

Kajian Evaluasi Keberadaan Lokasi Supermarket di Kecamatan Sukajadi Kota Bandung

The Evaluation Study of Supermarket Location Existence in Kecamatan Sukajadi Kota Bandung

¹Andini Dwilignita, ²Dadan Mukhsin

^{1,2}*Prodi Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik, Universitas Islam Bandung,*

Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116

email: ¹dwilignitandini@gmail.com, ²dadan.mukhsin@unisba.ac.id

Abstract. This event will be based on research by the development of supermarkets in the city of Bandung which is not in accordance with local regulations of Bandung city no. 2 in 2009 about the arrangement of traditional markets and modern stores. Where mentioned in the distance the minimal supermarket 1.5 km away from traditional markets. This research study area located in Kecamatan Sukajadi where existing supermarkets from 63 in Bandung city 6 (six) of them are in Sub Sukajadi. The purpose of this study is to evaluate the location of supermarket based on local regulations so that the existence of a grocery store in accordance with local regulations and do not turn off the small businesses around it. This research method using bottom-up planning approach (approach from the bottom up/from the aspirations and expectations of communities) and top-down planning (policy/regulatory approach). Methods of data collection on these studies i.e. with interviews, questionnaire and survey agencies. Methods of analysis used in this study i.e. the cluster analysis and analysis of cross tabs. Results of the research there are supermarkets divide into two groups, the supermarket group in accordance with the criteria applicable local and supermarket group which has not been in accordance with the criteria of the regulatory area. The study also looked at the behavior of the community in choosing where to shop. Conclusion this study is from 6 supermarkets located in the subdistrict of the Sukajadi only three supermarkets belonging to the Group of supermarkets that comply with the criteria of the regulatory area.

Keywords: Traditional Market, Supermarket, Local Regulations

Abstrak. Penelitian ini dilatar belakangi oleh perkembangan supermarket di Kota Bandung yang tidak sesuai dengan Peraturan daerah Kota Bandung No 2 tahun 2009 tentang Penataan Pasar Tradisional dan Toko Modern. Dimana disebutkan dalam perda tersebut jarak supermarket minimal 1,5 km dari pasar tradisional. Wilayah studi penelitian ini berada pada Kecamatan Sukajadi dimana dari 63 supermarket yang ada di Kota Bandung 6 (enam) diantaranya berada di Kecamatan Sukajadi. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengevaluasi lokasi supermarket berdasarkan peraturan daerah agar keberadaan supermarket sesuai dengan peraturan daerah dan tidak mematikan usaha kecil disekitarnya. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan bottom up planning (pendekatan dari bawah ke atas/ dari aspirasi dan harapan masyarakat) dan top down planning (pendekatan kebijakan/peraturan). Metode pengumpulan data pada penelitian ini yaitu dengan wawancara, kuesioner dan survai instansi. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis cluster dan analisis cross tab. Hasil penelitian ini membagi supermarket yang ada menjadi dua kelompok, kelompok supermarket yang sesuai dengan kriteria peraturan daerah dan kelompok supermarket yang belum sesuai dengan kriteria peraturan daerah. Penelitian ini juga melihat perilaku masyarakat dalam memilih tempat berbelanja. Kesimpulan penelitian ini yaitu dari 6 supermarket yang terdapat di Kecamatan Sukajadi hanya tiga supermarket yang masuk kedalam kelompok supermarket yang sesuai dengan kriteria peraturan daerah.

Kata Kunci : Pasar Tradisional, Supermarket, Peraturan Daerah

A. Pendahuluan

Pertumbuhan penduduk yang meningkat mengakibatkan kebutuhan sarana perdagangan terus meningkat, akan tetapi pertumbuhan perdagangan tersebut tidak selaras dengan kebutuhan dan penempatan lokasi perdagangan modern yang tidak sesuai dengan peraturan daerah yang berlaku sehingga dapat mengganggu kegiatan perdagangan kecil disekitarnya, maka diperlukannya evaluasi. Penentuan lokasi atau keberadaan supermarket ini telah diatur dalam Peraturan Daerah no 02 tahun 2009 tentang Penataan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern. Banyaknya

supermarket yang ada di Kota Bandung, yang lokasinya berdekatan dengan pasar atau pembangunannya tidak mengikuti aturan dan arahan yang ada. Maka diperlukan penelitian ini untuk mengevaluasi lokasi supermarket yang sudah ada dengan memberikan panduan dan arahan terhadap pembangunan supermarket yang selanjutnya agar dapat mengikuti peraturan daerah yang telah ditetapkan sehingga tidak mengganggu usaha kecil dan menengah disekitarnya.

Pemilihan wilayah studi di kecamatan Sukajadi berdarakan jumlah supermarket yang terbanyak. Dari 63 supermarket yang tersebar di Kota Bandung 6 diantaranya berada di Kecamatan Sukajadi. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana evaluasi keberadaan supermarket yang telah terbangun?” Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi keberadaan lokasi supermarket berdasarkan peraturan daerah agar keberadaan supermarket sesuai dengan peraturan daerah dan tidak mematikan usaha kecil disekitarnya.

B. Landasan Teori

1. Teori Evaluasi Kebijakan

Evaluasi biasanya ditujukan untuk menilai sejauh mana keefektifan kebijakan publik guna dipertanggungjawabkan kepada konstituennya. Sejauh mana tujuan dicapai serta untuk melihat sejauhmana kesenjangan antara harapan dengan kenyataan. Menurut Anderson dalam Winarno (2008:166), secara umum evaluasi kebijakan dapat dikatakan sebagai kegiatan yang menyangkut estimasi atau penilaian kebijakan yang mencakup substansi, implementasi dan dampak pelaksanaan kebijakan tersebut.

Menurut Lester dan Stewart (Winarno, 2008:166) evaluasi kebijakan dapat dibedakan ke dalam dua tugas yang berbeda, tugas pertama adalah untuk menentukan konsekuensi-konsekuensi yang ditimbulkan oleh suatu kebijakan dengan cara menggambarkan dampaknya. Sedangkan tugas kedua adalah untuk menilai keberhasilan atau kegagalan dari suatu kebijakan berdasarkan standar atau kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya.

2. Definisi Pasar Tradisional

Pasar Tradisional menurut Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar-menawar.

3. Definisi Supermarket

Supermarket diambil dari bahasa inggris yang terdiri dari suku kata Super dan Market, secara harfiah berarti pasar yang besar. Berdasarkan klasifikasi supermarket masuk kedalam kelas pasar modern. Dikatakan demikian karena Supermarket telah dikelola dengan sistem terintegrasi yang solid dan profesional mulai dari manajemen, system keamanan, pembayaran maupun kebersihan Supermarket itu sendiri sehingga keamanan dan kenyamanan pembeli bisa terwujud.

Tidak seperti pada pasar tradisional, di Supermarket antara penjual dengan pembeli tidak bertransaksi secara langsung melainkan pembeli melihat label harga yang tercantum dalam barang (barcode). Umumnya pelayanan pada Supermarket dilakukan secara mandiri (swalayan) atau dilayani oleh pramuniaga, sehingga Supermarket juga dikenal dengan sebutan pasar swalayan.

Menurut Kotler (2000:593), Pasar swalayan (supermarket), yaitu toko dimana

usaha/operasi penjualan yang dilakukan relatif besar, berbiaya rendah, bermargin rendah, bervolume tinggi, swalayan, yang dirancang untuk melayani semua kebutuhan konsumen seperti makanan, pencucian & produk perawatan rumah tangga.

Berdasarkan Peraturan Walikota Bandung nomor 335 tahun 2012 Supermarket adalah sarana atau tempat usaha untuk melakukan penjualan barang-barang kebutuhan rumah tangga termasuk kebutuhan sembilan bahan pokok secara eceran dan langsung kepada konsumen dengan cara pelayanan mandiri. Dimana luas supermarket sebesar 400m² sampai dengan 5000 m².

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Tinjauan Kebijakan

Berdasarkan Perda Kota Bandung No. 2 tahun 2009 tentang penataan toko modern di Kota Bandung. Terdapat beberapa kriteria penentuan lokasi supermarket pada perda yaitu :

4. Luas gerai supermarket, 400 m² sampai dengan 5000 m²
5. Harus mempertimbangkan keberadaan pasar tradisional dan usaha kecil yang telah ada sebelumnya.
6. Dilarang berlokasi pada kawasan pelayanan lingkungan di daerah
7. Dilarang berlokasi pada sistem jaringan jalan lingkungan
8. Berjarak minimal 1,5 Km dari pasar tradisional
9. Memiliki Izin Usaha Toko Modern (IUTM)
10. Pemilihan lokasi disertai studi kelayakan, analisis dampak lalu lintas, analisis dampak lingkungan, analisis kondisi sosial ekonomi masyarakat.
11. Analisis dampak lingkungan harus memuat rekomendasi ketenagakerjaan
12. Ada kemitraan dengan usaha kecil
13. Waktu pelayanan dimulai pukul 10.00 – 22.00 WIB
14. Hari libur keagamaan atau nasional waktu pelayanan boleh melebihi pukul 22.00 dengan mendapatkan ijin dari walikota
15. Menyediakan fasilitas: ibadah, toilet, areal parkir, tempat sampah, alat pemadam kebakaran,
16. Menyediakan fasilitas lainnya sesuai peraturan yang berlaku

Berdasarkan kriteria lokasi supermarket tersebut dapat dilihat supermarket mana yang lokasinya sesuai dengan kriteria perda. Dalam analisis tinjauan perda disini hanya 11 (sebelas) kriteria yang dianalisis karena 11 (sebelas) kriteria tersebut dapat mewakili kriteria-kriteria lainnya. Terdapat 2 (dua) kriteria yang tidak dimasukkan dalam analisis ini karena adanya penggandaan kriteria seperti waktu pelayanan dan fasilitas lainnya.

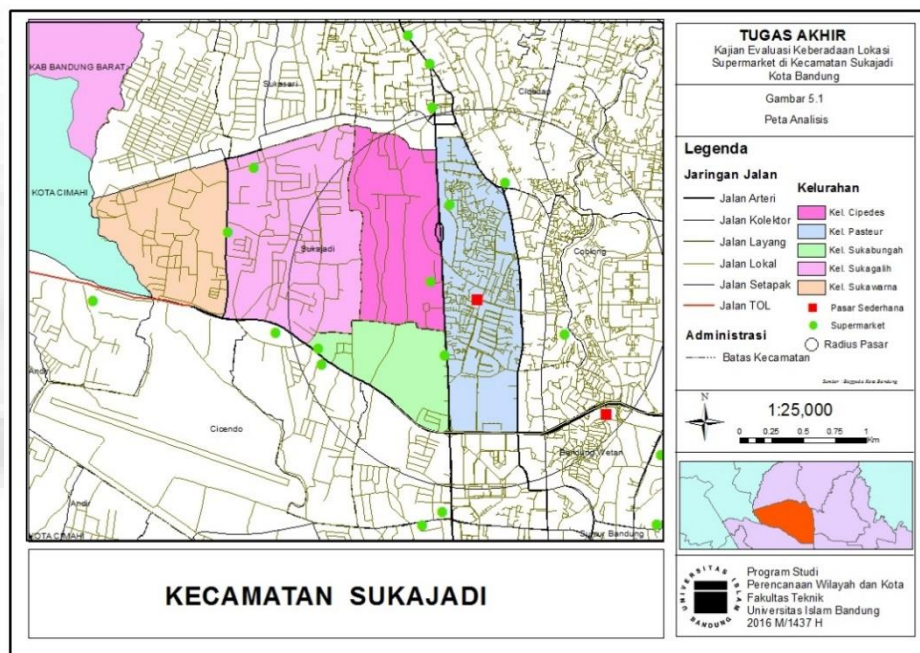
Berikut adalah penelitian mengenai hubungan antara iklan Le Minerale dengan kesadaran merek, yang diuji menggunakan teknik analisis korelasi Rank Spearman. Hasil pengujian dijelaskan pada tabel berikut.

Tabel 1. Tinjauan Kebijakan Perda

Supermarket	Kriteria Lokasi Berdasarkan Perda										
	Luas (m ²)	Mempertimbangkan keberadaan pasar tradisional	Berlokasi bukan pada kawasan pelayanan lingkungan	Jaringan Jalan	Jarak dgn P Tradisional	Izin	Amdal, amdal lalin, kondisi sosial ekonomi	Tenaga Kerja	Kemitraan dengan usaha kecil	waktu pelayanan	menyediakan fasilitas
Carefour	800	tidak	tidak	Kolektor	0.395	Ada	ada	tidak	Tidak	sesuai	ya
Giant	800	ya	tidak	Kolektor	2.047	ada	ada	tidak	Tidak	sesuai	ya
Yogya Sukajadi	500	tidak	tidak	Kolektor	0.518	ada	ada	tidak	Tidak	sesuai	tidak
Giant	800	ya	tidak	Arteri	1.321	ada	ada	tidak	Tidak	sesuai	ya
Yogya 8	600	tidak	tidak	Lokal	0.776	ada	ada	tidak	Tidak	sesuai	ya
Griya Setrasari	600	ya	tidak	Kolektor	2.045	ada	ada	tidak	Tidak	sesuai	ya

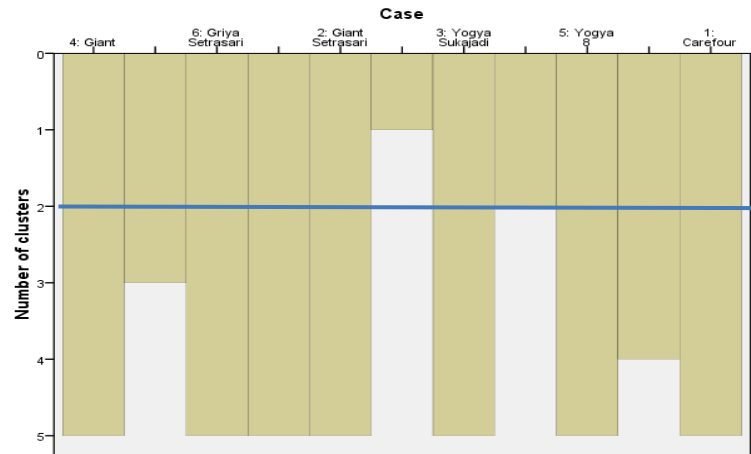
Sumber : Hasil Analisis, 2016

Berdasarkan kriteria tersebut seluruh supermarket yang terdapat di wilayah studi sudah memiliki izin dan berada di jalan yang bukan jalan lingkungan. Akan tetapi jarak supermarket dan pasar tradisional belum sesuai dengan Perda Kota Bandung no. 2 tahun 2009 atau jarak pasar tradisional dan supermarket masih dibawah 1,5 km.

**Gambar 1.** Peta Analisis Radius dan Sebaran Supermarket di Kecamatan Sukajadi

Analisis Cluster

Analisis cluster dalam penelitian “Kajian Evaluasi Keberadaan Supermarket di Kecamatan Sukajadi Kota Bandung” berfungsi untuk mengelompokkan supermarket kedalam dua kelompok yaitu supermarket yang sudah sesuai dengan perda dan supermarket yang tidak sesuai dengan perda.



Gambar 2. Number of Cluster

Berdasarkan hasil analisis cluster, supermarket yang terdapat di Kecamatan Sukajadi terbagi menjadi dua kelompok. Kelompok pertaman merupakan kelompok supermarket yang sesuai dengan kriteria perda beranggotakan giant Pasteur, griya setrasari, dan giant setrasari. Sedangkan kelompok kedua merupakan kelompok supermarket yang belum sesuai dengan perda beranggotakan carefour pvj, yogya junction 8, dan yogya sukajadi.

Analisis Cross Tab (Tabulasi Silang)

Analisis crosstab bertujuan untuk melihat variabel mana yang paling berpengaruh terhadap perilaku masyarakat untuk berbelanja ke supermarket dan pasar tradisional. Berikut ini merupakan kesimpulan dari analisis cross tab perilaku masyarakat untuk berbelanja ke supermarket:

Tabel 2. Kesimpulan Analisis Perilaku Masyarakat terhadap Supermarket

Variabel			Chi Square			Hipotesis
			Hitung		Tabel	
Frekuensi	VS	Pendapatan	10.198	<	12.592	Tidak ada hubungan
Frekuensi	VS	Jarak	0.312	<	9.488	Tidak ada hubungan
Frekuensi	VS	Selisih Harga	2.286	<	9.488	Tidak ada hubungan
Frekuensi	VS	Alasan	18.320	>	12.592	Ada hubungan

Sumber : Hasil Analisis, 2017

Berdasarkan tabel tersebut dapat terlihat hanya 1(satu) variabel yang memiliki hubungan antara variabel baris dan variabel kolom. Hanya variabel alasan yang mempengaruhi masyarakat untuk berbelanja di supermarket. Point alasan tersebut yaitu kebersihan dan kenyamanan, harga promo yang ditawarkan supermarket, dekat dengan rumah, dan member supermarket. Sedangkan untuk analisis cross tab perilaku masyarakat untuk berbelanja ke pasar tradisional dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Kesimpulan Analisis Perilaku Masyarakat terhadap Supermarket

Variabel			Chi Square			Hipotesis
			Hitung		Tabel	
Frekuensi	VS	Pendapatan	2.498	<	12.592	Tidak ada hubungan
Frekuensi	VS	Jarak	9.878	>	9.488	Ada hubungan
Frekuensi	VS	Selisih Harga	5.468	<	9.488	Tidak ada hubungan
Frekuensi	VS	Alasan	3.000	<	9.488	Tidak Ada hubungan

Sumber : Hasil Analisis, 2017

Berdasarkan tabel tersebut dapat terlihat hanya 1(satu) variabel yang mempengaruhi masyarakat untuk berbelanja ke pasar tradisional. Variabel tersebut adalah jarak, yang memiliki arti bahwa masyarakat akan berbelanja ke pasar tradisional jika jaraknya dekat dan mudah dijangkau.

D. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, kesimpulan dari penelitian ini yaitu :

1. Berdasarkan hasil analisis tinjauan pustaka dari 6 (enam) supermarket yang terdapat di Kecamatan Sukajadi hanya terdapat 2 supermarket yang sesuai dengan kriteria peraturan daerah no 2 tahun 2009.
2. Berdasarkan hasil cluster, supermarket yang terdapat di Kecamatan Sukajadi terbagi menjadi dua kelompok. Kelompok pertama merupakan kelompok supermarket yang lokasinya sudah sesuai dengan perda Kota Bandung. Anggota kelompok 1 (satu) yaitu Griya Setrasari, Giant Setrasari, dan Giant Pasteur. Kelompok kedua merupakan kelompok supermarket yang lokasinya belum sesuai dengan kriteria perda yang berlaku. Anggota kelompok 2 (dua) yaitu yoga Sukajadi, Carefour PVJ, dan Yoga Junction 8.
3. Berdasarkan hasil analisis cross tab terhadap perilaku masyarakat yang berbelanja ke pasar hanya terdapat 1 (satu) variabel yang mempengaruhi masyarakat untuk berbelanja ke supermarket. Variabel tersebut merupakan alasan dimana dalam alasan tersebut terdapat beberapa point, yaitu kebersihan dan kenyamanan, harga promo, dekat dengan rumah, dan member supermarket.
4. Berdasarkan hasil analisis cross tab terhadap perilaku masyarakat untuk berbelanja ke pasar tradisional. Hanya variabel jarak yang mempengaruhi masyarakat untuk berbelanja ke pasar tradisional. Hal tersebut berarti masyarakat akan berbelanja ke pasar tradisional jika lokasi pasar tersebut dekat dengan rumah dan mudah dijangkau.

Saran

Saran Teoritis

1. Hendaknya untuk penelitian selanjutnya memperluas wilayah studi penelitian karena dalam penelitian ini hanya membahas supermarket yang ada di Kecamatan Sukajadi. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat melakukan penelitian pada seluruh supermarket yang ada di Kota Bandung
2. Hendaknya penelitian selanjutnya dapat melanjutkan penelitian ini dengan memberikan arahan lokasi supermarket yang seharusnya.

Saran Praktis

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa Perda Kota Bandung No.2 Tahun 2009 belum berjalan dengan baik. Adapun rekomendasinya sebagai berikut:

1. Melakukan revitalisasi terhadap pasar tradisional sehingga masyarakat dapat meningkatkan animonya untuk berbelanja di pasar tradisional
2. Melakukan kerjasama antara supermarket dan pasar tradisional karena dapat diketahui pendapatan pedagang pasar tradisional menurun sejak adanya supermarket
3. Pemerintah setempat harus mempertegas supermarket dalam pemberian izin supermarket. Supermarket yang akan dibangun dan diberi izin harus sesuai dengan kriteria yang terdapat pada Peraturan Daerah Kota Bandung No. 2 Tahun 2009 tentang Penataan Pasar Tradisional dan Toko Modern.
4. Berdasarkan hasil analisis cluster yang terbagi menjadi dua kelompok. Rekomendasi untuk supermarket yang berada pada kelompok satu untuk dipertahankan. Sedangkan supermarket yang berada di kelompok kedua diajukan untuk memindahkan lokasi supermarket tersebut.

Daftar Pustaka

- Dunn, Wiliam N., *Pengantar Analisis Kebijakan Publik Edisi Kedua*. Yogyakarta, Gajah Mada University Press.2003
- Golany, Gideon. 1976. *Social Planning, New Town Planning: Principle and Practice*, New York: John Willey and Son.
- Nugroho D,Riant. *Kebijakan Publik, Formulasi, Implementasi, dan Evaluasi*, Jakarta : PT. Gramedia, 2003
- Sadyohutomo. M (2008). *Managemen Kota dan Wilayah. Bandung:* Bumi Aksara. 179 halaman
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung : Alfabeta, 2008
- Soeprapto.2000.*Evaluasi Kebijakan. Rineka Cipta*. Jakarta.2000.
- Winarno, Budi. *Kebijakan Publik Teori dan Proses*. Jakarta: PT Buku Kita. 2008.
- Pasar Tradisional : *Ruang Untuk Masyarakat Tradisional yang Semakin Terpinggirkan*. Oleh : Ir. H. Maman Djumantri, MSi. Agustus 2010
- Peraturan Daerah Kota Bandung No. 02 Tahun 2009
- Peraturan Pemerintah No. 39 Tahun 2006 tentang Tata Cara Pengendalian dan Evaluasi Pelaksanaan Rencana Pembangunan
- Ashari, Muttaqien. 1997. *Identifikasi Karakteristik Permintaan dan Penyediaan Kegiatan Perdagangan*. Thesis. Bandung: Jurusan Teknik Planologi ITB.
- Rivai, A. 1991. *Pengaruh Latar Belakang Pendidikan serta Penghasilan Penduduk Terhadap Pemanfaatan Fasilitas Pendidikan*.Tugas Akhir. Bandung: Jurusan Teknik Planologi ITB