yaitu *Cyber Mall* merupakan sebuah mall yang mempunyai karakteristik pusat perbelanjaan IT dan gadget di Kota Malang dan MCP (*Malang City Point*) karakteristik pada pusat perbelanjaan ini adalah perdagangan kuliner dimana banyak sekali ritel-ritel yang menjual makanan dan minuman baik dari dalam negeri maupun luar negeri. Pusat perbelanjaan ini juga memiliki supermarket yang menjual kebutuhan sehari-hari masyarakat seperti sandang dan pangan.

1.4.2. Ruang Lingkup Materi

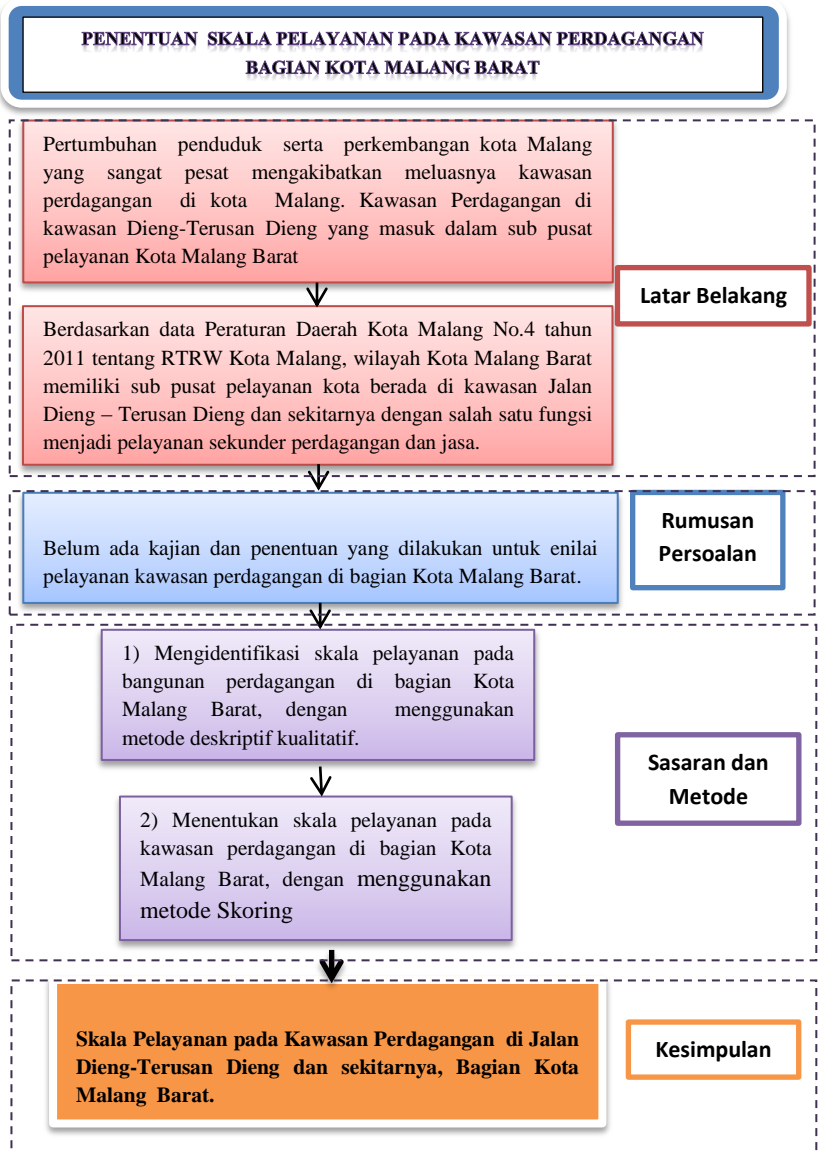
Pada ruang lingkup materi ini materi yang digunakan peneliti adalah materi-materi yang merupakan batasan dalam kerangka penelitian khususnya yang terkait dengan materi atau kajian-kajian keilmuan yang terkait penelitian baik secara langsung maupun secara tidak langsung sehingga penelitian yang dilakukan dapat terfokus pada beberapa materi tidak mencakup semua materi secara umum.

Pembahasan materi dalam penelitian ini fokus ke permasalahan yang ada, sehingga tidak keluar dari tujuan dan sasaran yang ditetapkan. Berikut merupakan lingkup materi yang akan dibahas mencakup:

1. Mengidentifikasi skala pelayanan pada fasilitas perdagangan di bagian Kota Malang Barat. Materi pertama ini membahas mengenai aspek-aspek jangkauan pelayanan pada lokasi penelitian antara lain: standart/peraturan jangkauan atau jarak pelayanan perdagangan, jenis pelayanan, klasifikasi perdagangan, dan jenis barang, sarana fasilitas perdagangan.
2. Menentukan skala pelayanan pada kawasan perdagangan di bagian Kota . Malang Barat. Aspek-aspek yang dibahas meliputi: standart pelayanan, skala pelayanan, kesesuaian fungsi kawasan.

Pada penelitian ini terdapat kerangka pikir dimana kerangka pikir adalah suatu diagram yang menjelaskan secara garis besar alur logika berjalannya sebuah penelitian. Kerangka pemikiran dibuat berdasarkan pertanyaan penelitian (*research question*), dan merepresentasikan suatu himpunan dari beberapa konsep serta hubungan diantara konsep-konsep tersebut (Polancik, 2009). Berikut kerangka pikir penelitian Penentuan Skala Pelayanan Pada Kawasan Perdagangan Bagian Kota Malang Barat.

1.5. Kerangka Pikir



Peta 1.1 Orientasi Penelitian

Peta 2.1. Penggunaan Lahan dan Lokasi Penelitian

1.6. Keluaran Dan Kegunaan Yang Diharapkan

Pada bab ini membahas mengenai keluaran (output) dari setiap sasaran yang sudah dibahas pada bab sebelumnya, selain mengenai keluaran juga akan membahas mengenai kegunaan atau manfaat dari studi ini, yang dibagi dalam empat manfaat yaitu manfaat penelitian terhadap peneliti, manfaat penelitian terhadap objek dan subjek penelitian, dan manfaat penelitian terhadap masyarakat.

1.6.1. Keluaran Penelitian

Sebuah output adalah tujuan yang akan dicapai oleh peneliti melalui penelitian yang dilakukan. Sebelum mencapai output itu sendiri terlebih dulu peneliti menetapkan sasaran dengan menggunakan metode penelitian yang digunakan. Keluaran (*Output*) yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Output dari sasaran 1, yaitu mengidentifikasi jenis skala pelayanan pada fasilitas perdagangan di Jalan Dieng – Terusan Dieng bagian Kota Malang Barat. Output dari sasaran satu ini berupa jenis skala pelayanan pada tiap bangunan perdagangan.
2. Output sasaran 2, adalah penentuan skala pelayanan pada kawasan perdagangan di Jalan Dieng – Terusan Dieng bagian Kota Malang Barat. Output sasaran kedua adalah peta dan skala pelayanan kawasan perdagangan di Jalan Dieng-Terusan Dieng.

1.6.2. Kegunaan Penelitian

Secara umum penelitian bertujuan untuk mencari, menemukan, mengembangkan, dan menguji kebenaran suatu pengetahuan. Penelitian juga sering dilaksanakan untuk mencari pemecahan terhadap permasalahan yang berkembang. Secara umum kegunaan penelitian ini ditujukan untuk peneliti, masyarakat dan pemerintah, yang akan dirinci sebagai berikut:

1.6.2.1. Bagi Masyarakat

Bagi masyarakat penelitian ini diharapkan mampu membantu persoalan kehidupan sehari-hari setidaknya lewat penelitian ini dapat diperolehnya jawaban yang sedang dihadapi, baik untuk pengembangan sektor usaha maupun meningkatkan pendapatan, selain itu juga dapat menjadi referensi dalam studi dan pengetahuan akan tingkat pelayanan pada kawasan perdagangan selain itu penelitian ini juga berguna untuk tolok ukur masyarakat terhadap objek penelitian dalam hal kesesuaian dan kelayakan dalam memenuhi kebutuhan kehidupan masyarakat.

1.6.2.2. Bagi Objek dan Subjek Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan dampak positif bagi pembangunan kawasan perdagangan pada lokasi studi dan mampu menjadi suatu tolok ukur dalam pengembangan objek penelitian sehingga dapat sesuai dengan peraturan pembangunan yang tepat. Selain itu penelitian ini di harapkan juga mampu menjadi salah satu sumber referensi pemilik usaha untuk dapat melengkapi kekurangan –kekurangan yang ada pada bangunan usaha yang dimiliki agar dapat berfungsi sesuai dengan standart pembangunan usaha perdagangan. Selain itu juga membantu menyesuaikan dengan kebutuhan masyarakat Kota Malang.

1.6.2.3. Bagi Peneliti

Bagi peneliti, pertama penelitian ini merupakan suatu wadah untuk peneliti mempraktekkan ilmu dan penelitian ini merupakan tugas akhir yang mana salah satu syarat utama bagi peneliti untuk mengakhiri bangku kuliah. Selain itu kegunaan lainnya adalah penelitian ini sebagai sarana untuk menambah pengetahuan dan wawasan dalam penerapan teori-teori yang sudah diperoleh di bangku kuliah.

Kedua, memberikan kesempatan kepada peneliti untuk mampu mengembangkan dan meningkatkan bidang keilmuan perencanaan wilayah dan kota yang dimilikinya melalui penerapan teori - teori yang berkaitan dengan ilmu perencanaan tata ruang yang didapat selama berada dibangku kuliah dan juga peka terhadap permasalahan yang terjadi di lapangan.

1.7. Sistematika Pembahasan

Dalam pembahasan yang dilakukan dengan mengurut data sesuai dengan tingkat kebutuhan dan kegunaan, sehingga semua aspek yang dibutuhkan dalam proses selanjutnya terangkum secara sistematis, dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan

Menguraikan latar belakang, rumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan dan kegunaan, sistematika pembahasan.

BAB II : Tinjauan Pustaka

Menjelaskan Membahas tentang literatur-literatur skala pelayanan pada kawasan perdagangan baik dari segi jangkauan, lokasi, standar dan jenis sarana fasilitas. Rumusan variabel-variabel diambil dari referensi-referensi.

BAB III : Metode Penelitian

Metode yang diperlukan untuk mendukung kegiatan studi, metode yang digunakan meliputi metode survey dan metode analisa.

BAB IV : Gambaran Umum

Membahas tentang kondisi lokasi penelitian, jumlah dan jenis-jenis perdagangan yang terdapat pada lokasi penelitian.

BAB V : Analisa dan Pembahasan

Berisikan tentang analisa skala pelayanan bangunan-bangunan pada lokasi penelitian dan penentuan mengenai pelayanan pada kawasan perdagangan tersebut.

BAB VI : Penutup

Kesimpulan dan saran-saran mengenai hasil penelitian.

BAB II

Kajian Pustaka

Tinjauan pustaka merupakan kajian secara umum yang dijadikan sebagai landasan studi ini, di mana isi dari tinjauan pustaka adalah teori-teori, dan definisi-definisi dengan studi dalam penyusunan Tugas Akhir ini dengan judul “Penentuan Skala Pelayanan Pada Kawasan Perdagangan Di Kota Malang Barat “. Aspek utama dalam tinjauan pustaka adalah Pelayanan dan Perdagangan, jenis skala jangkauan pelayanan pada kawasan perdagangan.

2.1. Sub Pusat Pelayanan

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.

2.2. Kawasan Peruntukkan Perdagangan Dan Jasa

Kawasan peruntukkan perdagangan dan jasa adalah kawasan yang diperuntukkan untuk wilayah pelayanan ekonomi bagi masyarakat, yang memiliki fungsi antara lain (Iwan Mulyawan, 2010 dalam <http://moeljawan.blogspot.co.id>):

- 1) Memfasilitasi kegiatan transaksi perdagangan dan jasa antar masyarakat yang membutuhkan (sisi permintaan) dan masyarakat yang menjual jasa (sisi penawaran);
- 2) Menyerap tenaga kerja di perkotaan dan memberikan kontribusi yang dominan terhadap PDRB.

Ketentuan teknis pada kawasan perdagangan ini berisi karakteristik lokasi dan kesesuaian lahan, kriteria serta batasan teknis kawasan budi daya.

A) Karakteristik lokasi dan kesesuaian lahan:

- 1) Tidak terletak pada kawasan lindung dan kawasan bencana alam
- 2) Lokasinya strategis dan mudah dicapai dari seluruh penjuru kota
- 3) Dilengkapi dengan sarana antara lain tempat parkir umum, bank/ATM, pos polisi, pos pemadam kebakaran, kantor pos pembantu, tempat ibadah, dan sarana penunjang kegiatan komersial serta kegiatan pengunjung
- 4) Terdiri dari perdagangan lokal, regional, dan antar regional.

B) Kriteria dan batasan teknis:

- 1) Pembangunan hunian diijinkan hanya jika bangunan komersial telah berada pada persil atau merupakan bagian dari Izin Mendirikan Bangunan (IMB);
- 2) Penggunaan hunian dan parkir hunian dilarang pada lantai dasar di bagian depan dari perpetakan, kecuali untuk zona-zona tertentu;
- 3) Perletakan bangunan dan ketersediaan sarana dan prasarana pendukung disesuaikan dengan kelas konsumen yang akan dilayani;

C) Jenis-jenis bangunan yang diperbolehkan antara lain:

- 1) Bangunan usaha perdagangan (ritel dan grosir): toko, warung, tempat perkulakan, pertokoan;
- 2) Bangunan penginapan: hotel, guest house, motel, hostel, penginapan
- 3) Bangunan penyimpanan: gedung tempat parkir, show room, gudang
- 4) Bangunan tempat pertemuan: aula, tempat konferensi
- 5) Bangunan pariwisata (di ruang tertutup): bioskop, area bermain.

Untuk mendukung peneliti dalam mengidentifikasi setiap sasaran yang akan dicapai maka perlu penentuan variabel –variabel yang berkaitan dengan tema penelitian menggunakan teori-teori yang digunakan, hal ini

menjadi dasar dan landasan peneliti dalam melakukan penelitian. Teori yang digunakan dalam penentuan variabel yang di analisis dari teori kawasan perdagangan. Hasil dari pengamatan teori ini dengan yang ada di lapangan adalah variabel-variabel yang akan dianalisa (sesuai kondisi wilayah studi). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 2.1 berikut ini.

Tabel 2.1. Variabel Teori Kawasan Perdagangan

Teori	Variabel
(Iwan Mulyawan, 2010)	1. Lokasi Strategis 2. Sarana Prasarana 3. Perdagangan lokal 4. Perdagangan Regional 5. Bangunan Usaha Perdagangan

Sumber: Teori 2017

Beberapa variabel-variabel diatas menjelaskan mengenai karakteristik kawasan untuk perdagangan dan jasa dari variabel-variabel tersebut peneliti memilih satu variabel yang akan di gunakan untuk mendukung penelitian. Variabel yang dipilih peneliti adalah variabel :Sarana Prasarana. Peneliti memilih variabel tersebut karena sesuai dengan variabel amatan peniliti untuk sasaran pertama terhadap kondisi eksisting kawasan perdagangan yang di teliti.

2.3. Pelayanan

Menurut (Rangkuti 2002:26 dalam Wayan) menyatakan bahwa: "Jasa atau pelayanan merupakan pemberian suatu kinerja atau tindakan tak kasat mata dari satu pihak kepada pihak lain. Pada umumnya jasa atau pelayanan diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan dimana interaksi antara pemberi jasa dan penerima jasa mempengaruhi hasil jasa tersebut". Sedangkan (Supranto 1997:227 dalam Wayan) menyatakan bahwa: "Jasa atau pelayanan merupakan suatu kinerja penampilan, tidak terwujud dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan daripada dimiliki serta pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut". Jadi yang dimaksudkan dengan pelayanan adalah suatu aktivitas atau tindakan yang tidak terwujud yang ditawarkan dari suatu perusahaan kepada para pelanggannya.

Menurut (Zeithaml 1990:19 dalam Wayan) menyatakan bahwa: "*Service quality as perceived by customers, can be defined as the extent of discrepancy between customers expectations or desires and their*

perceptions". Dapat dijelaskan bahwa, kualitas pelayanan merupakan persepsi dari para pelanggan, sehingga kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai ketidaksesuaian antara apa yang menjadi harapan atau keinginan dari para pelanggan terhadap apa yang menjadi persepsi dari para pelanggan itu sendiri. Menurut Zeithaml (1990:49) menyatakan bahwa ada lima kesenjangan yang mengakibatkan kegagalan dalam menyampaikan pelayanan, yaitu:

1. Perbedaan antara harapan pelanggan dan manajemen persepsi harapan mereka
2. Perbedaan antara manajemen persepsi harapan pelanggan dan spesifikasi kualitas layanan
3. Perbedaan antara spesifikasi kualitas pelayanan dan pemberian layanan yang sebenarnya
4. Perbedaan antara pelayanan aktual dan apa yang dikomunikasikan kepada pelanggan tentang hal itu
5. Terkait hal tersebut pelanggan dirasakan kekurangan kualitas untuk 4 kesenjangan sebelumnya tersebut dalam bentuk model konseptual kualitas layanan

Dapat dijelaskan bahwa lima hal yang menyebabkan kegagalan dalam menyampaikan pelayanan yaitu:

kesenjangan 1, ketidaksesuaian antara harapan pelanggan terhadap persepsi manajemen tentang harapan para pelanggannya;

kesenjangan 2, ketidaksesuaian antara persepsi manajemen tentang harapan para pelanggannya terhadap spesifikasi kualitas pelayanan;

kesenjangan 3, ketidaksesuaian antara spesifikasi kualitas pelayanan terhadap pelayanan nyata yang diberikan oleh perusahaan;

kesenjangan 4, ketidaksesuaian antara pelayanan nyata yang diberikan oleh perusahaan terhadap bagaimana cara perusahaan untuk mengkomunikasikannya kepada para pelanggan;

kesenjangan 5, menghubungkan persepsi pelanggan yang menyebabkan gagalnya penyampaian kualitas pelayanan terhadap empat kesenjangan model konseptual kualitas pelayanan di atas.

2.4. Standar Skala Pelayanan

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.

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 2.2 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 2.3 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	<100 jiwa/Ha	27.000	72.000	192.000
	100 – 250	20.250	54.000	144.000

(m ²)	jiwa/Ha			
	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 120.000p = 36.000	0,2 m ² /p x 480.000p = 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
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 untuk kendaraan jenis angkutan berpenumpang kecil	Terminal bis, oplet, dan kendaraan jenis angkutan penumpang kecil 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 beberap 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.

2.5. Kebutuhan Ruang, Lahan Sarana Prasarana

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 \pm 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 \approx 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 \approx 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.

Untuk mendukung peneliti dalam mengidentifikasi setiap sasaran yang akan dicapai maka perlu penentuan variabel –variabel yang berkaitan dengan tema penelitian menggunakan teori-teori yang digunakan, hal ini menjadi dasar dan landasan peneliti dalam melakukan penelitian. Standart yang digunakan dalam penentuan variabel yang di analisis yaitu peraturan (SNI 03-1733-2004). Hasil dari pengamatan teori ini dengan yang ada di lapangan adalah variabel-variabel yang akan dianalisa (sesuai kondisi wilayah studi). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 2.3 berikut ini.

Tabel 2.4. Variabel Kebutuhan Ruang dan Lahan

Teori	Variabel
SNI 03-1733-2004	1. Warung/Toko 2. Pertokoan 3. Pusat Pertokoan/ Pasar Lingkungan 4. Pusat Perbelanjaan dan Niaga

Sumber: Teori dan Analisa 2017

Beberapa variabel-variabel diatas menjelaskan mengenai standart pelayanan untuk sebuah perdagangan dan jasa dari variabel-variabel tersebut peneliti memilih beberapa variabel yang akan di gunakan untuk mendukung penelitian. Variabel yang dipilih peneliti adalah variabel : Warung/Toko, Pertokoan, Pusat Perbelanjaan dan Niaga. Peneliti memilih variabel tersebut karena sesuai dengan kondisi eksisting pusat perbelanjaan yang di telititi.

2.6. Fasilitas Perdagangan

Menurut UU No. 18 Tahun 2000 pasal 1 ayat 12, menyebutkan bahwa pengertian perdagangan adalah kegiatan usaha membeli dan menjual,

termasuk kegiatan tukar menukar barang, tanpa mengubah bentuk atau sifatnya.

Sedangkan di dalam Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No.23/MPP/Kep/1/1998 pasal 1 ayat 1 menyebutkan bahwa perdagangan adalah kegiatan jual beli barang dan/atau jasa yang dilakukan secara terus-menerus dengan tujuan pengalihan hak atas barang dan/jasa dengan disertai imbalan atau kompensasi. Jenis-jenis fasilitas perdagangan berdasarkan fungsi dan lokasinya diantaranya : (Dirjen Cipta Karya Dep. PU, 1983 : 40-42, dalam Gunarto, 1998).

1. Warung

Fungsi utama warung adalah menjual kebutuhan sehari-hari (kebutuhan primer). Lokasinya terletak di tempat pusat lingkungan yang mudah dicapai dan mempunyai radius maksimal 500 meter dan minimal jumlah penduduk pendukung sebesar 250 jiwa.

2. Pertokoan

Fungsi utama pertokoan adalah untuk menjual barang-barang keperluan sehari-hari berupa toko-toko. Lokasi pertokoan sebaiknya berada di pusat dan tidak menyebrang jalan lingkungan. Minimal jumlah penduduk pendukung sebesar 2.500 jiwa (skala pelayanan tingkat RW).

3. Pusat Perbelanjaan

Fungsi utama pusat perbelanjaan adalah untuk menjual kebutuhan primer, sekunder, dan tersier. Lokasinya terletak pada jalan utama lingkungan dan mengelompok dengan pusat lingkungan. Minimal jumlah penduduk pendukung sebesar 30.000 jiwa (skala pelayanan tingkat lingkungan).

4. Pusat Perbelanjaan dan Niaga

Fungsi utama pusat perbelanjaan adalah untuk menjual kebutuhan primer, sekunder, dan tersier dilengkapi dengan sarana niaga lainnya seperti kantor, bank, industri kecil, dan lain sebagainya. Lokasinya mengelompok dengan pusat kecamatan. Minimum jumlah penduduk pendukung sebesar 120.000 jiwa (skala pelayanan tingkat kecamatan).

2.7. Klasifikasi Perdagangan

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/>)

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.

2.8. Penelitian Terdahulu

Pada sub bab ini menjelaskan tentang studi kasus yang terkait tentang tingkat pelayanan pada pusat perbelanjaan berdasarkan persepsi masyarakat atau konsumen yang sudah pernah di teliti terlebih dahulu. Untuk lebih jelasnya dapat di lihat pada tabel 3.5 sebagai berikut.

Tabel 2.5 Penelitian Terdahulu Yang Digunakan

No	Judul	Nama	Tujuan	Sasaran	Variabel	Metode	Output
1	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Matahari Department Store di Solo Grand Mall (2004)	Rustika Atmawati dan M. Wahyuddin	Untuk menganalisis faktor bukti fisik (tangibles), keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), dan empati (empathy) sejauh mana berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Matahari Department Store di Solo Grand Mall	Mengidentifikasi faktor yang paling dominan dan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen	1.Kualitas Layanan 2.Kepuasan Konsumen 3.Matahari Department Store	1.Populasi dan sampel 2.Definisi Operasional dan pengukuran variabel 3.Regresi Logistik Binari	Kelima dimensi kepuasan konsumen yaitu variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.
2	Evaluasi Kesesuaian	Ndaru Prasetyo	Untuk mengetahui	Mengidentifikasi sejauh	1.Struktur Ruang Kota	1.Penelitian Deduktif	-Kota Wnosobo mempunyai

No	Judul	Nama	Tujuan	Sasaran	Variabel	Metode	Output
	n Fungsi Pusat Kota Wonosobo Sebagai Pusat Pelayanan	dan Bitta Pigawati	kesesuaian fungsi pusat pelayanan pusat kota Wonosobo	mana kesesuaian fungsi pusat Kota Wonosobo terhadap fungsi yang seharusnya	2.Penggunaan Lahan 3.Sistem aktivitas 4.Fungsi Pusat Kota	2.Pendekatan Kuantitatif	struktur ruang model poros karena dalam perkembangan kawasan sangat dipengaruhi oleh jaringan jalan - Fungsi yang dimiliki oleh pusat Kota Wonosobo belum sesuai dengan fungsi yang seharusnya dimiliki oleh suatu pusat kota sebagai pusat pelayanan karena hanya memiliki 8 dari 9 fungsi pelayanan kota
3	Pola Spatial Persebaran Pusat Perbelanjaan	Achmad Miftahur Rozak dan Putu Gde Ariastita	Untuk mendapatkan nilai probabilitas pada tiap	1.Mencari pola persebaran lokasi pusat perbelanjaan	1.Pola Spatial 2.Perbelanjaan Modern 3.Probabilitan kunjungan	1.Pengumpulan Data 2.Analisis Data 3.Analisa	Tipologi yang dihasilkan dari perhitungan model huff serta analisa jangkauan

No	Judul	Nama	Tujuan	Sasaran	Variabel	Metode	Output
	an Modern di Surabaya Berdasarkan Probabilitas Kunjungan (2013)		kecamatan di Surabaya terhadap seluruh pusat perbelanjaan yang ada di Kota Surabaya.	n modern di Surabaya berdasarkan probabilitas kunjungan 2.Mengidentifikasi persebaran pusat perbelanjaan modern di Surabaya berdasarkan jangkauan pelayanan		Model Huff 4.Analisa Buffering	pelayanan menghasilkan 4 kategori yaitu kecamatan dengan probabilitas rendah dan terjangkau, probabilitas sedang dan terjangkau, probabilitas tinggi dan terjangkau, serta probabilitas sedang dan tidak terjangkau.
4	Pengaruh Faktor Harga, Promosi dan Pelayanan Terhadap Keputusan Konsume	Erwin Rediono Tan	Untuk mengetahui pengaruh serempak harga, promosi penjualan dan pelayanan terhadap		1.Produk 2.Harga 3. Promosi 4. Distribusi 5. Pelayanan 6.Keputusan Konsumen	1.Pengumpulan Data 2.Populasi dan sampel 3.Regresi linier berganda	1.Harga,promosi, pelayanan, berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen untuk berbelanja.

No	Judul	Nama	Tujuan	Sasaran	Variabel	Metode	Output
	n Untuk Belanja di Alfamart Surabaya (2011)		Keputusan konsumen untuk belanja di Alfamart di Kota Surabaya.				2.Harga, promosi penjualan, pelayanan mempunyai pengaruh parsial dan signifikan terhadap keputusan konsumen untuk berbelanja karena memiliki P Sig dibawah 0.05

Sumber : Hasil Kajian 2017

2.9. Sintesa Kajian Pustaka

Variabel dalam suatu penelitian merupakan atribut dari sekelompok obyek yang diteliti yang mempunyai variasi antara yang satu dengan yang lain dalam kelompok tersebut. Perumusan Variabel adalah variabel-variabel terpilih yang digunakan peneliti untuk melakukan proses penelitian. Variabel amatan untuk penelitian ini ditentukan dengan cara merumuskan antara teori yang digunakan dan tolok ukur yang digunakan sebagai amatan peneliti.

Pada hasil sintesa kajian pustaka didapatkan empat variabel pada sasaran pertama yaitu jangkauan pelayanan, luas tempat, jenis barang yang dijual, dan sarana fasilitas. Keempat variabel ini sesuai dengan sasaran yang ingin dicapai yaitu untuk mengidentifikasi jenis skala pelayanan pada setiap nunit bangunan perdagangan yang terdapat pada lokasi penelitian. Keempat variabel tersebut didapatkan melalui teori yang digunakan dan standar pelayanan, pada sasaran yang kedua variabel yang diambil berupa pusat perbelanjaan lokal, pusat perbelanjaan distrik dan pusat perbelanjaan regional beberapa variabel ini digunakan untuk menentukan skala pelayanan secara keseluruhan Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 3.6 di bawah ini.

Tabel 2.6. Sintesa Kajian Pustaka

No	Sasaran	Teori	Variabel Teori	Variabel Amatan	Indikator
1	Mengidentifikasi skala pelayanan pada fasilitas perdagangan di kawasan Dieng dan sekitarnya.	(White dan Grey 1996)	<p>(a).Pusat belanja Lingkungan (<i>Lokal</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> •Jangkauan pelayanan 2,25 km untuk 2.500 – 40.000 penduduk. •Luas area berkisar antara 3.000-10.000 m² •Jumlah toko 15-20 (unit) •Sarana Terminal/pangkalan kecil untuk pemberhentian kendaraan. Tempat parkir umum (sudah termasuk kebutuhan luas tanah), pos polisi, pos pemadam kebakaran, kantor pos pembantu, tempat ibadah <p>(b).Pusat belanja</p>	<p>1.Jarak jangkauan pelayanan</p> <p>2.Luas Tempat</p> <p>3.Barang yang dijual</p> <p>4.Sarana Fasilitas</p> <p>5. Jumlah Toko</p>	<p>1. Lokal : 2,25 Distrik: 4,5-9 km Regional: 12 km</p> <p>2. Lokal : < 400 m² Distrik: 400 – 5.000 m² Regional : > 5.000 m²</p> <p>3. Lokal : Pusat Pertokoan Distrik: Pusat Perbelanjaan</p> <p>4.Lokal a.Tempat Parkir b.Bank/ATM c.Pos Polisi d.Sistem Pemadam Kebakaran e.Tempat Ibadah</p>

No	Sasaran	Teori	Variabel Teori	Variabel Amatan	Indikator
			<p>Komunitas (<i>Distrik</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> •Jangkauan pelayanan 4,5 - 9 km untuk 40.000-1500.000 penduduk. •Luas area berkisar antara 10.000 – 30.000 m² •Jumlah toko (unit) 40 (unit) •Sarana Terminal kecamatan atau pangkalan untuk kendaraan jenis angkutanberpenumpang kecil <p>(c).Pusat perbelanjaan regional</p> <ul style="list-style-type: none"> •Jangkauan pelayanan 12 km untuk 150.000 penduduk •Luas area berkisar antara 30.000 – 80.000 m² •Jumlah toko 		<p>5. Lokal : 15-20 unit Distrik: 40 unit Regional: 100 unit</p>

No	Sasaran	Teori	Variabel Teori	Variabel Amatan	Indikator
			100 (unit) •Sarana Terminal bis, oplet dan kendaraan jenis angkutan penumpang kecil lainnya		
		(Marlin,2008)	(a).Pusat perbelanjaan Lokal •Luas tempat antara <400 m ² (b).Pusat perbelanjaan Distrik •Luas tempat antara 400-5.000 m ² (c).Pusat perbelanjaan Lokal •Luas tempat antara <400 m ²		
		(SNI 03-1733-2004)	1. Warung/Toko a. Lahan 50-100m ² 2. Pertokoan a.Tempat parkir		

No	Sasaran	Teori	Variabel Teori	Variabel Amatan	Indikator
			<p>kendaraan umum b.Sarana-sarana lain yang erat kaitannya dengan kegiatan warga; c. Pos keamanan.)</p> <p>3.Pusat Pertokoan/ Pasar Lingkungan a.Tempat parkir umum, b.Terminal kecil atau pangkalan untuk pemberhentian kendaraan; c. Pos keamanan; d.Sistem pemadam kebakaran; e.Musholla/tempat ibadah.</p> <p>4.Pusat Perbelanjaan dan Niaga a.Tempat parkir umum, b.Terminal kecil atau pangkalan untuk pemberhentian</p>		

No	Sasaran	Teori	Variabel Teori	Variabel Amatan	Indikator
		(Iwan Mulyawan, 2010)	<p>kendaraan; c. Pos keamanan; d.Sistem pemadam kebakaran; e.Musholla/tempat ibadah.</p> <p>1. Lokasi Strategis 2. Sarana Prasarana a.Tempat parkir umum b. Bank/ATM c. Pos Polisi d.Pos Pemadam Kebakaran e.KantorPos Pembantu d. Tempat Ibadah</p> <p>3.Perdagangan lokal 4.Perdagangan Regional 5.Bangunan Usaha Perdagangan</p>		
2	Menentukan skala pelayanan pada kawasan perdagangan di	(Iwan Mulyawan, 2010)	<p>1. Lokasi Strategis 2. Sarana Prasarana 3. Perdagangan lokal 4.Perdagangan Regional</p>	<p>1.Skala Pelayanan Lokal 2. Skala</p>	

No	Sasaran	Teori	Variabel Teori	Variabel Amatan	Indikator
	kawasan Dieng dan sekitarnya.		5. Bangunan Usaha Perdagangan	Pelayanan Distrik	
(White dan Grey 1996)		1. Pusat belanja Lingkungan (<i>Lokal</i>) 2. Pusat belanja Komunitas (<i>Distrik</i>) 3. Pusat belanja Wilayah (<i>Regional</i>) 4. Pusat perbelanjaan Super <i>Regional</i>	3. Skala Pelayanan Regional		
(Marlin, 2008)		Skala Pelayanan 1. Pusat Perbelanjaan Lokal 2. Pusat Perbelanjaan Distrik 3. Pusat Perbelanjaan Regional			

Sumber: Teori, 2017

BAB III

METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan menjelaskan tahapan-tahapan peneliti dalam memperoleh data dan beberapa tahapan analisa menggunakan beberapa metode. Kita ketahui bahwa dalam sebuah penelitian perlu adanya tahapan analisa dimana hal ini berguna dalam menghasilkan output yang diinginkan dari penelitian. Bab ini berisikan beberapa sub bab yaitu pendekatan penelitian, definisi operasional, beberapa metode pengambilan sampel, pengumpulan data dan beberapa metode analisa seperti analisa jenis skala pelayanan menggunakan metode deskriptif kualitatif dan analisa penentuan skala pelayanan kawasan perdagangan menggunakan analisis scoring.

3.1. Pendekatan Penelitian

Sub bab ini menjelaskan pendekatan penelitian yang akan digunakan peneliti dalam penelitian ini. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Pendekatan kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivise, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, sedangkan kualitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat post positivisme digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek alamiah (Sugiyono,2011). Dimana dalam penelitian ini terdapat permasalahan yang dapat di jelaskan melalui kalimat atau secara deskripsi, namun juga ada permasalahan yang harus dijelaskan dengan matematis.

3.2. Definisi Operasional

Pada sub bab ini peneliti akan mendeskripsikan mengenai variabel-variabel amatan yang peneliti gunakan dalam penelitian. Definisi Operasional merupakan aspek penelitian yang memberikan informasi kepada kita bagaimana mengukur suatu variabel dengan mendeskripsikan secara ilmiah yang dapat membantu peneliti-peneliti lain yang akan melakukan penelitian dengan tema sama. Definisi Operasional juga membantu penulis untuk memberikan petunjuk mengukur sebuah variabel. Supaya lebih jelas dapat dilihat pada tabel 3.1 Definisi Operasional.

3.1. Tabel Definisi Operasional

No	Sasaran	Variabel	Definisi Operasional
1	Mengidentifikasi skala pelayanan pada fasilitas perdagangan di bagian Kota Malang Barat	Jarak jangkauan pelayanan	Cakupan berupa angka, kemampuan suatu bangunan perdagangan, kawasan perdagangan melayani kawasannya.
		Luas Tempat	Ukuran batasan suatu bangunan tempat perdagangan, luasan tempat mendirikan bangunan komersilnya.
		Barang yang dijual	Jenis barang, item, komponen yang menjadi fokus penjualan suatu bangunan komersil .
		Sarana Prasarana	Merupakan suatu penunjang dalam suatu lingkup bangunan komersil, atau kawasan perdagangan itu sendiri.
		Jumlah Toko	Merupakan jumlah banyaknya retail atau unit yang terdapat pada satu bangunan perdagangan.
2	Menentukan skala pelayanan pada kawasan perdagangan di bagian Kota Malang Barat.	Pusat Perbelanjaan Lokal	Merupakan pusat Perbelanjaan yang 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 m ² . Konsumennya rata-rata adalah penduduk disekitar kawasan studi

No	Sasaran	Variabel	Definisi Operasional
		Pusat Perbelanjaan Distrik	Merupakan pusat perbelanjaan yang memiliki jangkauan pelayanan penduduk skala kecamatan. yang memiliki jangkauan pelayanan sebesar 2 mil (3,2 km) untuk 40.000-150.000 penduduk. Luas area berkisar antara 9.290-23.225 m ² Barang yang diperdagangkan urnumnya untuk keperluan berkala.Lokasi terletak pada perpotongan jalan utama
		Pusat Perbelanjaan Regional	Merupakan pusat perbelanjaan yang memiliki jangkauan pelayanan penduduk skala kota/kabupaten. yang memiliki jangkauan pelayanan 4 mil (6,4 km) untuk 120,000-400.000 penduduk. Luas Area berkisar antara 27.870-92.900 m ² Terdiri dari

No	Sasaran	Variabel	Definisi Operasional
			bermacam macam toko, departemen store, supermarket dan sebagainya. Sarana perbelanjaan ini tumbuh bersarho sarana komersil, ekspansi, industri dan transportasi pendukungnya

Sumber: Teori, Kajian 2017

3.3. Teknik Pengumpulan Data

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).

3.3.1. Tahapan Persiapan

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 di teliti.

2. Perumusan Variabel Penelitian

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

3.3.2. Tahapan Survey

Survey data primer merupakan kegiatan memperoleh data dari lapangan secara langsung dengan cara mengamati kondisi lokasi studi. Data primer berupa hasil observasi terhadap jenis skala pelayanan pada kawasan perdagangan dan kondisi kawasan perdagangan. Teknik yang digunakan ada beberapa cara yaitu metode observasi, wawancara, serta dokumentasi dan pemetaan.

3.3.2.1. Observasi

Observasi adalah pengumpulan data yang dilakukan dengan sengaja, sistematis mengenai fenomena sosial dan gejala-gejala psikis untuk kemudian dilakukan pencatatan. Dalam kaitannya dengan penelitian ini penulis langsung terjun ke lapangan menjadi partisipan (*observer partisipatif*) untuk menemukan dan mendapatkan data yang berkaitan dengan fokus penelitian. Teknik observasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik observasi berstruktur dimana pengamat melakukan observasinya dengan melakukan pengamatan pada lokasi.

3.3.2.2. Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data melalui formulir-formulir yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang diajukan secara tertulis pada seseorang atau sekumpulan orang untuk mendapatkan jawaban atau tanggapan dan informasi yang diperlukan oleh peneliti (Sugiyono,2011).

Penelitian ini menggunakan angket atau kuesioner, daftar pertanyaannya dibuat secara berstruktur dengan bentuk pertanyaan pilihan berganda (*multiple choice questions*) dan pertanyaan terbuka (*open question*). Metode ini digunakan untuk memperoleh data tentang kesesuaian fungsi kawasan perdagangan sebagai sub pusat pelayanan sekunder bagi masyarakat.

a. Sasaran Kuesioner

Bahan dari kuesioner sendiri adalah pertanyaan – pertanyaan mengenai hal studi. Daftar pertanyaan yang akan ditunjukkan dalam studi ini

adalah pengunjung, pemilik atau pekerja bangunan komersil dengan tujuan untuk mendapatkan data dan informasi mengenai : skala pelayanan pada kawasan perdagangan, sarana dan prasarana kawasan perdagangan.

b. Cara Menyebarkan Kuesioner

Penyebaran adalah teknik pengumpulan data dengan menyerahkan atau mengirimkan daftar pertanyaan untuk diisi responden. Penyebaran kuesioner dalam penelitian ini akan dilakukan pada sejumlah subjek penelitian seperti responden sebagai pemilik atau yang bekerja pada kawasan penelitian dan masyarakat pengunjung kawasan perdagangan dengan teknik pendampingan dimana surveyor mendampingi responden dalam mengisi kuesioner. Hal ini bertujuan untuk menghindari kesalahan dalam pengisian seperti terjadinya salah persepsi dari responden, dan apabila terdapat pertanyaan-pertanyaan yang tidak dimengerti maka responden dapat langsung bertanya kepada surveyor.

3.3.2.3. Wawancara

Wawancara adalah merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu (Sugiyono,2011). Wawancara adalah proses tanya jawab lisan antara dua orang atau lebih secara langsung. Pewawancara disebut sebagai *interviewer* dan orang yang diwawancarai disebut sebagai *interview*.

Ada beberapa wawancara terstruktur (*structured interview*), semiterstruktur (*semistructure interview*), dan tidak terstruktur (*unstructured interview*) (Sugiyono,2011). Pada studi ini, jenis wawancara yang akan digunakan adalah wawancara semiterstruktur dimana dalam prakteknya lebih bebas dan terbuka daripada dengan wawancara terstruktur. Tujuan digunakannya wawancara ini yaitu untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat, saran dan ide- idenya.

3.3.2.4. Dokumentasi dan Pemetaan

Metode dokumentasi yaitu pengumpulan data dimana peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan, dan sebagainya (Sugiyono,2011).

Teknik pengumpulan data dengan merekam kejadian atau situasi dilokasi penelitian yang berupa gambar (foto) untuk menunjang dalam penelitian. Dalam hal ini pengambilan gambar akan dilakukan pada beberapa bagian lokasi studi yaitu yang menyangkut kondisi fisik kawasan perdagangan, fasilitas yang digunakan dan tempat-tempat yang sering dikunjungi di lokasi penelitian. Hal ini dimaksudkan untuk memudahkan dan menunjang tahapan identifikasi dalam penelitian. Sedangkan pemetaan

yaitu memetakan lokasi penelitian / *site plan* kawasan perdagangan di wilayah dieng dan sekitarnya dengan tujuan agar memudahkan peneliti ketika melakukan analisis terkait skala pelayanan dan faktor-faktor yang mempengaruhi skala pelayanan pada kawasan perdagangan.

3.3.2.5. Teknik Sampling

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 3.2 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 :

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

$$n = 99,94 \sim 100 \text{ orang}$$

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

$$n = 99,94 \sim 100 \text{ orang}$$

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 %.

Tabel 3.3 Penentuan Jumlah Responden Perbangunan

No	Nama Bangunan	Luas Tempat (m ²)	Jumlah Responden
1	Cyber Mall	4.500	23
2	Malang City Point	10.500	53
3	Goodrich Galery	150	1
4	Goodies Pizza	200	1
5	R. M Padang Sederhana	750	5
6	Mom and Me	400	2
7	Monroe Butik	240	2
8	Presley Cafe	100	1
9	Indomaret	300	3
10	R. M Dapur Iga	300	3
11	Alfamidi	500	4
12	Bubur Ayam Garlic	250	2
13	Maven Cafe	150	1
14	Soto Ayam Cak U'U	150	2
15	Kedai 818	150	1
16	Akalva Cafe	350	3
17	Toko HOT	200	1
18	Arbanat Cafe	1.000	5
19	Toko Visi	250	2
20	Resto Jalu	100	2
21	R. M Choirus	100	1
22	Turtle Creek	450	3
23	Lollypop	500	6
24	Saboten	450	3

25	Breaddi	250	2
26	Beibiku	250	3
27	Butik Tas Elizabeth	650	4
28	Resto Malang City Boulevard	800	4
29	Showroom Modull	600	3
30	Laritta	200	2
31	Togamas	600	3
32	Nelongso	100	1
33	Noodle House Resto	850	5
34	Indomaret	120	1
35	Toko Central Bag Store	100	1
36	Resto Cak Heru	100	1
37	Super Indo	1.500	9
38	Vanila Butiq	100	1
39	Mom's and Me	800	5
40	Resto Mc Hella's	650	4
41	Resto De5	500	2
42	Resto Ichiban	300	4
43	R. M Warung Subuh	500	4
44	Djoeragan Durian	100	2
45	Rubelan	550	4
46	Resto Steak House Holycow	1.000	5
Total			200

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini, tentu di perlukan cara dan metode. Berikut akan dijelaskan mengenai organisasi dalam pengumpulan data pada penelitian ini. Untuk lebih jelasnya bisa dilihat pada tabel 3.3 di bawah ini.

Tabel 3.4 Organisasi Pengumpulan Data

No	Sasaran	Variabel Terkait	Data	Sumber Data	Teknik Pengumpulan Data
1	Mengiden tifikasi skala pelayanan pada bangunan pedagang	Jarak Jangkauan Pelayanan	-Standart Pelayanan Pusat Perbelanjaan	-Pemilik/ staff usaha -SNI 03-1733-2004	1. Survei Primer •Observasi, •wawancara, •Dokumentasi 2. Survei

No	Sasaran	Variabel Terkait	Data	Sumber Data	Teknik Pengumpulan Data
	an di kawasan Dieng dan sekitarnya	Luas Tempat	-Ukuran luas tempat tiap bangunan perdagangan	- Pemilik/staf f usaha	Sekunder 1. Survei Primer ▪Observasi, ▪wawancara, ▪Dokumentasi 2. Survei Sekunder
		Barang yang dijual	-Barang dan , item atau komponen yang dijual dan disediakan pada tempat perdagangan tersebut	- Pemilik/staf f usaha	1. Survei Primer ▪Observasi, ▪wawancara, ▪Dokumentasi 2. Survei Sekunder
		Sarana Prasarana	-Jumlah dan jenis fasilitas penunjang pada bangunan dan kawasan perdagangan yang terdapat pada lokasi penelitian	- Pemilik/staf f usaha	1. Survei Primer ▪Observasi, ▪wawancara, ▪Dokumentasi 2. Survei Sekunder
2	Menentukan skala pelayanan pada kawasan	Pusat Perbelanjaan Lokal	Data mengenai jarak jangkauan pelayanan,	- Pemilik/staf f usaha -Kawasan lokasi	Rekapitulasi data- data Survei Primer dan Survei Sekunder

No	Sasaran	Variabel Terkait	Data	Sumber Data	Teknik Pengumpulan Data
	perdagangan di kawasan Dieng dan sekitarnya .		luas tempat, jenis barang yang dijual, sarana fasilitas	penelitian - SNI 03-1733-2004	
		Pusat Perbelanjaan Distrik	Data mengenai jarak jangkauan pelayanan, luas tempat, jenis barang yang dijual, sarana fasilitas	- Pemilik/staf usaha -Kawasan lokasi penelitian - SNI 03-1733-2004	Rekapitulasi data- data Survei Primer dan Survei Sekunder
		Pusat Perbelanjaan Regional	Data mengenai jarak jangkauan pelayanan, luas tempat, jenis barang yang dijual, sarana fasilitas	- Pemilik/staf usaha -Kawasan lokasi penelitian - SNI 03-1733-2004	Rekapitulasi data- data Survei Primer dan Survei Sekunder

Sumber: Penulis,2017

3.4. Tahap Analisis Data dan Metode

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. Adapun analisa yang akan dilakukan adalah sebagai berikut ini:

Tabel 3.5 Tahap Analisa Data

No	Sasaran	Variabel	Teknik Pengumpulan Data	Metode	Output
1	Mengidentifikasi skala pelayanan pada fasilitas perdagangan di kawasan Dieng dan sekitarnya	1. Jarak Jangkauan Pelayanan 2. Luas Tempat 3. Barang yang dijual 4. Sarana Prasarana	1. Survey Primer -Observasi, -wawancara, -Dokumentasi 2. Survei Sekunder	1. Deskriptif Kualitatif	-Jenis dan Klasifikasi Skala Pelayanan bangunan perdagangan
2	Menentukan skala pelayanan pada kawasan perdagangan di kawasan Dieng dan sekitarnya.	1. Pusat Perbelanjaan Lokal 2. Pusat Perbelanjaan Distrik 3. Pusat Perbelanjaan Regional	Rekapitulasi data-data Survei Primer dan Survei Sekunder	1. Analisis Skoring	-Skala Pelayanan pada kawasan perdagangan di kawasan Dieng dan sekitarnya.

Sumber: Penulis, 2017

3.4.1. Metode Deskriptif Kualitatif

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).

Penelitian ini menafsirkan dan menguraikan data yang bersangkutan dengan situasi yang sedang terjadi, sikap serta pandangan yang terjadi di dalam suatu masyarakat, pertentangan antara dua keadaan atau lebih, hubungan antar variabel yang timbul, perbedaan antar fakta yang ada serta pengaruhnya terhadap suatu kondisi, dan sebagainya. Jenis analisis kualitatif dibedakan menjadi:

- Deskriptif yaitu menganalisis keadaan obyek studi melalui uraian, pengertian ataupun penjelasan-penjelasan baik terhadap analisis yang bersifat terukur maupun tidak terukur.
- Normatif yaitu analisis terhadap keadaan yang seharusnya mengikuti suatu aturan atau pedoman ideal tertentu maupun landasan hukum atau lainnya.

Analisis kualitatif ini nantinya akan digunakan dalam menganalisa jenis skala pelayanan pada kawasan perdagangan yang di teliti. Landasan operasional yang digunakan adalah bangunan –bangunan perdagangan yang terdapat pada lingkup penelitian. Untuk analisa ini akan dilengkapi dengan penggunaan peta, gambar, uraian dan foto-foto.

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

1. Reduksi Data, yaitu proses pemilihan, pemusatan perhatian padapenyederhanaan, 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.

3.4.2. Skoring dan Pembobotan

Adalah metode pemberian skor / harkat terhadap masing-masing value untuk menentukan tingkatan. Pada teknik pemberian skor ada 3 macam antara lain:

1. Penjumlahan dan pengurangan
2. Perkalian dan pembagian
3. Kombinasi dari poin 1 dan 2

Selain itu dalam penskoringan ini terdapat pembobotan dimana pembobotan ini digunakan apabila setiap karakter/ kategori memiliki perbedaan tingkatan dalam menentukan kategori. Dalam penskoringan

terdapat penentuan nilai interval dimana nilai maksimum (terbesar) dan nilai minimum (terkecil) dari data mentah, kemudian dapat di tentukan range atau jangkauannya yaitu dengan menggunakan (Wayan,2008):

$$r = \text{nilai maksimum} - \text{nilai minimum}$$

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 perbangunan sesuai dengan kategori skala pelayanan, maka hasil dari pembobotan itu dikalikan dengan nilai kepentingan pervariabel 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.

BAB IV

GAMBARAN UMUM

Pada subbab ini akan menjelaskan tentang gambaran umum kawasan perdagangan di bagian Kota Malang Barat pada kawasan jalan Dieng–Terusan Dieng dan sekitarnya yang meliputi letak geografi kawasan penelitian, jenis-jenis perdagangan dan jumlah perdagangan yang terdapat pada kawasan penelitian. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada sub bab ini.

4.1. Gambaran Umum Perdagangan di Kota Malang

Kota Malang secara geografis terletak pada posisi 112,06 - 112,07° Bujur Timur dan 7,06° - 8,02° Lintang Selatan sehingga membentuk wilayah dengan luas sebesar 11.006 ha atau 110,06 km². Meskipun hanya memiliki wilayah yang relatif kecil, namun Kota Malang merupakan kota terbesar kedua di Jawa Timur setelah Surabaya. Berdasarkan data-data yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik dalam buku Kota Malang dalam Angka (Tahun 2009 hingga Tahun 2013), jumlah penduduk Kota Malang terus meningkat setiap tahunnya.

Seiring dengan perkembangan Kota Malang yang begitu pesat maka kegiatan perdagangan di Kota Malang juga semakin meningkat. Kota Malang dalam skala nasional dan regional mempunyai fungsi sebagai pusat kegiatan koleksi dan distribusi barang dan jasa untuk wilayah sekitarnya. Sehingga dengan demikian keberadaan pusat perdagangan dan jasa (komersial) yang ada di Kota Malang mempunyai arti yang sangat penting dan memerlukan arahan yang tepat. Pengembangan wilayah dalam bentuk penambahan luasan wilayah sudah tidak memungkinkan. Namun demikian, potensi pengembangan wilayah bagi Kota Malang dapat diartikan dengan pengembangan kemampuan wilayah. Hal ini mengingat dengan terus meningkatnya jumlah penduduk, dan semakin banyaknya jenis kegiatan usaha baik dari segi perdagangan dan jasa, maupun industri pengolahan, akan menghamburkan tuntutan pengembangan wilayah yang juga semakin besar. Dorongan terhadap pengembangan wilayah tersebut merupakan bentuk-bentuk tuntutan dari kebutuhan masyarakat terhadap pemenuhan pelayanan baik dari sektor pendidikan, kesehatan, industri, perdagangan dan jasa, komunikasi serta berbagai bentuk tuntutan pelayanan yang lainnya.

Kawasan perdagangan dikota Malang sangat beragam mulai dari perdagangan tradisional sampai perdagangan modern salah satu contoh adalah Pasar Besar Malang merupakan pusat perdagangan dan belanja yang terletak tidak jauh dari Alun-Alun Kota Malang. Pasar Besar Malang ini memiliki aktifitas yang cukup sibuk di setiap harinya. Terdapat banyak

sekali ruko dan toko yang dibuka di sini. Pengunjung kerap berdatangan ke Pasar Besar Malang di tiap harinya untuk berbelanja atau hanya sekedar berjalan-jalan. Seperti yang mungkin telah ketahui, Pasar Besar Malang ini sering kali disebut-sebut sebagai salah satu sight and activities di Malang.

Hal tersebut bisa jadi dikarenakan Pasar Besar Malang ini memiliki banyak sekali spot menarik yang bisa dikunjungi. Pasalnya, Pasar Besar Malang dan kawasan sekitarnya merupakan wilayah yang dikenal tumbuh berkembang secara bersamaan dengan Kota Malang. Bahkan rumah dan ruko yang berdiri di tempat ini sebagian besar masih merupakan warisan dari jaman kolonialisme Belanda. Di pasar ini, banyak bisa ditemukan kelengkapan berbelanja tanpa harus merogoh kocek terlalu dalam. Sebagai pusat perdagangan, tentu saja masyarakat bisa berbelanja berbagai jenis kebutuhan pokok harian seperti bahan makanan dan lainnya di Pasar Besar Malang. Masyarakat juga dapat berbelanja pakaian, lukisan, mainan elektronik, minuman dan aneka jajanan khas Malang dengan varian harga yang relatif terjangkau.

4.2. Letak Geografi Kawasan Penelitian

Letak Kota Malang Barat sangat dipengaruhi oleh keberadaan perdagangan yang terdapat di kawasan tersebut. Jalan Dieng dan Terusan Dieng inilah yang kemudian menjadi orientasi Kawasan Perdagangan di Kota Malang Barat, dimana wilayah ini di tetapkan sebagai sub pusat pelayanan pada RTRW Kota Malang, dan kawasan perdagangan di daerah ini masuk dalam pelayanan sekunder pada kawasan ini. Pada Kawasan penelitian terdapat dua kecamatan dan tiga kelurahan :

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

No	Kelurahan	Luas (km ²)	Jumlah Penduduk (Jiwa)
1	Pisangcandi	1.84	15.052
2	Bareng	1,75	18.465
3	Gadingasri	1,68	14.175

Sumber: BPS Kota Malang, KDA 2017

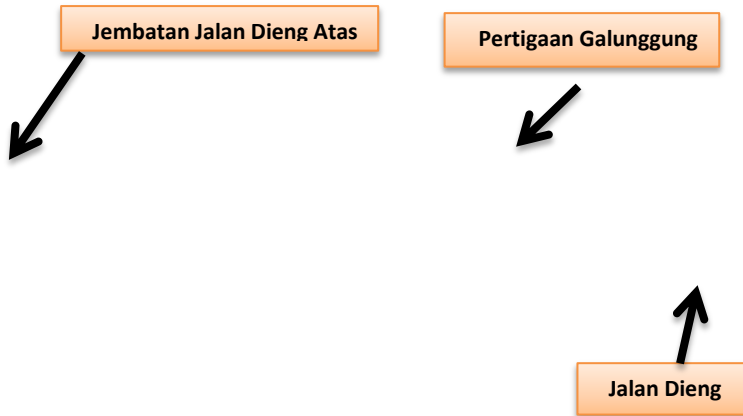
4.3. Letak Lokasi Penelitian

Daerah lokasi pada penelitian ini terdapat pada simpang empat kawasan jalan Dieng. Kawasan penelitian ini mempunyai luas dengan batas-batas sebagai berikut :

1. Sebelah Barat: dibatasi oleh batas fisik yaitu jembatan Jalan Dieng Atas
2. Sebelah Timur: dibatasi oleh batas fisik yaitu sampai Jalan Dieng
3. Sebelah Selatan: dibatasi oleh batas fisik yaitu masjid Al-Ikhlas
4. Sebelah Utara: dibatasi oleh batas fisik Jalan Galunggung, simpang tiga

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada peta 4.1 di bawah ini mengenai batas-batas lokasi penelitian dan nama-nama bangunan perdagangan tiap unitnya:

Peta 4.1. Nama dan Nomor Bangunan



4.4. Sarana Perekonomian

Sarana dan prasarana ekonomi pada suatu wilayah dibutuhkan untuk menunjang kegiatan-kegiatan terutama kegiatan ekonomi masyarakat pada wilayah tersebut. Sehingga analisis sarana dan prasarana ekonomi pada tingkat kecamatan diperlukan untuk melihat jangkauan pelayanan dari ketersediaan fasilitas ekonomi telah mencakup seluruh penduduk kecamatan atau bahkan wilayah sekitarnya.

1. Pasar Lingkungan

Pasar Lingkungan adalah fasilitas lingkungan yang berfungsi sebagai pusat perbelanjaan dan niaga yang menjual keperluan sehari-hari yang lebih lengkap termasuk sayur mayur, daging, ikan, buah-buahan, beras, tepung, bahan-bahan pakaian, barang-barang kelontong, alat-alat sekolah, alat-alat rumah tangga, dan lain-lain. Terdiri dari pasar, pertokoan, bengkel, reparasi kecil. Lokasinya pada jalan utama lingkungan dan mengelompok dengan pusat lingkungan. Minimum dukungan penduduk 30.000 jiwa. Dan sebaiknya dilengkapi dengan sarana penunjang seperti tempat parkir, pos polisi, pos pemadam kebakaran, kantor pos pembantu dan tempat ibadah.

2. Warung

Warung adalah fasilitas perbelanjaan terkecil yang melayani kebutuhan sehari-hari dari unit lingkungan terkecil 250 penduduk (50 keluarga). Minimum terdiri dari satu bangunan untuk menjual kebutuhan sehari-hari. Pencapaian maksimum adalah 500 meter.

3. Toko

Toko adalah fasilitas perbelanjaan yang lebih besar daripada warung meskipun tetap menjual kebutuhan sehari-hari, juga menjual kebutuhan sekunder lainnya dan berbentuk toko dengan ketersediaan barang lebih lengkap. Minimum didukung oleh 2.500 penduduk, dengan jarak pencapaian maksimum adalah 1200 meter.

4. Hotel

Hotel merupakan sarana yang difungsikan untuk memnuhi kebutuhan masyarakat dalam bidang hunian yang bersifat sementara dan komersial, serta dilengkapi dengan sarana-sarana pendukung lainnya. Untuk menyediakan sarana ini harus didukung oleh jumlah penduduk minimal sebanyak 15.000 jiwa dengan kebutuhan lahan minimum seluas 1000 m² per unit.

5. Rumah Makan atau Restoran

Rumah Makan adalah sarana perekonomian dalam bidang jasa konsumsi masyarakat, khususnya konsumsi siap saji dan bersifat praktis. Untuk menyediakan sarana ini harus didukung penduduk minimum sebanyak 1500 jiwa atau menurut perkembangan dan kebutuhan lingkungan. Kebutuhan minimum lahan yang diperlukan adalah seluas 300 m² per unit.

4.5. Jenis-Jenis Perdagangan di Kawasan Penelitian

Pada kawasan lokasi penelitian terdapat berbagai macam jenis perdagangan mulai dari toko, ruko, supermarket sampai pusat perbelanjaan yaitu mall. Pada sub bab ini akan di paparkan mengenai jenis-jenis perdagangan dan jumlahnya pada masing-masing jalan lokasi penelitian.

4.5.1. Jenis Perdagangan Jalan Terusan Dieng

Sepanjang Jalan Terusan Dieng terdapat berbagai macam bangunan perdagangan dan pada koridor jalan ini merupakan kawasan perdagangan terbanyak hal ini dapat dilihat jumlah dan berbagai jenis perdagangan pada tabel 4.2 di bawah ini

1. Mall

- Cyber Mall : Cyber Mall merupakan salah satu pusat perbelanjaan yang terdapat di kawasan penelitian. Cyber Mall adalah mall yang dijadikan sebagai pusat perbelanjaan IT dan gadget terlengkap di Kota Malang, mall ini terletak di Jalan Terusan Dieng. Mall ini banyak dikunjungi masyarakat Kota Malang dan beberapa pengunjung dari kota-kota lain di luar Malang. Mall ini memiliki luasan sebesar 3.500 m². Barang yang di perjual belikan pada mall ini berupa barang-barang yang dibutuhkan secara berkala. Mall ini di lengkapi dengan beberapa fasilitas seperti ATM, sistem pemadam kebakaran, sarana tempat beribadah, pos satpam.
- Malang City Point : Malang City Point merupakan salah satu pusat perbelanjaan modern yang berlokasi di Jalan Terusan Dieng. Gedung berlantai tiga ini merupakan pusat perbelanjaan yang terintegrasi dengan hotel dan condotel. Belum banyak tenant yang mengisi lot komersilnya. Dari beberapa yang sudah beroperasi, mall ini mampu menghadirkan brand-brand Nasional yang sudah cukup punya market di bidangnya. Mall ini memiliki luasan sebesar 10.500 m². Barang yang di perjual belikan pada mall ini berupa barang-barang yang dibutuhkan secara berkala dan harian. Mall ini di lengkapi dengan beberapa fasilitas seperti ATM, sistem pemadam kebakaran, sarana tempat beribadah, pos satpam.

2. Minimarket

- Indomaret : Indomaret merupakan jaringan ritel waralaba di Indonesia. Indomaret merupakan jaringan minimarket yang menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari. Indomaret ini memiliki luasan sebesar 300 m².
- Alfamidi : Alfamidi merupakan toko swalayan sejenis dengan Indomaret yang memiliki banyak cabang di Indonesia. Gerai ini umumnya menjual berbagai produk makanan, minuman dan barang kebutuhan hidup lainnya. Alfamart ini memiliki luasan sebesar 500 m².

3. Resto dan Rumah Makan

- R.M Padang : Rumah Makan Padang merupakan suatu bisnis rumah makan atau restoran yang menjual atau menghidangkan berbagai ragam kuliner atau masakan Minangkabau. Rumah makan Padang ini memiliki luasan sebesar 750 m².
- R.M Dapur Iga dan R M Jalu : Rumah Makan Dapur Iga dan Rumah Makan Jalu merupakan bisnis rumah makan atau restoran yang menghidangkan berbagai ragam kuliner atau masakan. Rumah makan Padang ini memiliki luasan sebesar 300 m².
- R.M Choiruss : Rumah Makan Choiruss merupakan bisnis rumah makan atau restoran yang menghidangkan berbagai ragam kuliner atau masakan Seafood. Rumah makan Padang ini memiliki luasan sebesar 100 m².
- Soto Ayam Cak U'U : merupakan bisnis rumah makan atau restoran yang menghidangkan kuliner berupa soto khas Jawa. Rumah makan Padang ini memiliki luasan sebesar 150 m².
- HOT : merupakan usaha bisnis yang menjual makanan dan minuman Toko HOT ini memiliki luasan sebesar 200 m².

4. Toko

- Goodrich Govey : merupakan usaha bisnis yang menjual kebutuhan berkala seperti Karpet Lantai dan Walpaper Dinding . Toko Goodrich Govey ini memiliki luasan sebesar 150 m².
- VISI : merupakan usaha bisnis yang menjual kebutuhan Rohani Kristiani seperti Alkitab, Pohon Natal, DVD Lagu-lagu Rohani. Toko VISI ini memiliki luasan sebesar 200 m².
- Mom and Me : Mom and Me merupakan suatu bisnis toko yang biasa disebut babyshop yang menjual keperluan dan

perlengkapan ibu dan bayi, toko ini memiliki luasan sebesar 400 m².

5. Cafe

- Goodies Pizza : Cafe Goodies Pizza merupakan suatu bisnis tempat makan dan minum santai yang memiliki menu makanan utama pizza. Cafe Goodies Pizza ini memiliki luasan sebesar 200 m².
- Presley : Cafe Presley merupakan suatu bisnis tempat makan dan minum santai yang memiliki menu makanan dan minuman yang bervariasi dan berkelas. Cafe Presley ini memiliki 2 lantai dan bersebelahan dengan baby shop Mom and Me, cafe ini memiliki luasan sebesar 60 m².
- Maven : Cafe Maven merupakan suatu bisnis tempat makan dan minum santai yang memiliki menu makanan dan minuman yang bervariasi dan berkelas. Cafe Presley ini bersebelahan dengan rumah makan Soto Ayam Cak U'U cafe ini memiliki luasan sebesar 150 m².
- Akalpa : Cafe Akalpa merupakan suatu bisnis tempat makan dan minum santai yang memiliki menu makanan dan minuman yang bervariasi dan berkelas. Cafe Akalpa ini memiliki luasan sebesar 350 m².
- Arbanat : Cafe Arbanat merupakan suatu bisnis tempat makan dan minum santai yang memiliki menu makanan dan minuman yang bervariasi dan berkelas. Cafe Arbanat ini merupakan cafe terbesar di wilayah penelitian memiliki 2 lantai dengan luasan sebesar 1.000 m².





6. Butik





- Monroe : Butik Monroe merupakan suatu bisnis fashion yang menjual baju-baju trend model sekarang khusus perempuan. Butik Monroe bersebelahan dengan Cafe Presley butik ini memiliki luasan sebesar 240 m².





Tabel 4.1. Perdagangan Jalan Terusan Dieng

No	Nama Perdagangan	Jenis Perdagangan	Gambar
1	Cyber Mall	Mall	
2	Malang City Point		
3	Indomaret	Minimarket	
4	Alfamidi		

No	Nama Perdagangan	Jenis Perdagangan	Gambar
5	Rumah Makan Padang	Resto dan Rumah Makan	
6	Rumah Makan Dapur Iga		
7	Rumah Makan Choirus		
8	Soto Ayam Cak U'U		

No	Nama Perdagangan	Jenis Perdagangan	Gambar
9	Rumah Makan Jalu		
10	Bubur Ayam Garlic		
11	Kedai 818		
12	Goodrich Govey	Toko	

No	Nama Perdagangan	Jenis Perdagangan	Gambar
13	HOT		
14	VISI		
15	Mom and Me		
16	Goodies Pizza	Cafe	

No	Nama Perdagangan	Jenis Perdagangan	Gambar
17	Presley		
18	Maven		
19	Akalpa		
20	Arbanat		

No	Nama Perdagangan	Jenis Perdagangan	Gambar
21	Monroe	Butik	

Sumber : Hasil Survei Primer, 2017

4.5.2. Jenis Perdagangan Jalan Dieng

Pada Jalan Dieng terdapat berbagai macam bangunan perdagangan salah satunya adalah Toko Buku Togamas di mana toko buku ini sangat terkenal di Kota Malang dan pada koridor jalan ini juga terdapat banyak toko perlengkapan bayi hal ini dapat dilihat jumlah dan berbagai jenis perdagangan pada tabel 4.3 di bawah ini.

1. Resto dan Rumah Makan

- Malang City Boulevard :

Malang City Boulevard merupakan suatu bisnis rumah makan atau restoran yang menjual atau menghadirkan berbagai ragam kuliner atau masakan mulai dari western, chinese food dan Indonesian Food. Resto ini memiliki luasan sebesar 800 m².

- R.M Nelongso : Rumah Makan Nelongso merupakan suatu bisnis rumah makan yang menjual atau menghadirkan makanan sejenis lalapan dengan menu utama ayam dan bebek. Rumah Makan Nelongso ini memiliki luasan sebesar 100 m².

- R.M Saboten : Saboten merupakan suatu bisnis rumah makan atau resto yang memiliki menu utama makanan berupa masakan Jepang seperti Sushi dan Ramen dan beberapa minuman yang bervariasi. Cafe Saboten hanya memiliki 1 lantai cafe ini memiliki luasan sebesar 450 m².

2. Toko

- Togamas :Togamas merupakan usaha bisnis yang menjual kebutuhan berkala dalam bidang pendidikan seperti buku-buku ilmu pengetahuan, alat tulis,tas sekolah dan perlengkapan pendidikan lainnya. Togamas ini terletak

bersebelahan dengan rumah makan Nelongso. Toko Togamas ini memiliki luasan sebesar 600 m².

- Larita, Breaddi :Larita dan Breaddi merupakan toko roti yang menjual berbagai macam jenis olahan kue dan roti. Larita ini terletak bersebelahan dengan Cafe Rumah Lauk sedangkan Breaddi bersebelahan langsung dengan toko Beibiku. Toko Roti Larita dan Breaddi ini memiliki luasan sebesar 200 m² dan 250 m².
- Turtle Creek, Lollipop, Beibiku :
Turtle Creek, Lollipop, Beibiku merupakan usaha bisnis yang menjual kebutuhan berkala seperti baju-baju bayi, box, dan kereta bayi. Ketiga toko ini terletak di Jalan Dieng Turtle Creek, Lollipop, Beibiku memiliki luasan sebesar 450 m², 500 m², 500 m².

3. Showroom






- Modull :Modull merupakan usaha bisnis yang menjual kebutuhan berkala seperti kitchen seat, wardrobe, bedroom, dan interior. Modull ini terletak bersebelahan Resto Malang City Boulevard. Showroom ini memiliki luasan sebesar 600 m².

4. Butik

- Elizabeth :Elizabeth merupakan usaha bisnis yang menjual berbagai macam tas branded untuk perempuan yang berkualitas premium, butik ini memiliki luasan sebesar 650 m².

Tabel 4.2. Perdagangan Jalan Dieng

No	Nama Perdagangan	Jenis Perdagangan	Gambar
1	Malang City Boulevard	Resto dan Rumah Makan	

No	Nama Perdagangan	Jenis Perdagangan	Gambar
2	Rumah Makan Nelongso		
3	Saboten		
4	Toko Buku Togamas	Toko	
5	Toko Roti Larita		
6	Toko Bayi Turtle Creek		

No	Nama Perdagangan	Jenis Perdagangan	Gambar
7	Toko Bayi Lollipop		
8	Toko Bayi Beibiku		
9	Toko Roti Breaddi		
10	Showroom Modull	Showroom	

No	Nama Perdagangan	Jenis Perdagangan	Gambar
11	Butik Tas Elizabeth	Butik	

Sumber : Hasil Survei Primer, 2017

4.5.3. Jenis Perdagangan Jalan Raya Langsep

Pada Jalan Raya Langsep terdapat berbagai macam bangunan perdagangan juga salah satunya adalah Supermarket Super Indo di mana supermarket ini dapat melayani sampai skala regional, selain itu terdapat beberapa toko-toko di kawasan jalan ini, hal ini dapat dilihat jumlah dan berbagai jenis perdagangan pada tabel 4.4 di bawah ini

1. Supermarket

- Super Indo : Super Indo merupakan salah satu supermarket yang sudah berdiri lama di Indonesia. Super Indo merupakan supermarket yang umumnya menjual berbagai produk makanan, minuman dan barang kebutuhan hidup lainnya. Supermarket ini terletak pada Jalan Raya Langsep, Super Indo ini memiliki luasan sebesar 2.000 m².

2. Minimarket

- Indomaret : Indomaret merupakan jaringan ritel waralaba di Indonesia. Indomaret merupakan jaringan minimarket yang menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari. Indomaret ini memiliki luasan sebesar 120 m².

3. Resto dan Rumah Makan

- Noodle House : Noodle House merupakan suatu bisnis rumah makan atau restoran yang menjual dan menghadirkan kuliner dengan menu utama Mie. Resto Noodle House ini memiliki luasan sebesar 850 m², tetapi usaha Resto Noodle House ini sudah lama berhenti tidak berjalan lagi.
- R. M Cak Heru : Cak Heru merupakan suatu bisnis rumah makan yang menjual dan menghadirkan kuliner dengan berbagai macam makanan dan minuman seperti lalapan ayam, nasi goreng, bakmi dll . Cak Heru ini terletak

bersebelahan dengan Toko Central Bag Store , resto ini memiliki luasan sebesar 100 m².

- Mc Hella's : Mc Hella's merupakan suatu bisnis rumah makan atau restoran yang menjual dan menghadirkan kuliner dengan berbagai macam makanan dan minuman yang bervariasi. Mc Hella's ini memiliki luasan sebesar 650 m².
- De 5, Warung Makan Subuh :
De 5, Rumah Makan Subuh merupakan suatu bisnis rumah makan atau restoran yang menjual dan menghadirkan kuliner dengan berbagai macam makanan dan minuman seperti lalapan, nasi campur, pecel dll dan bersifat prasmanan De 5, Rumah Makan Subuh memiliki luasan sebesar 500 m², 500 m².
- Ichiban : Ichiban merupakan suatu bisnis rumah makan atau restoran yang menjual dan menghadirkan berbagai jenis kuliner seperti sop puding buah, sego lele, mie korex, ramen. Ichiban ini memiliki luasan sebesar 300 m².






4. Toko






- Central Bag Store :
Central Bag Store merupakan usaha bisnis yang menjual kebutuhan berkala toko ini menjual berbagai macam bentuk dan jenis tas untuk perempuan. Central bag store ini terletak bersebelahan dengan rumah makan Cak Heru. Toko ini memiliki luasan sebesar 100 m².
- Mom's and Me :
Butik Mom's and Me merupakan suatu toko yang biasanya disebut baby shop menjual keperluan dan perlengkapan ibu dan anak, toko ini memiliki luasan sebesar 800 m².

5. Butik

- Vanila :Vanila merupakan suatu bisnis garmen yang menjual baju-baju trend model sekarang khusus perempuan. Butik Vanila ini memiliki luasan sebesar 100 m².

Tabel 4.3. Perdagangan Jalan Raya Langsep

No	Nama Perdagangan	Jenis Perdagangan	Gambar
1	Super Indo	Supermarket	
2	Indomaret	Minimarket	
3	Noodle House	Resto	
4	Cak Heru		
5	Mc Hella's		

No	Nama Perdagangan	Jenis Perdagangan	Gambar
6	De 5		
7	Ichiban		
8	Rumah Makan Subuh		
9	Central Bag Store	Toko	
10	Mom and Me		

No	Nama Perdagangan	Jenis Perdagangan	Gambar
11	Vanila	Butik	

Sumber : Hasil Survey Primer, 2017

4.5.4. Jenis Perdagangan Jalan Galunggung

Pada Galunggung terdapat beberapa bangunan perdagangan pada kawasan penelitian jalan ini tidak memiliki banyak bangunan perdagangan, pada jalan ini terdapat minimarket Rubelan yang mana minimarket ini dapat melayani sampai skala regional, selain itu terdapat beberapa toko-toko di kawasan jalan ini, hal ini dapat dilihat jumlah dan berbagai jenis perdagangan pada tabel 4.5 di bawah ini

1. Minimarket

- Rubelan : Rubelan merupakan minimarket yang menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari yang terletak di jalan Galunggung. Minimarket ini memiliki luasan sebesar 550 m².

2. Resto

- Steak House Holycow : Steak House Holycow merupakan suatu bisnis rumah makan atau restoran yang menjual dan menghadirkan kuliner dengan menu utama steak ayam dan sapi .Steak House Holycow ini memiliki luasan sebesar 1000 m².

3. Cafe

- Djoeragan Durian : Djoeragan Durian merupakan suatu bisnis tempat makan dan minum santai yang memiliki menu utama makanan dan minuman berupa Durian. Cafe Djoeragan Durian ini memiliki luasan sebesar 100 m².

Tabel 4.4. Perdagangan Jalan Galunggung

No	Nama Perdagangan	Jenis Perdagangan	Gambar
1	Rubelan	Minimarket	
2	Steak House Holycow	Resto	
3	Djoeragan Durian	Cafe	

Sumber : Hasil Survey Primer, 2017

Dari data jenis perdagangan dan jumlahnya, pada hasil survey primer yang di lakukan pada Jalan Terusan Dieng terdapat bangunan komersil perdagangan berjumlah 31 bangunan, pada Jalan Dieng berjumlah 12 bangunan, pada Jalan Raya Langsep 16 bangunan, yang terakhir pada kawasan Jalan Galunggung terdapat 3 bangunan komersil di mana dari semua bangunan perdagangan yang ada pada kawasan penelitian berupa minimarket, supermarket, resto, rumah makan, toko, butik, cafe dan bangunan lainnya.

4.6. Rekapitan Hasil Survei

Dari hasil survei primer dengan menggunakan kuesioner didapatkan hasil data mengenai variabel-variabel yang akan dianalisa pada sasaran pertama dan kedua. Untuk lebih jelasnya mengenai data-data yang akan dianalisa dapat dilihat pada tabel 4.5 di bawah ini.

Tabel 4.5 Rekapitan Hasil Survei Variabel-variabel

No	Bangunan	Barang yang dijual	Luas Tempat (m ²)	Sarana Fasilitas
1	Cyber Mall	IT, Gadget	4.500	Tempat Parkir, ATM, Sistem Pemadam Kebakaran, Tempat Ibadah, Pos Satpam.
2	Malang City Point	Makanan, minuman, bahan pokok, baju, sepatu	10.500	Tempat Parkir, ATM, Sistem Pemadam Kebakaran, Tempat Ibadah, Pos Satpam.
3	Goodrich Galery	Karpet lantai, walpaper dinding	150	Tempat Parkir
4	Goodies Pizza	Makanan, pizza, minuman	200	Tempat Parkir,
5	R. M Padang Sederhana	Makanan, minuman	750	Tempat Parkir,
6	Mom and Me	Baju fashion ibu dan anak	400	Tempat Parkir, Pos Satpam.
7	Monroe Butiq	Baju fashion	240	Tempat Parkir,
8	Presley Cafe	Makanan dan minuman	60	Tempat Parkir.
9	Indomaret	Makanan, minuman, bahan pokok, peralatan rumah tangga.	300	Tempat Parkir, ATM.
10	R. M Dapur Iga	Makanan dan minuman	300	Tempat Parkir,
11	Alfamidi	Makanan, minuman, bahan pokok, peralatan rumah tangga.	500	Tempat Parkir, ATM.
12	Bubur Ayam Garlic	Makanan khas Padang dan	250	Tempat Parkir.

No	Bangunan	Barang yang dijual	Luas Tempat (m ²)	Sarana Fasilitas
		minuman		
13	Maven Cafe	Makanan dan minuman	150	Tempat Parkir.
14	Soto Ayam Cak U'U	Makanan (soto) dan minuman	150	Tempat Parkir.
15	Kedai 818	Makanan dan minuman	150	Tempat Parkir.
16	Akalva Cafe	Makanan dan minuman	350	Tempat Parkir.
17	HOT	Makanan dan minuman	200	Tempat Parkir.
18	Arbanat Cafe	Makanan dan minuman	1.000	Tempat Parkir
19	Toko VISI	Lagu rohani, alkitab, pohon natal	250	Tempat Parkir
20	R. M Jalu	Makanan dan minuman	100	Tempat Parkir,
21	R. M Choirus	Makanan dan minuman	100	Tempat Parkir,
22	Turtle Creek	Baju dan perlengkapan bayi	450	Tempat Parkir,
23	Lollypop	Baju dan perlengkapan bayi	500	Tempat Parkir,
24	Saboten	Makanan khas jepang dan minuman	450	Tempat Parkir,
25	Breaddi	Roti,kue kering, tart	250	Tempat Parkir,
26	Beibiku	Roti,kue kering, tart	250	Tempat Parkir,
27	Butiq Tas Elizabeth	Tas-tas branded	650	Tempat Parkir,
28	Resto Malang City Boulevard	Makanan dan minuman	800	Tempat Parkir,
29	Showroom	Kitchen seat,	600	Tempat Parkir,

No	Bangunan	Barang yang dijual	Luas Tempat (m ²)	Sarana Fasilitas
	Modull	wardrobe, interior		
30	Laritta	Roti,kue kering, tart	200	Tempat Parkir.
31	Togamas	Buku-buku pendidikan, atk	600	Tempat Parkir.
32	Nelongso	Makanan dan minuman	100	Tempat Parkir.
33	Noodle House Resto	Makanan dan minuman	850	Tempat Parkir
34	Indomaret	Makanan, minuman, bahan pokok, peralatan rumah tangga.	120	Tempat Parkir.
35	Central Bag Store	Tas-tas branded	100	Tempat Parkir.
36	Resto Cak Heru	Makanan dan minuman	100	Tempat Parkir.
37	Super Indo	Makanan dan minuman	1.500	Tempat Parkir.
38	Vanila Boutique	Baju Fashion	100	Tempat Parkir.
39	Mom and Me	Baju fashion ibu dan anak	800	Tempat Parkir, Pos satpam,
40	Resto Mc Hella's	Makanan dan minuman	650	Tempat Parkir
41	Resto De5	Makanan dan minuman	500	Tempat Parkir,
42	Resto Ichiban	Makanan dan minuman	300	Tempat Parkir,
43	R. M Warung Subuh	Makanan dan minuman	500	Tempat Parkir,
44	Djoeragan Durian	Makanan dan minuman	100	Tempat Parkir,
45	Rubelan	Makanan, minuman, bahan pokok, peralatan rumah tangga	550	Tempat Parkir,

No	Bangunan	Barang yang dijual	Luas Tempat (m²)	Sarana Fasilitas
46	Steak House Holycow	Makanan (steak) dan ,minuman	1.000	Tempat Parkir,

Sumber : Hasil Survei Primer, 2017

Dari data-data yang didapatkan tersebut diketahui berbagai jenis produk yang dijual pada tiap unit perdagangan yang ada, selain itu didapatkan juga data luas area pada masing-masing unit dan sarana fasilitas yang terdapat pada tiap masing-masing unit bangunan.

BAB V

ANALISA PEMBAHASAN

Dalam subbab ini menjelaskan tentang analisa skala pelayanan kawasan perdagangan 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.

5.1. Analisa Jenis Skala Pelayanan Pada Kawasan Perdagangan di Kawasan Dieng dan Sekitarnya

Banyak aspek yang menjadi pertimbangan masyarakat atau seorang konsumen untuk memilih salah satu toko yang menjual produk yang diinginkannya. Ketika pergi ke sebuah toko atau pusat perbelanjaan, seorang konsumen cenderung menjadi seorang yang pemilih, atau selalu memiliki pertimbangan-pertimbangan tersendiri sebelum memilih dan memutuskan untuk membeli sebuah produk. Masyarakat atau seorang konsumen sengaja berkunjung ke sebuah toko tentunya memiliki tujuan untuk mendapatkan barang yang ia cari dan perlukan. Tetapi terdapat beberapa aspek-aspek yang menjadi pertimbangan dalam memilih toko yang akan dikunjungi.

Beberapa aspek ini berpengaruh kepada jangkauan pelayanan yang terdapat pada kawasan penelitian sehingga perlu dilakukan analisa mengenai jenis skala pelayanan apa saja yang terdapat pada masing-masing unit perdagangan dengan beberapa aspek.

5.2. Analisa Jangkauan Pelayanan Perdagangan Pada Lokasi Penelitian

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. Untuk lebih jelasnya dapat di lihat pada tabel 5.1 di bawah ini.

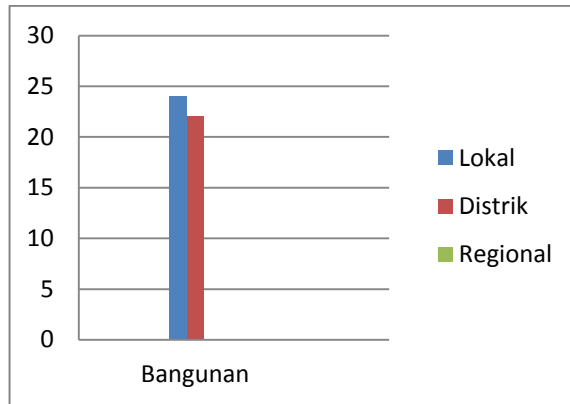
5.1. Tabel Analisa Jangkauan Jarak Pelayanan Perdagangan

No	Nama Perdagangan dan Jumlah	Jangkauan Jarak Pelayanan (km)	Standar (km)	Keterangan
1	Cyber Mall	6,6	4,5 – 9	Distrik
2	Malang City Point	6,8	4,5 – 9	Distrik
3	Goodrich Galery	4,4	2,25-4,49	Lokal
4	Goodies Pizza	6,2	4,5 – 9	Distrik
5	R. M Padang Sederhana	4,5	4,5 – 9	Distrik
6	Mom and Me	4,4	4,5 – 9	Distrik
7	Monroe Butik	3,8	2,25-4,49	Lokal
8	Presley Cafe	5,4	4,5 – 9	Distrik
9	Indomaret	5,8	4,5 – 9	Distrik
10	R. M Dapur Iga	4,6	4,5 – 9	Distrik
11	Alfamidi	4,2	2,25-4,49	Lokal
12	Bubur Ayam Garlic	3,0	2,25-4,49	Lokal
13	Maven Cafe	3,0	2,25-4,49	Lokal
14	Soto Ayam Cak U'U	4,6	4,5 – 9	Distrik
15	Kedai 818	5,4	4,5 – 9	Distrik
16	Akalva Cafe	5,0	4,5 – 9	Distrik
17	Toko HOT	4,2	2,25-4,49	Lokal
18	Arbanat Cafe	2,8	2,25-4,49	Lokal
19	Toko Visi	3,0	2,25-4,49	Lokal
20	Resto Jalu	4,8	4,5 – 9	Distrik
21	R. M Choirus	4,4	2,25-4,49	Lokal
22	Turtle Creek	5,6	4,5 – 9	Distrik
23	Lollypop	5,8	4,5 – 9	Distrik

24	Saboten	4,4	2,25-4,49	Lokal
25	Breaddi	3,0	2,25-4,49	Lokal
26	Beibiku	2,6	2,25-4,49	Lokal
27	Butik Tas Elizabeth	2,4	2,25-4,49	Lokal
28	Resto Malang City Boulevard	3,6	2,25-4,49	Lokal
29	Showroom Modull	3,2	2,25-4,49	Lokal
30	Laritta	3,6	2,25-4,49	Lokal
31	Togamas	4,6	4,5 – 9	Distrik
32	Nelongso	5,4	4,5 – 9	Distrik
33	Noodle House Resto	4,0	2,25-4,49	Lokal
34	Indomaret	6,4	4,5 – 9	Distrik
35	Toko Central Bag Store	3,0	2,25-4,49	Lokal
36	Resto Cak Heru	4,8	4,5 – 9	Distrik
37	Super Indo	6,6	4,5 – 9	Distrik
38	Vanila Butiq	2,2	2,25-4,49	Lokal
39	Mom's and Me	4,8	4,5 – 9	Distrik
40	Resto Mc Hella's	3,0	2,25-4,49	Lokal
41	Resto De5	3,4	2,25-4,49	Lokal
42	Resto Ichiban	5,6	4,5 – 9	Distrik
43	R.M Warung Subuh	3,6	2,25-4,49	Lokal
44	Djoeragan Durian	2,6	2,25-4,49	Lokal
45	Rubelan	3,0	2,25-4,49	Lokal
46	Resto Steak House Holycow	4,8	4,5 – 9	Distrik

Sumber : Hasil Analisa Data, 2017

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 5.1. 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 5.1. hasil analisa di bawah ini.

Peta 5.1. Analisa Variabel Jangkauan Pelayanan

5.3. Analisa Luas Tempat Perdagangan Pada Lokasi Penelitian

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. Untuk lebih jelasnya dapat di lihat pada tabel 5.2 di bawah ini.

5.2. Tabel Analisa Luasan Tempat Pelayanan Perdagangan

No	Nama Perdagangan dan Jumlah	Luas Tempat (m ²)	Standar (m ²)	Keterangan
1	Cyber Mall	4.500	400-5.000 m ²	Distrik
2	Malang City Point	10.500	>5.000 m ²	Regional
3	Goodrich Galery (toko karpet)	150	<400 m ²	Lokal
4	Goodies Pizza	200	<400 m ²	Lokal
5	R. M Padang Sederhana	750	400-5.000 m ²	Distrik
6	Butik Mom and Me	400	400-5.000 m ²	Distrik
7	Monroe Butik	240	<400 m ²	Lokal
8	Presley Cafe	100	<400 m ²	Lokal
9	Indomaret	300	<400 m ²	Lokal
10	R. M Dapur Iga	300	<400 m ²	Lokal
11	Alfamidi	500	400-5.000 m ²	Distrik
12	Bubur Ayam Garlic	250	<400 m ²	Lokal
13	Maven Cafe	150	<400 m ²	Lokal
14	Soto Ayam Cak U'U	150	<400 m ²	Lokal
15	Kedai 818	150	<400 m ²	Lokal
16	Akalva Cafe	350	<400 m ²	Lokal
17	Toko HOT	200	<400 m ²	Lokal
18	Arbanat Cafe	1.000	400-5.000 m ²	Distrik

No	Nama Perdagangan dan Jumlah	Luas Tempat (m ²)	Standar (m ²)	Keterangan
19	Toko VISI	250	<400 m ²	Lokal
20	Resto Jalu	100	<400 m ²	Lokal
21	R. M Choirus	100	<400 m ²	Lokal
22	Turtle Creek	450	400-5.000 m ²	Distrik
23	Lollypop	500	400-5.000 m ²	Distrik
24	Saboten	450	400-5.000 m ²	Distrik
25	Breaddi	250	<400 m ²	Lokal
26	Beibiku	250	<400 m ²	Lokal
27	Butik Tas Elizabeth	650	400-5.000 m ²	Distrik
28	Resto Malang City Boulevard	800	400-5.000 m ²	Distrik
29	Showroom Modull	600	400-5.000 m ²	Distrik
30	Laritta	200	<400 m ²	Lokal
31	Togamas	600	400-5.000 m ²	Distrik
32	Nelongso	100	<400 m ²	Lokal
33	Noodle House Resto	850	400-5.000 m ²	Distrik
34	Indomaret	120	<400 m ²	Lokal
35	Toko Central Bag Store	100	<400 m ²	Lokal
36	Resto Cak Heru	100	<400 m ²	Lokal
37	Super Indo	1.500	400-5.000 m ²	Distrik
38	Vanila Butik	100	<400 m ²	Lokal
39	Mom's and Me	800	400-5.000 m ²	Distrik
40	Resto Mc Hella's	650	400-5.000 m ²	Distrik
41	Resto De5	500	400-5.000 m ²	Distrik
42	Resto Ichiban	300	<400 m ²	Lokal
43	R. M Warung Subuh	500	400-5.000 m ²	Distrik
44	Djoeragan Durian	100	<400 m ²	Lokal
45	Rubelan	550	400-5.000 m ²	Distrik
46	Resto Steak House Holycow	1.000	400-5.000 m ²	Distrik

Sumber : Hasil Analisa Data, 2017

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.

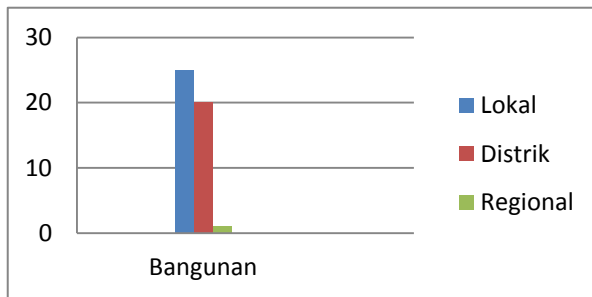


Diagram 5.2. Analisa Variabel Luas Tempat

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 5.2. hasil analisa di bawah ini.

Peta 5.2. Analisa Variabel Luas Tempat

5.4. Analisa Jenis Barang yang Dijual Pada Lokasi Penelitian

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 perdagangkomoditas 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. Untuk lebih jelasnya dapat di lihat pada tabel 5.3 di bawah ini.

5.3. Tabel Analisa Jenis Barang yang Dijual Pada Perdagangan

No	Nama Perdagangan dan Jumlah	Produk yang Dijual	Standar Jenis Barang	Keterangan
1	Cyber Mall	IT, Gadget	Pusat Perbelanjaan	Distrik
2	Malang City Point	Makanan, minuman, bahan pokok, baju, sepatu	Pusat Perbelanjaan	Distrik
3	Goodrich Galery (toko karpet)	Karpet lantai, walpaper	Pusat Perbelanjaan	Distrik

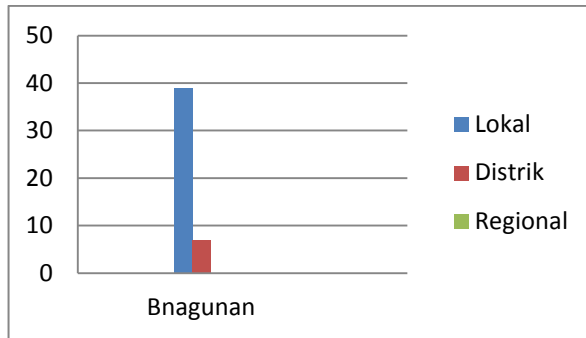
No	Nama Perdagangan dan Jumlah	Produk yang Dijual	Standar Jenis Barang	Keterangan
		dinding		
4	Goodies Pizza	Makanan, pizza, minuman	Pusat pertokoan	Lokal
5	R. M Padang Sederhana	Makanan, minuman	Pusat pertokoan	Lokal
6	Butik Mom and Me	Baju fashion ibu dan anak	Pusat pertokoan	Lokal
7	Monroe Butik	Baju fashion	Pusat pertokoan	Lokal
8	Presley Cafe	Makanan dan minuman	Pusat pertokoan	Lokal
9	Indomaret	Makanan, minuman, bahan pokok, peralatan rumah tangga.	Pusat pertokoan	Lokal
10	R. M Dapur Iga	Makanan dan minuman	Pusat pertokoan	Lokal
11	Alfamidi	Makanan, minuman, bahan pokok, peralatan rumah tangga.	Pusat pertokoan	Lokal
12	Bubur Ayam Garlic	Makanan khas Padang dan minuman	Pusat pertokoan	Lokal
13	Maven Cafe	Makanan dan minuman	Pusat pertokoan	Lokal
14	Soto Ayam Cak U'U	Makanan (soto) dan minuman	Pusat pertokoan	Lokal
15	Kedai 818	Makanan dan minuman	Pusat pertokoan	Lokal
16	Akalva Cafe	Makanan dan minuman	Pusat pertokoan	Lokal
17	Toko HOT	Makanan dan minuman	Pusat pertokoan	Lokal
18	Arbanat Cafe	Makanan dan minuman	Pusat pertokoan	Lokal
19	Toko VISI	Lagu rohani, alkitab, pohon	Pusat Perbelanjaan	Distrik

No	Nama Perdagangan dan Jumlah	Produk yang Dijual	Standar Jenis Barang	Keterangan
		natal		
20	Resto Jalu	Makanan dan minuman	Pusat pertokoan	Lokal
21	R. M Choirus	Makanan dan minuman	Pusat pertokoan	Lokal
22	Turtle Creek	Baju dan perlengkapan bayi	Pusat pertokoan	Lokal
23	Lollypop	Baju dan perlengkapan bayi	Pusat pertokoan	Lokal
24	Saboten	Makanan khas jepang dan minuman	Pusat pertokoan	Lokal
25	Breaddi	Roti,kue kering, tart	Pusat pertokoan	Lokal
26	Beibiku	Roti,kue kering, tart	Pusat pertokoan	Lokal
27	Butik Tas Elizabeth	Tas-tas branded	Pusat Perbelanjaan	Distrik
28	Resto Malang City Boulevard	Makanan dan minuman	Pusat pertokoan	Lokal
29	Showroom Modull	Kitchen seat, wardrobe, interior	Pusat Perbelanjaan	Distrik
30	Laritta	Roti,kue kering, tart	Pusat pertokoan	Lokal
31	Togamas	Buku-buku pendidikan, atk	Pusat pertokoan	Lokal
32	Nelongso	Makanan dan minuman	Pusat pertokoan	Lokal
33	Noodle House Resto	Makanan dan minuman	Pusat pertokoan	Lokal
34	Indomaret	Makanan, minuman, bahan pokok, peralatan rumah tangga.	Pusat pertokoan	Lokal
35	Toko Central Bag	Tas-tas branded	Pusat	Distrik

No	Nama Perdagangan dan Jumlah	Produk yang Dijual	Standar Jenis Barang	Keterangan
	Store		Perbelanjaan	
36	Resto Cak Heru	Makanan dan minuman	Pusat pertokoan	Lokal
37	Super Indo	Makanan dan minuman	Pusat pertokoan	Lokal
38	Vanila Butik	Baju Fashion	Pusat pertokoan	Lokal
39	Mom's and Me	Baju fashion ibu dan anak	Pusat pertokoan	Lokal
40	Resto Mc Hella's	Makanan dan minuman	Pusat pertokoan	Lokal
41	Resto De5	Makanan dan minuman	Pusat pertokoan	Lokal
42	Resto Ichiban	Makanan dan minuman	Pusat pertokoan	Lokal
43	R. M Warung Subuh	Makanan dan minuman	Pusat pertokoan	Lokal
44	Djoeragan Durian	Makanan dan minuman	Pusat pertokoan	Lokal
45	Rubelan	Makanan, minuman, bahan pokok, peralatan rumah tangga	Pusat pertokoan	Lokal
46	Steak House Holycow	Makanan (steak) dan ,minuman	Pusat pertokoan	Lokal

Sumber : Hasil Analisa Data, 2017

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.



Grafik 5.3. Analisa Variabel Jenis Barang

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 5.3. hasil analisa di bawah ini.

Peta 5.3. Analisa Variabel Jenis Barang

5.5. Analisa Sarana Fasilitas Perdagangan Pada Lokasi Penelitian

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. Untuk lebih jelasnya dapat di lihat pada tabel 5.3 di bawah ini.

5.4. Tabel Analisa Sarana Fasilitas Pada Perdagangan

No	Nama Perdagangan						Keterangan
		Tempat Parkir	ATM	Sistem Pemadam Kebakaran	Tempat Ibadah	Pos Satpam /Polisi	
1	Cyber Mall	✓	✓	✓	✓	✓	Distrik
2	Malang City Point	✓	✓	✓	✓	✓	Distrik
3	Goodrich Galery (toko karpet)	✓	-	-	-	-	Lokal
4	Goodies Pizza	✓	-	-	-	-	Lokal
5	R. M Padang Sederhana	✓	-	-	-	-	Lokal
6	Mom and Me	✓	-	-	-	✓	Lokal
7	Monroe Butik	✓	-	-	-	-	Lokal
8	Presley Cafe	✓	-	-	-	-	Lokal
9	Indomaret	✓	✓	-	-	-	Lokal
10	R. M Dapur Iga	✓	-	-	-	-	Lokal
11	Alfamidi	✓	✓	-	-	-	Lokal
12	Bubur Ayam Garlic	✓	-	-	-	-	Lokal
13	Maven Cafe	✓	-	-	-	-	Lokal
14	Soto Ayam Cak U'U	✓	-	-	-	-	Lokal
15	Kedai 818	✓	-	-	-	-	Lokal
16	Akalva Cafe	✓	-	-	-	-	Lokal
17	Toko HOT	✓	-	-	-	-	Lokal

No	Nama Perdagangan						Keterangan
		Tempat Parkir	ATM	Sistem Pemadam Kebakaran	Tempat Ibadah	Pos Satpam /Polisi	
18	Arbanat Cafe	✓	-	-	-	-	Lokal
19	Toko VISI	✓	-	-	-	-	Lokal
20	R. M Jalu	✓	-	-	-	-	Lokal
21	R. M Choirus	✓					Lokal
22	Turtle Creek	✓	-	-	-	-	Lokal
23	Lollypop	✓	-	-	-	-	Lokal
24	Saboten	✓	-	-	-	-	Lokal
25	Breaddi	✓	-	-	-	-	Lokal
26	Beibiku	✓	-	-	-	-	Lokal
27	Butik Tas Elizabeth	✓	-	-	-	-	Lokal
28	Resto Malang City Boulevard	✓	-	-	-	-	Lokal
29	Showroom Modull	✓	-	-	-	-	Lokal
30	Laritta	✓	-	-	-	-	Lokal
31	Togamas	✓	-	-	-	-	Lokal
32	Nelongso	✓	-	-	-	-	Lokal
33	Noodle House Resto	✓	-	-	-	-	Lokal
34	Indomaret	✓	-	-	-	-	Lokal
35	Toko Central Bag Store	✓	-	-	-	-	Lokal

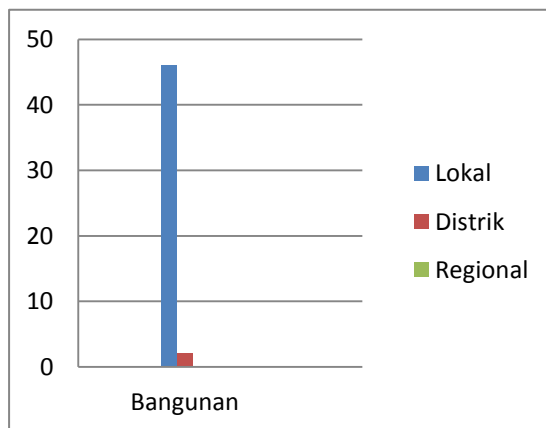
No	Nama Perdagangan						Keterangan
		Tempat Parkir	ATM	Sistem Pemadam Kebakaran	Tempat Ibadah	Pos Satpam /Polisi	
36	Resto Cak Heru	✓	-	-	-	-	Lokal
37	Super Indo	✓	✓	✓	-	-	Lokal
38	Vanila Butik	✓	-	-	-	-	Lokal
39	Mom's and Me	✓	-	-	-	✓	Lokal
40	Resto Mc Hella's	✓	-	-	-	-	Lokal
41	Resto De5	✓	-	-	-	-	Lokal
42	Resto Ichiban	✓	-	-	-	-	Lokal
43	R. M Warung Subuh	✓	-	-	-	-	Lokal
44	Djoeragan Durian	✓	-	-	-	-	Lokal
45	Rubelan	✓	-	-	-	-	Lokal
46	Steak House Holycow	✓	-	-	-	-	Lokal

Sumber : Hasil Analisa Data, 2017

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.

Salah satu faktor yang menjadikan kedua bangunan ini menjadi skala Distrik adalah sarana fasilitas parkir yang dimiliki kedua bangunan ini dapat menampung 1.000 unit kendaraan baik itu mobil maupun motor perharinya di dibandingkan dengan bangunan perdagangan yang lainnya yang memiliki kapasitas parkir yang lebih kecil untuk menampung kendaraan. Hal ini didapatkan dengan asumsi kendaraan mall terbanyak pada weekend 500 kendaraan.

Dari ke 64 bangunan tersebut terdapat 2 bangunan yang mempunyai fasilitas penunjang lebih seperti sistem pemadam kebakaran tempat ibadah, pos satpam, ATM kedua bangunan ini adalah Cyber Mall dan Malang City Point, sarana fasilitas yang ada pada kedua bangunan tersebut juga lebih besar dan memadai di dibandingkan bangunan-bangunan perdagangan lainnya pada lokasi penelitian.



Grafik 5.4. 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 5.4. hasil analisa di bawah ini.

Peta 5.4. Analisa Variabel Sarana Fasilitas

5.6. Analisa Jumlah Toko (*Unit*) Pada Bangunan Perdagangan

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. Untuk lebih jelasnya dapat di lihat pada tabel 5.2 di bawah ini.

5.5. Tabel Analisa Jumlah Toko Pada Bangunan Perdagangan

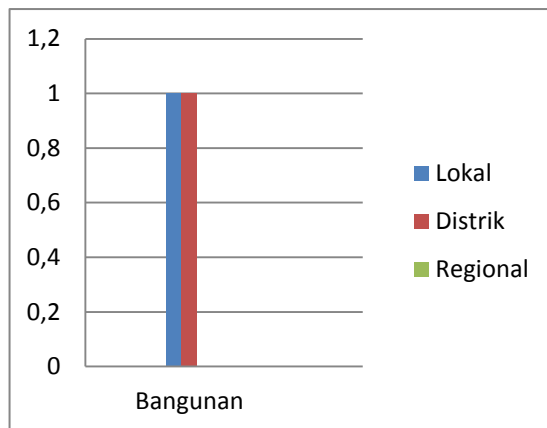
No	Nama Perdagangan dan Jumlah	Jumlah Unit	Standar	Keterangan
1	Cyber Mall	37	40	Distrik
2	Malang City Point	18	15-20	Lokal
3	Goodrich Galery (toko karpet)	1	-	-
4	Goodies Pizza	1	-	-
5	R. M Padang Sederhana	1	-	-
6	Butik Mom and Me	1	-	-
7	Monroe Butik	1	-	-
8	Presley Cafe	1	-	-
9	Indomaret	1	-	-
10	R. M Dapur Iga	1	-	-
11	Alfamidi	1	-	-
12	Bubur Ayam Garlic	1	-	-
13	Maven Cafe	1	-	-
14	Soto Ayam Cak	1	-	-

	U'U			
15	Kedai 818	1	-	-
16	Akalva Cafe	1	-	-
17	Toko HOT	1	-	-
18	Arbanat Cafe	1	-	-
19	Toko VISI	1	-	-
20	Resto Jalu	1	-	-
21	R. M Choirus	1	-	-
22	Turtle Creek	1	-	-
23	Lollypop	1	-	-
24	Saboten	1	-	-
25	Breaddi	1	-	-
26	Beibiku	1	-	-
27	Butik Tas Elizabeth	1	-	-
28	Resto Malang City Boulevard	1	-	-
29	Showroom Modull	1	-	-
30	Laritta	1	-	-
31	Togamas	1	-	-
32	Nelongso	1	-	-
33	Noodle House Resto	1	-	-
34	Indomaret	1	-	-
35	Toko Central Bag Store	1	-	-
36	Resto Cak Heru	1	-	-
37	Super Indo	1	-	-
38	Vanila Butik	1	-	-
39	Mom's and Me	1	-	-
40	Resto Mc Hella's	1	-	-
41	Resto De5	1	-	-
42	Resto Ichiban	1	-	-

43	R. M Warung Subuh	1	-	-
44	Djoeragan Durian	1	-	-
45	Rubelan	1	-	-
46	Resto Steak House Holycow	1	-	-

Sumber : Hasil Analisa Data, 2017

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 5.5. 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 5.4. hasil analisa di bawah ini.

5.7. Analisa Penentuan Skala Pelayanan Pada Kawasan Perdagangan

Dalam sub bab ini akan membahas mengenai analisa untuk menentukan skala pelayanan yang terdapat pada area kawasan perdagangan jalan Dieng – Terusan Dieng dan sekitarnya bagian Kota Malang Barat.

Dengan pembobotan hasil ini didapatkan melalui hasil kuesioner dan wawancara, yang telah dianalisis pada sasaran pertama. Untuk kuesioner diperuntukkan bagi pemilik bangunan dengan jumlah 46 responden dan wawancara diperuntukkan bagi pengunjung yang berada pada bangunan perdagangan tersebut. Pada wawancara ini pada setiap bangunan di ambil sampel 5 orang pengunjung untuk menentukan jangkauan pelayanan dan nilai kepentingan variabel. Jumlah untuk responden pemilik bangunan berjumlah 46 responden sedangkan untuk sampel wawancara pengunjung berjumlah 2000 pengunjung dengan berbagai jenis pekerjaan baik itu mahasiswa, ibu rumah tangga, pegawai swasta, pegawai negeri maupun wiraswasta.

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 5.6. Analisa Nilai Bobot

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

Setelah bobot di skoringkan, didapatkan dari hasil menambahkan setiap bobot yang didapatkan dari hasil analisa sasaran pertama maka selanjutnya menentukan nilai interval untuk setiap skor yang telah di dapatkan agar mngetahui hasil akhir dari analisis. Untuk mendapatkan nilai interval dibawah ini adalah dengan rumus seperti berikut:

$$Ni = \frac{Nt - Nr}{\sum x}$$

Keterangan:

Ni = Nilai Interval Nr = Nilai Terendah

Nt = Nilai Tertinggi $\sum x$ = Jumlah Kategori

$$\text{Nilai Interval: } \frac{15-0}{3} = 5$$

Keterangan:

15 = Nilai tertinggi hasil penambahan nilai bobot pervariabel

0 = Nilai terendah hasil penambahan nilai bobot pervariabel

3 = Jumlah kategori

Dari nilai interval yang didapatkan tersebut maka ditambahkan pada setiap nilai kategori sehingga mendapatkan nilai antara pada masing-masing kategori.

Tabel 5.7. Analisa Nilai Interval

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

Dari hasil penghitungan diatas maka didapatkan nilai interval untuk kategori skala pelayanan lokal adalah nilai 0 sampai 5, untuk skala pelayanan distrik nilai interval yang di dapatkan adalah 5,1 - 10, dan skala pelayanan regional 10,1-15. Dasar dari dilakukannya skoring dan pembobotan ini untuk dapat memediasi, menilai dan menentukan skala pelayanan yang ada pada kawasan penelitian dengan di tinjau dari beberapa aspek variabel yang sudah di tentukan Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dari hasil analisa skoring pada tabel 5.7 di bawah ini.

Tabel 5.8. Skoring Skala Pelayanan Pada Kawasan Perdagangan

No	Bangunan	Variabel Skala Pelayanan					Total Skor	Keterangan
		JP	LT	JB	SF	JT		
1	Cyber Mall	2	2	2	2	2	10	Distrik
2	Malang City Point	2	3	2	2	1	10	Distrik
3	Goodrich Galery (toko karpet)	1	1	2	1	0	5	Lokal
4	Goodies Pizza	2	1	1	1	0	5	Lokal
5	R. M Padang Sederhana	2	2	1	1	0	6	Distrik
6	Butik Mom and Me	2	2	1	1	0	6	Distrik
7	Monroe Butik	1	1	1	1	0	4	Lokal
8	Presley Cafe	2	1	1	1	0	5	Lokal
9	Indomaret	2	1	1	1	0	5	Lokal
10	R. M Dapur Iga	2	1	1	1	0	5	Lokal
11	Alfamidi	1	2	1	1	0	5	Lokal
12	Bubur Ayam Garlic	1	1	1	1	0	4	Lokal
13	Maven Cafe	1	1	1	1	0	4	Lokal
14	Soto Ayam Cak U'U	2	1	1	1	0	5	Lokal
15	Kedai 818	2	1	1	1	0	5	Lokal
16	Akalva Cafe	2	1	1	1	0	5	Lokal
17	Toko HOT	1	1	1	1	0	4	Lokal
18	Arbanat Cafe	1	2	1	1	0	5	Lokal
19	Toko VISI	1	1	2	1	0	5	Lokal
20	Resto Jalu	2	1	1	1	0	5	Lokal
21	R. M	1	1	1	1	0	4	Lokal

No	Bangunan	Variabel Skala Pelayanan					Total	Keterangan
	Choirus							
22	Turtle Creek	2	2	1	1	0	6	Distrik
23	Lollypop	2	2	1	1	0	6	Distrik
24	Saboten	1	2	1	1	0	5	Lokal
25	Breaddi	1	1	1	1	0	4	Lokal
26	Beibiku	1	1	1	1	0	4	Lokal
27	Butik Tas Elizabeth	1	2	2	1	0	6	Lokal
28	Resto Malang City Boulevard	1	2	1	1	0	5	Lokal
29	Showroom Modull	1	2	2	1	0	6	Distrik
30	Laritta	1	1	1	1	0	4	Lokal
31	Togamas	2	2	1	1	0	6	Lokal
32	Nelongso	2	1	1	1	0	5	Lokal
33	Noodle House Resto	1	2	1	1	0	5	Lokal
34	Indomaret	2	1	1	1	0	5	Lokal
35	Toko Central Bag Store	1	1	2	1	0	5	Lokal
36	Resto Cak Heru	2	1	1	1	0	5	Lokal
37	Super Indo	2	2	1	1	0	6	Distrik
38	Vanila Butik	1	1	1	1	0	4	Lokal
39	Mom's and Me	2	2	1	1	0	6	Distrik
40	Resto Mc Hella's	1	2	1	1	0	5	Lokal
41	Resto De5	1	2	1	1	0	5	Lokal
42	Resto Ichiban	2	1	1	1	0	5	Lokal
43	R. M Warung Subuh	1	2	1	1	0	5	Lokal

No	Bangunan	Variabel Skala Pelayanan					Total	Keterangan
44	Djoeragan Durian	1	1	1	1	0	4	Lokal
45	Rubelan	1	2	1	1	0	5	Lokal
46	Steak House H.	2	2	1	1	0	6	Distrik

Sumber: Hasil Analisa 2017

Dari hasil analisa tersebut yang telah di bobot dan di skoringkan didapatkan skala pelayanan yang terdapat pada kawasan Perdagangan di Jalan Dieng – Terusan bagian Kota Malang Barat . Berikut uraian penjelasan dari hasil analisis:

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.

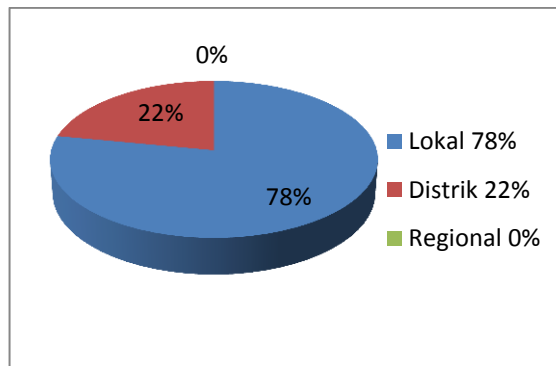


Diagram 5.6. Jumlah Skala Pelayanan

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 5.5. hasil analisa di bawah ini.

Peta 5.7. Analisa Skala Pelayanan Pada Kawasan Perdagangan

BAB VI

KESIMPULAN

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa dari bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan, yaitu dari berbagai faktor seperti jangkauan pelayanan, luas tempat, jenis barang yang dijual dan sarana fasilitas sangat mempengaruhi pada skala pelayanan yang terdapat pada suatu kawasan perdagangan maupun bangunan perdagangan itu sendiri. Kemudian setelah dilakukan analisis pervariabel pada setiap bangunan perdagangan maka dapat diketahui keseluruhan skala pelayanan yang ada pada tiap bangunan perdagangan dan dominasi skala pelayanan pada kawasan perdagangan bagian Kota Malang Barat tersebut.

6.1.1. Jenis Skala Pelayanan

Terdapat tiga jenis kategori untuk skala pelayanan pada kawasan perdagangan bagian Kota Malang Barat . Skala Lokal merupakan skala pelayanan yang lebih rendah tingkat hirarkinya dari Skala Distrik yang melayani cakupan desa atau kelurahan. Skala lokal memiliki jangkauan pelayanan sejauh 2,25 km dan luas area 3.000 – 10.000 m² dan untuk jenis barang yang dijual adalah kebutuhan sehari- hari. Dari beberapa kategori standar tersebut variabel luas tempat dan sarana fasilitas paling banyak dalam jenis skala pelayanan Lokal.

Skala Distrik merupakan skala pelayanan yang lebih rendah tingkat hirarkinya dari Skala Regional yang melayani cakupan kecamatan atau kota. Skala Distrik memiliki jangkauan pelayanan sejauh 4,5 - 9 km dan luas area 10.000 – 30.000 m² dan untuk jenis barang yang dijual adalah kebutuhan sehari-hari dan berkala. Dari beberapa kategori standar tersebut variabel jangkauan jarak pelayanan paling banyak dalam jenis skala pelayanan Distrik. Skala pelayanan distrik merupakan mata rantai antara daerah sekitarnya dengan pusat (kota) regional.

Skala Regional merupakan simpul dengan sarana dan prasarana yang menghubungkan dengan perekonomian nasional, juga merupakan pusat pelayanan yang berperan sebagai mata rantai yang menghubungkan ekonomi nasional dengan ekonomi pedesaan skala distrik dan lokal. Skala Regional memiliki jangkauan pelayanan sejauh 12 km dan luas area 30.000 – 80.000 m² dan untuk jenis barang yang dijual adalah kebutuhan berkala dan sehari-hari dan yang selain hal tersebut. Dari beberapa kategori standar tersebut

belum ada bangunan perdagangan bagian Kota Malang Barat yang memiliki skala pelayanan Regional.

6.1.2. Skala Pelayanan Kawasan Perdagangan

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.

6.2. Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai “Penentuan Skala Pelayanan Pada Kawasan Perdagangan Bagian Kota Malang Barat” maka perlu dibuat rekomendasi sebagai suatu bentuk usulan lebih lanjut guna mendukung terlaksananya hasil penelitian.

1. Dalam pembangunan sebuah kawasan perdagangan dalam perencanaanya 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.
2. 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.

3. 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. Thesis

- Arifianto, Dessy. 2006. *Kajian Interaksi Aktivitas Pertokoan Dan Pedagang Kaki Lima Pada Trotoar Di Kawasan Perdagangan Banjarnegara Kabupaten Tegal*. Thesis Program Studi Magister Pembangunan Wilayah dan Kota UNDIP Semarang : diterbitkan
- Yulianto, Edi. 2005. *Pengaruh Pembangunan Ruko Terhadap Struktur Ruang Kota Batam*. Thesis Program Studi Magister Pembangunan Wilayah dan Kota UNDIP Semarang : diterbitkan

4. 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

4. Website

<http://moeljawan.blogspot.co.id/2010/06/kawasan-peruntukkan-perdagangan>
diakses: 26 Mei 2017 pukul 14.35

<http://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/52256/Chapter%20II>
(ULL,1977) diakses 28 Mei 2017 pukul 20.00

<http://dosen.narotama.ac.id/wp-content/uploads/2013/01/STUDI-PUSTAKABEDAH-KARYA-TINJAUAN-LAPANGAN.doc>. diakses: 16 Maret 2017 pukul 21.06 WIB

[http : // ridhass.blogspot.com/2011/03/perbedaanminimarket.html](http://ridhass.blogspot.com/2011/03/perbedaanminimarket.html) 20 Maret 2017

<http://distarum.jambikota.go.id/wp-content/uploads/2013/12/SNI-03-1733-2004-Tata-cara-perencanaan-lingkungan.pdf> diakses: 17 Maret pukul 06.00 WIB

<http://fytryany.blogspot.co.id> diakses: 17 Maret pukul 11.00 WIB



Kuesioner

Penentuan Skala Pelayanan Pada Kawasan Perdagangan Bagian Kota Malang Barat

Dengan hormat,

Bersama ini saya selaku peneliti, mohon kesediaan anda untuk dapat membantu mengisi kuesioner yang telah disiapkan dengan maksud:

1. Membantu pengumpulan data dalam rangka identifikasi jenis skala pelayanan pada kawasan perdagangan
2. Menentukan skala pelayanan pada kawasan perdagangan di kawasan Dieng dan sekitarnya.

Tidak ada jawaban benar ataupun salah. Semua jawaban yang dituangkan dalam kuesioner ini sepenuhnya merupakan pendapat anda sebagai pengunjung tempat perdagangan. Anda diharapkan untuk menjawab pernyataan/pertanyaan yang diberikan dalam kuesioner ini seakurat mungkin.

A. Data Pengunjung

Sebelum menjawab pertanyaan dalam kuesioner ini, mohon Saudara mengisi data berikut terlebih dahulu. (Jawaban yang saudara berikan akan diperlakukan secara rahasia).

Isi jawaban pada pertanyaan di bawah ini.

1. Siapa Nama anda ?
2. Dimana tempat tinggal anda ?

B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Responden dapat memberikan jawaban dengan memberikan tanda silang (X) pada salah satu pilihan jawaban yang tersedia. Hanya satu jawaban saja yang dipilih untuk setiap pertanyaan. Pada pertanyaan terdapat empat alternative jawaban pilihan ganda seperti di bawah ini:

Data responden dan semua informasi yang diberikan akan dijamin kerahasiaannya, oleh sebab itu dimohon untuk mengisi kuesioner dengan sebenarnya dan seobjektif mungkin.

Pertanyaan

- Dari keempat variabel di bawah ini manakah yang merupakan aspek penting dalam skala pelayanan ?

A. Jangkauan Pelayanan

(Cakupan berupa angka, jarak kemampuan suatu bangunan perdagangan, kawasan perdagangan melayani kawasannya)

B. Luas Tempat

(Ukuran batasan suatu bangunan tempat perdagangan, luasan tempat mendirikan bangunan komersilnya)

C. Jenis Barang Yang Dijual

(Jenis barang, item, komponen yang menjadi fokus penjualan suatu bangunan komersil)

D. Sarana Fasilitas

(Merupakan suatu penunjang dalam suatu lingkup bangunan komersil, atau kawasan perdagangan itu sendiri)



Kuesioner

Penentuan Skala Pelayanan Pada Kawasan Perdagangan Bagian Kota Malang Barat

Dengan hormat,

Bersama ini kami selaku peneliti, mohon kesediaan anda untuk dapat membantu mengisi kuesioner yang telah disiapkan dengan maksud:

1. Membantu pengumpulan data dalam rangka identifikasi jenis skala pelayanan pada kawasan perdagangan
2. Menentukan skala pelayanan pada kawasan perdagangan di kawasan Dieng dan sekitarnya.

Tidak ada jawaban benar ataupun salah. Semua jawaban yang dituangkan dalam kuesioner ini sepenuhnya merupakan pendapat anda sebagai pengunjung tempat perdagangan. Anda diharapkan untuk menjawab pernyataan/pertanyaan yang diberikan dalam kuesioner ini seakurat mungkin.

A. Data Responden

Sebelum menjawab pertanyaan dalam kuesioner ini, mohon Saudara mengisi data berikut terlebih dahulu. (Jawaban yang saudara berikan akan diperlakukan secara rahasia).

Isi jawaban pada pertanyaan di bawah ini.

1. Siapa Nama anda ?
2. Apa nama bangunan usaha yang anda miliki?

B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Responden dapat memberikan jawaban dengan menyalang jawaban pada pilihan ganda yang tersedia. Hanya satu jawaban saja yang dimungkinkan untuk setiap pertanyaan. Pada masing-masing pertanyaan terdapat tiga alternative jawaban yang mengacu pada standar pelayanan perdagangan, yaitu:

Pertanyaan

1. Jenis barang apakah yang dijual pada unit perdagangan saudara?

- a. Barang Kebutuhan Sehari-hari
- b. Barang Kebutuhan Berkala
- c. Barang Kebutuhan Sehari-hari dan Berkala

Sebutkan jenisnya.....

2. Berapa luas tempat unit perdagangan yang saudara miliki ?

.....

3. Sarana fasilitas apa saja yang anda miliki pada unit perdagangan anda?

.....

Rekapan Hasil Survei Variabel-variabel

No	Pemilik Bangunan	Jenis Barang	Luas Tempat (m ²)	Sarana Fasilitas
1	Cyber Mall	IT, Gadget	4.500	Tempat Parkir, ATM, Sistem Pemadam Kebakaran, Tempat Ibadah, Pos Satpam, Sistem Pembayaran Tunai, Debit, Kredit dan Online
2	Malang City Point	Makanan, minuman, bahan pokok, baju, sepatu	10.000	Tempat Parkir, ATM, Sistem Pemadam Kebakaran, Tempat Ibadah, Pos Satpam, Sistem Pembayaran Tunai, Debit, Kredit dan Online
3	Goodrich Galery	Karpets lantai, walpaper dinding	150	Tempat Parkir, Sistem Pembayaran Tunai, Debit, Kredit
4	Goodies Pizza	Makanan, pizza, minuman	200	Tempat Parkir, Sistem Pembayaran Tunai, dan Online
5	R. M Padang Sederhana	Makanan, minuman	750	Tempat Parkir, Sistem Pembayaran Tunai.
6	Mom and Me	Baju fashion ibu dan anak	400	Tempat Parkir, Pos Satpam, Sistem Pembayaran

No	Pemilik Bangunan	Jenis Barang	Luas Tempat (m ²)	Sarana Fasilitas
				Tunai.
7	Monroe Butiq	Baju fashion	240	Tempat Parkir, Sistem Pembayaran Tunai, Debit, Kredit
8	Presley Cafe	Makanan dan minuman	60	Tempat Parkir, Sistem Pembayaran Tunai, Debit, Kredit dan Online
9	Indomaret	Makanan, minuman, bahan pokok, peralatan rumah tangga.	300	Tempat Parkir, ATM, Sistem Pembayaran Tunai, Debit, Kredit dan Online
10	R. M Dapur Iga	Makanan dan minuman	300	Tempat Parkir, Sistem Pembayaran Tunai
11	Alfamidi	Makanan, minuman, bahan pokok, peralatan rumah tangga.	500	Tempat Parkir, ATM, Sistem Pembayaran Tunai, Debit, Kredit dan Online
12	Konter Phone Cell	Pulsa, Kartu Perdana, kuota	7	Tempat Parkir, Sistem Pembayaran Tunai
13	Bubur Ayam Garlic	Makanan khas Padang dan minuman	250	Tempat Parkir, Sistem Pembayaran Tunai dan Online
14	Maven Cafe	Makanan dan minuman	150	Tempat Parkir, Sistem Pembayaran Tunai,

No	Pemilik Bangunan	Jenis Barang	Luas Tempat (m²)	Sarana Fasilitas
				Debit,Kredit
15	Soto Ayam Cak U'U	Makanan (soto) dan minuman	150	Tempat Parkir, Sistem Pembayaran Tunai, dan Online
16	Kedai 818	Makanan dan minuman	150	Tempat Parkir, Sistem Pembayaran Tunai
17	Akalva Cafe	Makanan dan minuman	350	Tempat Parkir, Sistem Pembayaran Tunai, Debit, Kredit, Online
18	HOT	Makanan dan minuman	200	Tempat Parkir, Sistem Pembayaran Tunai
19	Warung Es Cemot	Minuman, es buah	4	Tempat Parkir, Sistem Pembayaran Tunai
20	Arbanat Cafe	Makanan dan minuman	1.000	Tempat Parkir, Sistem Pembayaran Tunai, Debit, Kredit
21	Toko VISI	Lagu rohani, alkitab, pohon natal	250	Tempat Parkir, Sistem Pembayaran Tunai, Debit, Kredit
22	R. M Jalu	Makanan dan minuman	100	Tempat Parkir, Sistem Pembayaran Tunai
23	R. M Choirus	Makanan dan minuman	100	Tempat Parkir, Sistem Pembayaran Tunai

No	Pemilik Bangunan	Jenis Barang	Luas Tempat (m²)	Sarana Fasilitas
24	Warung Selera Rasa	Makanan dan minuman	6	Tempat Parkir
25	Warung Archdam	Makanan dan minuman	8	Tempat Parkir
26	Bakso Cak Nono	Makanan (bakso) dan minuman	8	Tempat Parkir
27	Warung Bu Riyati	Makanan dan minuman	6	Tempat Parkir
28	Mie Ayam	Makanan (mie ayam) dan minuman	6	Tempat Parkir
29	Soto Lamongan	Makanan (soto) dan minuman	6	Tempat Parkir
30	Warung Bu Kat	Makanan dan minuman	4	Tempat Parkir
31	Gado-gado Dieng	Makanan (Gado-gado) dan minuman	6	Tempat Parkir
32	Turtle Creek	Baju dan perlengkapan bayi	450	Tempat Parkir, Sistem Pembayaran Tunai, Debit, Kredit
33	Lollypop	Baju dan perlengkapan bayi	500	Tempat Parkir, Sistem Pembayaran Tunai, Debit, Kredit
34	Saboten	Makanan khas jepang dan minuman	450	Tempat Parkir, Sistem Pembayaran Tunai, dan Online
35	Breaddi	Roti,kue kering, tart	250	Tempat Parkir, Sistem Pembayaran Tunai, Debit, Kredit
36	Beibiku	Roti,kue kering, tart	250	Tempat Parkir, Sistem Pembayaran

No	Pemilik Bangunan	Jenis Barang	Luas Tempat (m ²)	Sarana Fasilitas
				Tunai, Debit, Kredit
37	Butiq Tas Elizabeth	Tas-tas branded	650	Tempat Parkir, Sistem Pembayaran Tunai, Debit, Kredit
38	Resto Malang City Boulevard	Makanan dan minuman	800	Tempat Parkir, Sistem Pembayaran Tunai, Debit, Kredit
39	Showroom Modull	Kitchen seat, wardrobe, interior	600	Tempat Parkir, Sistem Pembayaran Tunai
40	Rumah Lauk	Makanan dan minuman	85	Tempat Parkir, Sistem Pembayaran Tunai
41	Laritta	Roti, kue kering, tart	200	Tempat Parkir, Sistem Pembayaran Tunai, Debit, Kredit dan Online
42	Togamas	Buku-buku pendidikan, atk	600	Tempat Parkir, Sistem Pembayaran Tunai, Debit, Kredit
43	Nelongso	Makanan dan minuman	100	Tempat Parkir, Sistem Pembayaran Tunai, dan Online
44	Noodle House Resto	Makanan dan minuman	850	Tempat Parkir
45	Indomaret	Makanan, minuman, bahan pokok, peralatan rumah tangga.	120	Tempat Parkir, Sistem Pembayaran Tunai, Debit,

No	Pemilik Bangunan	Jenis Barang	Luas Tempat (m ²)	Sarana Fasilitas
				Kredit dan Online
46	Warung Ikan Segar Hidup	Makanan dan minuman	20	Tempat Parkir, Sistem Pembayaran Tunai
47	Warung Bu Dyah	Makanan dan minuman	5	Tempat Parkir, Sistem Pembayaran Tunai
48	Central Bag Store	Tas-tas branded	100	Tempat Parkir, Sistem Pembayaran Tunai
49	Resto Cak Heru	Makanan dan minuman	100	Tempat Parkir, Sistem Pembayaran Tunai, dan Online
50	Super Indo	Makanan dan minuman	1.500	Tempat Parkir, Sistem Pembayaran Tunai, Debit, Kredit dan Online
51	Buk Tina	Makanan dan minuman	100	Tempat Parkir, Sistem Pembayaran Tunai
52	Vanila Boutique	Baju Fashion	100	Tempat Parkir, Sistem Pembayaran Tunai
53	Mom and Me	Baju fashion ibu dan anak	800	Tempat Parkir, Pos satpam, Sistem Pembayaran Tunai, Debit, Kredit
54	Resto Mc Hella's	Makanan dan minuman	650	Tempat Parkir, Sistem Pembayaran Tunai, Debit,

No	Pemilik Bangunan	Jenis Barang	Luas Tempat (m ²)	Sarana Fasilitas
				Kredit, dan Online
55	Resto De5	Makanan dan minuman	500	Tempat Parkir, Sistem Pembayaran Tunai
56	Resto Ichiban	Makanan dan minuman	300	Tempat Parkir, Sistem Pembayaran Tunai dan Online
57	Warung Subuh	Makanan dan minuman	500	Tempat Parkir, Sistem Pembayaran Tunai dan Online
58	Sumber Jaya Gorden	Gorden	20	Tempat Parkir, Sistem Pembayaran Tunai
59	Warung Batagor 21	Makanan dan minuman	20	Tempat Parkir, Sistem Pembayaran Tunai
60	Djoeragan Durian	Makanan dan minuman	100	Tempat Parkir, Sistem Pembayaran Tunai
61	Rubelan	Makanan, minuman, bahan pokok, peralatan rumah tangga	550	Tempat Parkir, Sistem Pembayaran Tunai
62	Steak House Holycow	Makanan (steak) dan ,minuman	1.000	Tempat Parkir, Sistem Pembayaran Tunai, Debit, Kredit, dan Online

Sumber : Hasil Survei Primer, 2017

Rekapan Hasil Survei Jarak Jangkauan Pelayanan

No	Nama Bangunan	Pengunjung dan Jarak Asal (km ²)					Jarak JP (km ²)
		1	2	3	4	5	
1	Cyber Mall	5	5	7	6	10	6,8
2	Malang City Point	4	6	6	8	9	6,6
3	Goodrich Galery	3	3	3	6	7	4,4
4	Goodies Pizza	4	8	5	9	6	6,2
5	R. M Padang Sederhana	7	4	6	3	3	4,5
6	Mom and Me	5	7	3	4	3	4,4
7	Monroe Butiq	3	5	5	3	3	3,8
8	Presley Cafe	4	8	6	5	4	5,4
9	Indomaret	7	7	6	2	7	5,8
10	R. M Dapur Iga	3	6	5	5	4	4,6
11	Alfamidi	3	7	7	5	4	5,2
12	Bubur Ayam Garlic	3	6	2	2	2	3,0
13	Maven Cafe	7	3	6	5	10	3,0
14	Soto Ayam Cak U'U	4	5	7	7	4	4,6
15	Kedai 818	3	6	4	7	5	5,4
16	Akalva Cafe	2	4	7	4	5	5,0
17	HOT	4	5	1	2	2	4,2
18	Arbanat Cafe	6	9	5	8	4	2,8
19	Toko VISI	4	10	4	6	8	3,0
20	R. M Jalu	5	8	6	6	3	4,8
21	R. M Choirus	3	4	7	8	6	4,4
22	Turtle Creek	4	8	6	6	3	5,6
23	Lollypop	5	7	7	7	3	5,8
24	Saboten	10	5	6	4	7	4,4
25	Breaddi	6	3	3	2	1	3,0
26	Beibiku	5	4	7	6	2	2,6
27	Butiq Tas Elizabeth	4	6	10	8	4	2,4
28	Resto Malang City Boulevard	4	8	5	8	6	3,6
29	Showroom Modull	6	6	7	7	5	3,2
30	Laritta	9	3	7	5	7	3,6

No	Nama Bangunan	Pengunjung dan Jarak Asal (km ²)					Jarak JP (km ²)
31	Togamas	6	6	4	9	7	4,6
32	Nelongso	4	7	6	7	8	5,4
33	Noodle House Resto	7	5	4	7	5	5,8
34	Indomaret	3	3	3	2	4	6,4
35	Central Bag Store	4	4	3	2	2	3,0
36	Resto Cak Heru	2	5	3	2	3	4,8
37	Super Indo	7	4	7	6	8	6,8
38	Vanila Boutique	5	3	8	4	4	2,2
39	Mom and Me	4	5	5	6	5	4,8
40	Resto Mc Hella's	5	7	5	8	5	3,0
41	Resto De5	4	6	7	6	7	5,2
42	Resto Ichiban	7	5	4	7	6	5,6
43	R. M Warung Subuh	3	7	8	6	8	5,4
44	Djoeragan Durian	2	6	4	2	1	2,6
45	Rubelan	3	7	7	8	7	3,0
46	Steak House Holycow	4	6	8	9	5	4,8

Sumber : Hasil Survei Primer, 2017