

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan berkembangnya zaman modern, aktivitas perekonomian semakin meningkat. Salah satunya aktivitas perdagangan sebagai salah satu kebutuhan hidup manusia. Sektor ekonomi jaringan minimarket seperti alfamart dan indomart makin menyebar di Indonesia terlebih dengan adanya sistem franchise atau waralaba. Minimarket suatu toko modern yang menjual berbagai produk atau jasa yang dibutuhkan sehari-hari dan memiliki luas paling kecil diantara jenis toko modern lainnya, sehingga memungkinkan peluang lebih besar dalam masuk sistem waralaba tersebut (Soliha, 2008).

Meningkatnya minat masyarakat berbelanja di minimarket karena pasar modern lebih rapi, bersih dan praktis meskipun tak sedikit masyarakat yang memilih loyal pada pasar tradisional. Pemerintah menerbitkan peraturan toko modern diatur dalam perijinan terhadap pelaku usaha minimarket diatur dalam Perda Nomor 35 Tahun 2011 tentang Pengelolaan, Pembinaan dan Penata Pasar. Masing-masing toko modern wajib memperhitungkan kondisi sosial ekonomi masyarakat serta jarak antara pasar modern setidaknya berjarak 1 kilometer dari pasar tradisional.

Pendirian lokasi minimarket dalam pasal 5 ayat (2) Perda Nomor 35 Tahun 2011 Pengelolaan, Pembinaan dan penata Pasar Modern. Lokasi pendirian wajib mengacu pada Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten/Kota, disebutkan bahwa batasan luas lantai penjualan toko modern sebagai berikut :

Minimarket luas lantai toko kurang dari 400 m².

Supermarket luas lantai toko diatas 400 m² sampai 5000 m².

Hypermarket luas lantai toko diatas 5000 m².

Departemen Store luas lantai toko diatas 400 m².

Pusat Perkulakan luas antai toko diatas 5000 m².

Tabel 1. Luas wilayah, jumlah penduduk dan kepadatan penduduk Kecamatan Ngawi, 2020

No.	Desa	Luas Wilayah (km ²)	Jumlah Penduduk	Kepadatan Penduduk (per km ²)
1.	Mangunharjo	7,31	5857	801
2.	Kandangan	8,06	6313	783
3.	Kartoharjo	4,69	3752	800
4.	Beran	6,79	11793	1737
5.	Jururejo	3,60	6258	1738
6.	Watualang	7,54	5864	778
7.	Grudo	4,96	7118	1435
8.	Margomulyo	2,06	7051	3423
9.	Karang Tengah	0,25	3380	13520
10.	Palem	0,85	1549	1822
11.	Ketanggi	1,98	5242	2647
12.	Karangasri	5,40	8045	1490
13.	Ngawi Purba	1,92	2763	1439
14.	Karangtengah Prandon	6,44	5660	879
15.	Banyu Urip	5,84	1732	297
16.	Kerek	2,84	1068	376
Kecamatan Ngawi		70,53	83445	1183

Sumber: Kecamatan Ngawi dalam angka 2021

Lokasi menjadi faktor penting dalam pemilihan minimarket, faktor lokasi salah satu *tangible asset* yang menjadi kapabilitas khas (*distinctive capability*) adalah kapabilitas bisnis yang berharga dalam keunggulan kompetitif yang dimiliki satu perusahaan dan sulit ditiru oleh perusahaan lain. Lokasi merupakan

penjelasan yang dikaitkan dengan tata ruang suatu kegiatan sehingga dikaitkan dengan alokasi geografis dari sumber daya yang terbatas dan akan berpengaruh terhadap berbagai kegiatan baik ekonomi maupun sosial Purwita, (2015). Pemilihan lokasi biasanya tergantung pada jumlah kepadatan penduduk (Tabel 1) yang ada di wilayah tersebut

Tabel 2. Jenis dan Jumlah Sebaran Minimarket di Kecamatan Ngawi Tahun 2021

No.	Nama	Kelompok Usaha	Jumlah
1.	Alfamidi	Jaringan	2
2.	Alfamart	Jaringan	9
3.	Indomaret	Jaringan	8
4.	Minimarket Perseorangan	Non-Jaringan	15
5.	Pasar Tradisional	Non-Jaringan	2
Jumlah			36

Sumber: Penulis, 2022.

Penentuan lokasi pertumbuhan minimarket tahun 2021 makin menjamur khususnya di Kecamatan Ngawi Kabupaten Ngawi (Mujianto, 2021). Tidak hanya minimarket modern indomaret dan Alfamart, minimarket lainnya seperti minimarket perseorangan merupakan salah satu usaha yang dimiliki oleh individu, jenis ini memiliki sistem informasi bebas manajemen dan tidak ada campur tangan dari pihak lain seperti pemerintah. Berikut Gambar 1. Minimarket



Gambar 1. Indomaret, Alfamart dan Minimarket perseorangan

Sumber: Penulis, 2022

Keberadaan retail tersebut jelas mengancam keberadaan pasar tradisional dan tentunya berimbas pada aspek ekonomi sosial pada masyarakat. Hal tersebut dikarenakan sulitnya pengendalian perijinan minimarket dengan input data yang

berbasis online sehingga secara otomatis langsung di approach oleh pemerintah pusat sedangkan domain pemerintah daerah tidak mempunyai kapasitas atau kewenangan sama sekali dalam mengeluarkan rekomendasi. Adanya ijin minimarket ke pemerintah pusat langsung dimunculkan termasuk titik lokasi atau koordinatnya. Kenyataannya pemerintah daerah tidak mempunyai kewenangan dan ini menjadi dilema bagi daerah tersebut. Dan dari pihak BADAN PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN PERIZINAN TERPADU (BPMPPPT) Ngawi hanya memberikan izin tetapi tidak meninjau lokasi sesuai realita lapangan sehingga berdampak terhadap pasar sekitar.

Keterjangkauan memiliki konsep kaitanya dengan kemudahan yang dijangkau, seiring berkembang ekonomi dan teknologi yang maju membuat keterjangkauan bisa berubah. Salah satunya retail modern minimarket yang terus berkembang tidak hanya satu wilayah saja. Pemilihan lokasi merupakan kunci strategis bisnis untuk retail modern, penentuan pilihan lokasi di sebuah minimarket modern menjadikan hal yang paling penting dalam strategi bisnis (Anggraini, 2013).

Lingkungan fisik sangat berpengaruh terhadap aktivitas bisnis minimarket modern. (Sari, 2021) Banyak tidak memperhatikan kemampuan lahan, bahkan tidak sesuai dengan Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW). Seharusnya pendirian pembangunan untuk bisnis seperti ritel harus sesuai dengan RTRW Kabupaten Ngawi. Karena manfaat dari RTRW mewujudkan keterpaduan pembangunan dalam wilayah dan keasrian pembangunan wilayah kota dengan wilayah sekitarnya sehingga dapat terwujud tata ruang wilayah yang berkualitas (Jalu Samudra, 2020).

Analisis pola persebaran minimarket modern dengan lingkungan fisik RTRW dapat dilakukan dengan bantuan Sistem Informasi Geografis untuk menghasilkan informasi seputar persebaran pola minimarket dan kesesuaiannya. Alamsyah & Wagino, (2018) Fungsi Sistem Informasi Geografis (SIG) dalam penelitian ini yaitu untuk membantu dalam proses akuisisi data meliputi : digitasi,

editing, konfersi format data dan pemberian atribute. Selanjutnya yakni mengidentifikasi faktor-faktor terhadap pola sebaran lokasi minimarket menggunakan *Average Nearest Neigboor*.

Bardasarkan permasalahan ini penting untuk dilakukan penelitian dengan melihat bagaimana pola persebaran dan lokasi minimarket di Kecamatan Ngawi. Dari hasil tersebut dapat menjadi bahan evaluasi dalam perencanaan tata ruang kota secara keruangan lokasi minimarket, karena berdampak baik dan buruknya pada faktor yang mempengaruhinya suatu lokasi minimarket. Penulis bermaksud melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Pola Persebaran dan Kesesuaian Lokasi Minimarket Berbasis SIG (Sistem Informasi Geografis) di Kecamatan Ngawi Kabupaten Ngawi**”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka permasalahan di penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana pola sebaran minimarket modern di Kecamatan Ngawi Kabupaten Ngawi ?
2. Bagaimana jangkauan pasar tradisonal terhadap minimarket modern di Kecamatan Ngawi Kabupaten Ngawi ?
3. Bagaimana kesesuaian keberadaan lokasi minimarket modern terhadap tata ruang kawasan strategis di Kecamatan Ngawi Kabupaten Ngawi ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Mengidentifikasi pola sebaran minimarket modern di Kecamatan Ngawi Kabupaten Ngawi.
2. Mengetahui jangkauan pasar tradisional terhadap minimarket modern di Kecamatan Ngawi Kabupaten Ngawi.
3. Menganalisis kesesuaian keberadaan lokasi minimarket modern terhadap tata ruang kawasan strategis di Kecamatan Ngawi Kabupaten Ngawi.

1.4 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan tujuan diatas, kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Mahasiswa/ masyarakat
Melalui penelitian ini bertujuan untuk memberikan informasi kepada mahasiswa maupun masyarakat mengenai pola sebaran minimarket modern di Kota Ngawi.
2. Pemerintah
Diharapkan pemerintah daerah mampu memberikan kebijakan mengenai penempatan lokasi minimarket modern sehingga tidak memberikan dampak yang negatif baik bagi pelaku usaha maupun pasar tradisional dan masyarakat umum.
3. Akademis
Penelitian dapat digunakan sebagai tambahan literatur bagi penelitian lain yang berkaitan dengan pola spasial persebaran tempat belanja atau ritail modern di suatu wilayah

4. Pengusaha retail modern minimarket

Diharapkan mampu memberi informasi yang dapat dijadikan pertimbangan para pelaku usaha dalam membangun retail modern di suatu daerah dengan berdasar pada RTRW.

1.5 Telaah Pustaka dan Penelitian Sebelumnya

1.5.1 Telaah Pustaka

Pasar tradisional dibangun dan dikelola oleh pihak Pemerintah, Pemerintah daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta seperti tempat usaha berupa toko, kios yang dikelola pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar (Aliyah, 2017).

Retail sebagai industri yang menjual produk dan jasa pelayanan yang telah diberi nilai tambah untuk memenuhi kebutuhan pribadi, keluarga, kelompok atau pemakaian akhir. Melalui ritel, produk dapat bertemu langsung dengan penggunanya. (Chaniago, 2019) Penggolongan bisnis ritel di Indonesia digolongkan berdasarkan sifatnya, yaitu ritel tradisional dan bersifat modern.

Ritel yang bersifat tradisional adalah sejumlah pengecer yang berukuran kecil dan sederhana, misal toko kelontong. Sedangkan ritel modern merupakan sejumlah pedagang eceran atau pengecer yang berukuran besar, contohnya gerai yang memiliki fasilitas lengkap dan modern. Bisnis ritel dibagi menjadi 3 kelompok yaitu:

1. Grosir (pedagang besar) atau hypermarket. Kategori jenis ini hanya berlokasi di kota-kota besar dan jumlahnya sedikit, di Indonesia misalnya PT Matahari, PT Carrefour.
2. Pengecer besar atau menengah dengan jumlah sekitar 500 gerai.
3. Minimarket modern merupakan pelaku yang tidak banyak tetapi perkembangannya begitu pesat.

Minimarket jenis pasar yang agresif dengan banyaknya jumlah gerai dan menerapkan sistem *franchise*. Tujuan minimarket dalam memperluas skala usaha bersaing dengan usaha seperti superarket dan hypermarket yang pada akhirnya memperkuat posisi tawar ke pemasok. Jenis toko minimarket modern ada 3 jenis yaitu minimarket, supermarket dan hypermarket dimana ketiganya mempunyai karakteristik yang sama dalam penjualannya, yaitu dilakukan secara eceran langsung ke konsumen akhir atau swalayan, artinya pembeli mengambil barang sendiri dari rak dagangan dan membayar ke kasir. Persamaan satu jenis dengan lainnya ialah barang yang diperdagangkan berbagai macam kebutuhan sehari-hari termasuk rumah tangga. (Saputro, 2012)

Faktor Pemilihan Lokasi Retail Minimarket Modern. Teori Central Place menyatakan suatu teori yang dapat melayani kebutuhan suatu lokasi atau tempat sentral dengan tingkatan-tingkatan tertentu sesuai kebutuhan pada wilayahnya Dwi et al., (2019). Pemilihan lokasi yang tepat dan strategis menentukan kesuksesan ekonomi dari pelaku retail. Dalam menyeleksi suatu usaha retail minimarket modern perlu mempertimbangkan kombinasi terbaik dari beberapa karakteristik. Berikut variable penentu adanya perkembangan lokasi perdagangan yaitu:

Jumlah penduduk yang padat di Kabupaten Ngawi salah satunya di kecamatan Ngawi sebanyak 83.445 jiwa BPS, (2021), juga mempengaruhi adanya retail yang berkembang tetapi, jumlah penduduk diketahui dari luas daerah pelayanan. Luas layanan tidak bergantung pada faktor fisik yang mempengaruhi daya tarik suatu fasilitas perdagangan retail modern.

Keterkaitan spasial, aktivitas perdagangan sifatnya generative, analisa kaitan spasial dari aktivitas atau kegiatan merupakan hal yang paling penting. Sedangkan analisa ambang batas penduduk dan pasar menjadi hal yang penting pada lokasi perdagangan sifatnya suscipient. (Emalia et al., 2017)

Akseibilitas, (Tazaruwah, 2019) Akseibilitas berkaitan dengan kemudahan pencapaian suatu lokasi melalui kendaraan umum dan pribadi. Kemudahan pencapaian lokasi, kelancaran lalu lintas dan kelengkapan fasilitas parker sebagai

syarat penentuan lokasi dan kesuksesan kegiatan perdagangan retail minimarket modern.

Jarak, kecenderungan pembeli belanja pada pusat dominan dan berada ditempat yang dekat, maka faktor jarak pertimbangan penting untuk melihat kemungkinan perkembangan suatu lokasi terutama di pusat perdagangan sekunder yang menunjukkan trade off antara besarnya daya tarik pusat dan jarak antar pusat.

Fasilitas kelengkapan perdagangan Retail Modern, Kelengkapan fasilitas perdagangan menjadi faktor penentu pemilihan lokasi belanja konsumen. Belanja barang-barang tahan lama yang dibeli secara tidak teratur seperti pakaian, alat-alat elektronik pada tempat perdagangan yang memiliki banyak pilihan barang yang dapat diperbandingkan. Pembeli cenderung belanja barang-barang yang tahan lama pada pusat perdagangan yang lebih lengkap, sedangkan untuk kebutuhan standar setiap hari seperti bahan makanan, konsumen cenderung masih mempertimbangkan jarak yang dekat dan terdapat fasilitas yang memadai.

SIG (Sistem Informasi Geografis) adalah suatu sistem yang dapat memadukan antara data grafis dengan atribut objek yang dihubungkan secara geografis di bumi (georeference). Selain itu, Sistem Informasi Geografis dapat menggabungkan data, mengatur data dan menghasilkan analisis data. Untuk menghasilkan output dalam pengambilan keputusan pada masalah geografi.

Analisis spasial yang dapat digunakan untuk mengeksplorasi karakteristik spasial dan attribute dari menggabungkan layar data adalah overlay. Proses tumpang susun beberapa buah peta tematik dalam pengambilan kesimpulan secara spasial. Overlay menempatkan suatu peta digital pada peta digital lainnya beserta atributenya dan menghasilkan peta gabungan yang memiliki informasi attribute dari kedua peta tersebut. (Guntara, 2013)

(Aqli, 2010) Teknik analisis spasial yang sering digunakan dalam SIG yaitu *Buffering*. Buffer digunakan untuk mewakili suatu jangkauan pelayanan ataupun luasan yang diasumsikan dengan jarak tertentu untuk suatu kepentingan analisis spasial. Tipe buffer dilakukan untuk tipe *featur poliygon, polyline maupun point*.

Penentuan jarak dalam satuan yang terukur yaitu meter atau kilometer. Buffer sering digunakan untuk penyangga dengan suatu jarak tertentu pada featur titik, garis maupun poligon yang diseleksi.

Pemetaan cabang ilmu geografi diantaranya pemetaan (Kartografi) meliputi pembuatan peta, pembacaan peta, penafsiran peta, penggunaan peta dan menganalisis peta. Informasi spasial peta pada sosial dan ekonomi sangat dibutuhkan untuk mengidentifikasi sebaran fasilitas jaringan infrastruktur yang disediakan. Selain itu mengetahui arah pembangunan dalam menentukan tata ruang kawasan strategis berdasarkan kondisi geografisnya. Peta dari waktu ke waktu sangat dibutuhkan baik perencanaan wilayah, pendidikan dan juga informasi pelayanan perbelanjaan. Pengolahan data menggunakan Sistem Informasi Geografi (SIG) menampilkan informasi pelayanan salah satunya minimarket modern yang disajikan untuk memperoleh informasi secara cepat, mudah dan akurat.

Pola persebaran suatu kegiatan perekonomian menjadi suatu fenomena tertentu, dimana kaitanya dengan sebaran pola minimarket (Dyah Nugraheni & Rachmawati, 2016). Pola persebaran di kelompokkan menjadi tiga pola yaitu seragam (uniform), mengelompok (clustered) dan acak (random), sebuah pola ditentukan menggunakan analisis tetangga terdekat dimana memerlukan data jarak pemukiman satu dengan pemukiman yang paling dekat. Analisis tetangga dapat digunakan untuk menilai pola penyebaran tanah longsor, fasilitas, dan salah satunya retail minimarket modern. Pola pelayanan ekonomi masyarakat kota yang cenderung dipengaruhi suatu lokasi dan berkaitan dengan faktor-faktor suatu konsumen minimarket. (Melliana et al., 2011) Teori Perilaku konsumen merupakan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pilihan dan bagaimana pengambilan keputusan konsumen untuk berbelanja.

Wilayah kota pada penataan ruang sangat diprioritaskan, karena memiliki pengaruh besar dan sangat penting dalam lingkup kota di bidang ekonomi, budaya, sosial serta lingkungan. Berdasarkan UU No.6 Tahun 2007 tentang penataan ruang, kawasan strategis merupakan kawasan yang didalamnya berlangsung

adanya aktivitas dan memiliki kawasan pengaruh besar terhadap tata ruang di wilayah sekitarnya, kegiatan lain di bidang yang sejenis dan kegiatan di bidang lainnya, dan meningkatkan kesejahteraan. Selain itu faktor yang ditingkatkan guna menunjang daya saing suatu kawasan, yaitu infrastruktur, inovasi, teknologi dan kompetensi tenaga kerja (Sari, 2021).

1.5.2 Penelitian Sebelumnya

Penelitian pola persebaran minimarket modern dan kesesuaian terhadap objek sudah banyak dilakukan oleh berbagai peneliti khususnya di wilayah perkotaan, hal tersebut karena setiap wilayah memiliki kawasan perkotaan yang cukup luas dan diiringi pembangunan minimarket modern yang pesat.

Penelitian Pratamaningtyah Anggraini (2013) dengan judul “Pengaruh Sebaran Lokasi Minimarket terhadap Jangkauan pelayanan pasar tradisional di Kecamatan Banyumanik” memiliki kesamaan terhadap jangkauan pasar tradisional. Hasil dari penelitian didapat analisis bahwa minimarket di lapangan cenderung berada di jalur transportasi dan jangkauan pelayanan kedua jenis perdagangan minimarket dengan pasar tradisional mengalami persinggungan. Perbedaan pada penelitian ini lebih mengkaji pengaruh atau konflik sebaran lokasi ritel terhadap jangkauan sedangkan penelitian yang dikaji tidak hanya jangkauan, tetapi terdapat pada pola persebaran dan kesesuaian lokasi minimarket.

Penelitian Tiara Toyyibatul Arofah dkk (2017) berjudul “ Analisis Persebaran Minimarket Modern Berbasis SIG (Sistem Informasi Geografis) Di Kabupaten Kudus ” persamaan metode yang digunakan metode *buffer*. Perbedaan penelitian ini memanfaatkan data koordinat dan *Mobile Topografer* sedangkan penelitian yang dikaji menggunakan aplikasi GPS. Hasil yang didapat memperoleh 8 minimarket metode *buffer* yang jaraknya kurang 500m terdapat pasar tradisional sehingga peta persebaran minimarket juga mengacu pada peraturan daerah Kabupaten Kudus.

Putu agus saskara (2020) berjudul “ Pola sebaran lokasi minimarket dan faktor-faktor yang mempengaruhinya di kota Denpasar” perbedaan penelitian tersebut tidak mengkaji jangkauan antara minimarket dengan pasar tradisional, sedangkan dalam penelitian ini mengkaji mengenai dampak kedekatan lokasi minimarket dengan pasar tradisional. Persamaan penelitian ini yaitu teknik pengumpulan data dilakukan dengan survai lapangan untuk mengambil titik lokasi minimarket dan pengambilan gambar untuk didokumentasi.

Penelitian Nurwita Mustika Sari (2021) berjudul “ Analisis Sebaran Bangunan dan Kesesuaian Dengan Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) Provinsi DKI Jakarta ”. Perbedaan dengan penelitian ini yaitu objek yang digunakan sebaran Bangunan, metode yang digunakan analisis SIG menggunakan data bangunan eksisting dari OSM (Open Street Map) dan RTRW sedangkan yang dikaji menggunakan SIG pola persebaran Minimarket terhadap RTRW. Persamaan menggunakan RTRW untuk menganalisis kesesuaian minimarket. Hasil yang diperoleh analisis SIG kemudian validasi bangunan yang tidak selaras dengan RTRW menggunakan penginderaan jauh SPOT sehingga menunjukkan bangunan seluas 1.016,08 hektar yang tidak selaras dengan RTRW yang seharusnya menjadi pertanian, kawasan terbuka non hijau.

Penelitian Dheta Elvirha Pangestu (2022) berjudul “Analisis Pola Persebaran Dan Kesesuaian Minimarket Berbasis SIG (Sistem Informasi Geografis) Di Kecamatan Ngawi Kabupaten Ngawi. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian lainnya yaitu penelitian ini lebih mengkaji pada pola persebaran, jangkauan minimarket dengan pasar tradisional dan kesesuaian lokasi minimarket. Penelitian ini lebih mengembangkan hasil dari penelitian sebelumnya dan membantu permasalahan saat ini yang terjadi di Kecamatan Ngawi Kabupaten Ngawi. Metode yang digunakan menggunakan ANN untuk menganalisis pola persebaran sedangkan jangkauan dan kesesuaian lokasi minimarket menggunakan metode buffer dan overlay.

Tabel 3. Perbandingan dengan Penelitian Sebelumnya

No.	Nama Peneliti	Judul	Tujuan	Metode	Hasil
1.	Anggraini (2013)	Pengaruh Sebaran Lokasi Minimarket terhadap Jangkauan pelayanan pasar tradisional di Kecamatan Banyumanik	Mengetahui faktor sebaran minimarket terhadap jangkauan pasar tradisional	Metode kuantitatif, data yang digunakan sekunder terkait instansi lain	Jangkauan pelayanan kedua jenis perdagangan antara minimarket dan pasar tradisional mengalami persinggungan. Dan persebaran cenderung pada jalur-jalur transportasi utama.
2.	Arofah (2017)	Analisis Persebaran Minimarket Modern Berbasis SIG (Sistem Informasi Geografis) Di Kabupaten Kudus	Mengetahui persebaran minimarket, Bagaimana pertumbuhan minimarket di Kabupaten Kudus 2008 sampai 2017, dan mengetahui berapa banyak minimarket yang berjarak kurang dari 500	Metode yang digunakan dilakukan Survey lapangan menggunakan <i>mobile topographer</i> dan metode <i>buffer</i> .	Persebaran mengacu peraturan pemerintah Kabupaten Kudus No.6 tahun 2013, analisis jarak minimarket ke pasar tradisional.

Tabel 3. Perbandingan dengan Penelitian Sebelumnya

No.	Nama Peneliti	Judul	Tujuan	Metode	Hasil
3.	Saskara (2020)	Pola sebaran lokasi minimarket dan faktor-faktor yang mempengaruhinya di kota Denpasar	Mengetahui pola sebaran minimarket dan mengetahui faktor yang mempengaruhinya	Metode yang digunakan menggunakan data kuantitatif . dengan pengumpulan 2 data observasi dan dokumentasi.	Pola sebaran dilakukan analisis menggunakan average nearest neighbor ditemukan pola mengelompok. Serta faktor-faktor yang mempengaruhinya salah satunya aksesibilitas yang banyak ditemukan di jaringan jalan lokal kota Denpasar
4.	Sari (2021)	Analisis Sebaran Bangunan Dan Kesesuaian Dengan Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) Provinsi DKI Jakarta	Menganalisis sebaran bangunan dan kesesuaian dengan Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW)	Metode yang digunakan analisis SIG menggunakan data bangunan eksisting dari OSM (Open Street Map) dan RTRW	Hasil yang diperoleh analisis SIG kemudian validasi bangunan yang tidak selaras dengan RTRW menggunakan penginderaan jauh SPOT sehingga menunjukkan bangunan seluas 1 hektar yang tidak selaras dengan RTRW

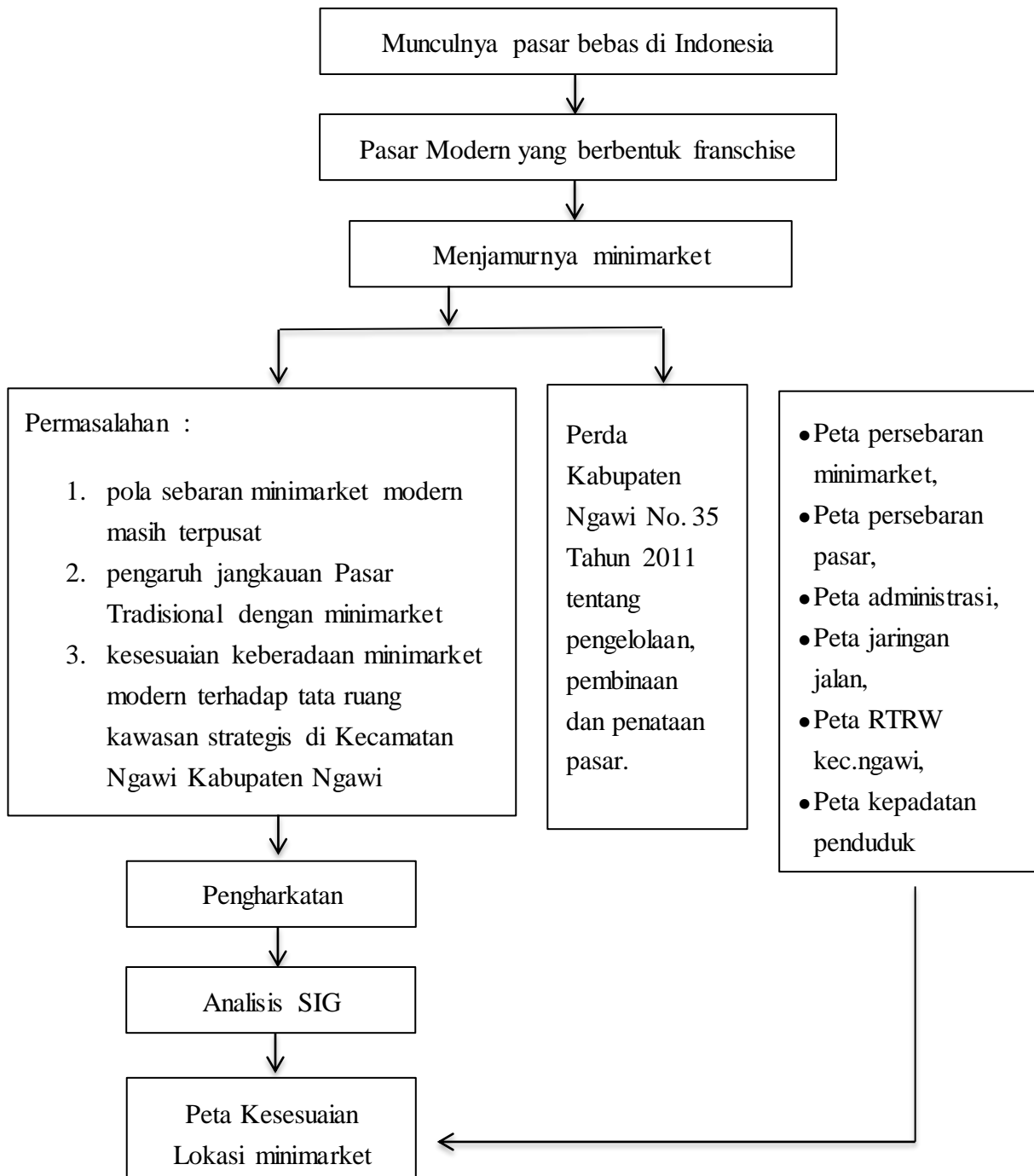
Tabel 3. Perbandingan dengan Penelitian Sebelumnya

No.	Nama Peneliti	Judul	Tujuan	Metode	Hasil
5.	Dheta Elvirha (2022)	Analisis Pola Persebaran Dan Kesesuaian Lokasi Minimarket Berbasis SIG (Sistem Informasi Geografis) Di Kecamatan Ngawi Kabupaten Ngawi	Mengidentifikasi pola sebaran minimarket modern, Mengetahui jangkauan pasar tradisonal terhadap minimarket modern, Menganalisis kesesuaian keberadaan lokasi minimarket modern terhadap tata ruang kawasan strategis di Kecamatan Ngawi Kabupaten Ngawi.	Metode yang digunakan menggunakan ANN (Average Nearest Neighbor) untuk pola persebaran, sedangkan jangkauan dan kesesuaian lokasi menggunakan metode buffer dan overlay (tumpang susun)	Hasil yang diperoleh pada pola persebaran minimarket yaitu pola pengelompok, jangkauan minimarket yang tidak sesuai jangkauan yang terbuffer kurang dari 500 meter, pada parameter pasar terhadap minimarket dan minimarket terhadap minimarket lainnya. Tata ruang kawasan strategis menggunakan RTRW yaitu kawasan perdagangan dan jasa

1.6 Kerangka Penelitian

Penelitian tentang minimarket modern untuk diteliti, mengingat perkembangan dari sektor- sektor seperti minimarket begitu pesat di wilayah perkotaan. Pada fase awal hadirnya konsep retail modern di Indonesia, tidak bersamaan dengan regulasi bagaimana penataan lokasi ritail modern. Sehingga baru mengeluarkan Perda Kabupaten Ngawi No. 35 Tahun 2011 tentang pengelolaan, pembinaan dan penataan pasar. Sebetulnya menjadi rujukan bagi pengaturan lokasi seperti retail, namun fenomena sentralisasi pusat retail yang berdiri sendiri masih terus berkelanjutan. Sehingga menjadi ketidakseragaman Perda yang mengatur tentang lokasi retail modern di kota besar di Indonesia.

Kota merupakan wilayah tujuan para kaum urban membuat peluang bisnis semakin besar. Contohnya pelaku bisnis retail modern yang mendirikan bisnis untuk memenuhi kebutuhan akan barang maupun jasa di kota. Meningkatkan keinginan masyarakat untuk tinggal di kota, sehingga kota mengalami kepadatan penduduk. Banyak kehidupan kota bisa menjadikan tren setter bagi setiap wilayah lainnya, dan dengan banyaknya penduduk tergiur untuk pindah ke kota dengan berbagai alasan, mulai mencari ekonomi, melanjutkan pendidikan yang lebih tinggi. Bisnis retail modern menimbulkan kekhawatiran akan adanya penyalahgunaan lahan atau disebut alih fungsi lahan si suatu kawasan. Sehingga penelitian ini menganalisis bagaimana kesesuaian antara perkembangan ritel dengan tata ruang perkotaan, dan menjadi pertimbangan untuk meminimalisir alih fungsi kawasan yang tidak tepat. Keberadaan peta dari tahun ke tahun semakin dibutuhkan dari berbagai pihak, salah satunya digunakan sebagai informasi pelayanan pusat perbelanjaan modern di Kecamatan Ngawi dengan terjun langsung kelapangan menggunakan GPS, sedangkan pengolahan data yang diambil menggunakan Sistem Informasi Geogarfis (SIG). Kerangkan berpikir tersebut membantu dalam melakukan penelitian. Adapun kerangka pikir penelitian ini dituangkan secara lengkap pada Gambar 1.1



Gambar 2. Kerangka Pikir Penelitian

Sumber : Penulis, 2022

1.7 Batasan Operasional

Pendirian lokasi minimarket dalam pasal 5 ayat (2) Perda Nomor 35 Tahun 2011 Pengelolaan, Pembinaan dan penata Pasar Modern. Dalam penelitian yang termasuk kajian ini adalah minimarket. Minimarket merupakan suatu usaha yang menjual kebutuhan sehari-hari dalam sistem pelayanan mandiri, luas lantai bangunan kurang dari 400 m². Minimarket dalam kajian ini sistem pengelolaan berjaringan dan non jaringan. Sistem berjaring kegiatan usaha yang dikelola satu manajemen, sedangkan non berjaring usaha milik perseorangan. Kajian minimarket berjaring seperti alfamidi,alfamart,indomaret.

Kawasan strategis bagian wilayah kota yang penataan ruangnya diprioritaskan, karena mempunyai pengaruh sangat penting dalam lingkup kota di bidang ekonomi, sosial, budaya dan lingkungan. Pedoman penyusunan Rencana Tata Ruang Wilayah sebagai acuan dalam kegiatan penyusunan rencana tata ruang wilayah kota oleh pemerintah daerah kota dan para pemangku kepentingan lain. Dan Sistem Informasi Geografis (SIG) Suatu sistem didesain untuk bekerja dengan data spasial atau data koordinat geografis.