

KAJIAN PERTUMBUHAN PENYEDIAAN RUANG USAHA DI KOTA SEMARANG

Mohammad Mukti Ali*), Samsul Ma'rif*), Rizki Kirana Yuniartanti

Jurusan Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik
Universitas Diponegoro, Semarang

Abstract

Semarang city is potential to develop trade and service activity in small until big scale. Trade and service are embodied in business space. Moreover, both of scales have established a connectivity chain. This research will describe amount and type of business space spatially, the suitability of business space location based on space planning and factors of choosing business space based on business actors' preferention and perception. Study cases in this research are Banyumanik District, Tembalang District, and Pedurungan District. Research approach used is a mixed method of Qualitative Descriptive and Geographic Information System. This research is aimed at assessing business space development in Semarang City. This research also assesses policy to monitor and control needs and develop business space.

Keywords: *business space, business actors, and space planning*

Abstrak

Kota Semarang berpotensi untuk mengembangkan aktivitas perdagangan dan jasa dalam skala kecil hingga besar. Aktivitas perdagangan dan jasa terwadahi dalam ruang-ruang usaha. Bahkan, aktivitas perdagangan dan jasa dalam skala kecil hingga besar telah membentuk rantai konektivitas. Penelitian ini akan mendeskripsikan jumlah dan jenis ruang usaha secara spasial di Kota Semarang, kesesuaian lokasi ruang usaha Kota Semarang berdasarkan tata ruang, dan faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan ruang usaha berdasarkan preferensi dan persepsi pelaku usaha. Wilayah studi dalam penelitian ini adalah Kecamatan Banyumanik, Kecamatan Tembalang, dan Kecamatan Pedurungan. Penelitian ini bertujuan mengkaji pertumbuhan ruang usaha di Kota Semarang. Penelitian ini juga mengkaji kebijakan untuk memonitor dan mengontrol kebutuhan dan pertumbuhan ruang usaha.

Kata kunci : *ruang usaha, pelaku usaha, dan perencanaan ruang*

Latar Belakang

Kawasan perkotaan berpeluang besar untuk mengembangkan perekonomian sektor perdagangan dan jasa, termasuk sektor usaha. Kebutuhan akan sektor usaha dilihat dari sisi *demand and supply*. Pertumbuhan kawasan permukiman pasti diikuti dengan meningkatnya pola konsumsi masyarakat. Terlebih lagi, masyarakat membutuhkan ruang usaha yang mudah dijangkau dan dekat dengan kawasan

permukiman. Hal-hal tersebut menjadi argumen dari sisi *demand* ruang usaha. Sedangkan dilihat dari sisi *supply*, investor ataupun pengusaha menganggap fenomena *demand* terhadap ruang usaha sebagai peluang besar usaha.

Kota Semarang telah berkembang menjadi kota metropolitan yang menjadi sasaran bagi para investor. Roda perekonomian Kota Semarang berfokus pada aktivitas perdagangan

dan jasa. Terdapat dua faktor pendukung Kota Semarang berkembang menjadi kota perdagangan dan jasa, yaitu 1. Pengejawantahan visi dan misi Kota Semarang dan 2. Letak strategis

Kota Semarang yang berpotensi untuk mengembangkan aktivitas perdagangan dan jasa dalam skala kecil hingga besar. Aktivitas perdagangan dan jasa terwadahi dalam ruang-ruang usaha. Bahkan, aktivitas perdagangan dan jasa dalam skala kecil hingga besar telah membentuk rantai konektivitas. Kota Semarang menjadi sasaran para investor yang ingin mengembangkan usaha retail. Berdasarkan penuturan dari Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Semarang yang dimuat pada harian Tribun Jateng pada Selasa 1 April 2014, bahwa jumlah maksimal minimarket, toko modern 529 unit di Kota Semarang, hingga kini sudah ada 436 unit minimarket.

Pemberian izin usaha menjadi wewenang Badan Perizinan dan Penanaman Modal Terpadu (BPPT) Kota Semarang. Hal tersebut sesuai dengan Keputusan Walikota Semarang No. 875.1/57 Tahun 2009 tentang Pendelegasian Wewenang Penandatanganan Perijinan dan non perijinan kepada BPPT. BPPT Kota Semarang telah menerapkan prosedur perijinan ruang usaha.

Dalam penelitian ini akan mendeskripsikan jumlah dan jenis ruang usaha secara spasial, kesesuaian lokasi ruang usaha berdasarkan tata ruang, dan faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan ruang usaha berdasarkan preferensi dan persepsi ruang usaha. Wilayah studi dalam penelitian ini adalah Kecamatan Banyumanik, Kecamatan Tembalang, dan Kecamatan Pedurungan.

Pertanyaan Penelitian

Perencanaan dan kontrol dalam pertumbuhan ruang usaha perlu dipertimbangkan dalam tata ruang. Hal tersebut untuk memprediksi kesesuaian kebutuhan dan pertumbuhan ruang dimasa yang akan datang. Kesesuaian kebutuhan dan pertumbuhan ruang akan dibedakan menurut tingkat urgensi tinggi dan rendah untuk masing-masing jenis usaha. Dengan begitu rumusan masalah pada penelitian ini, yaitu :

1. Bagaimanakah mendeskripsikan jumlah dan jenis ruang usaha secara spasial di Kota Semarang?
2. Bagaimanakah kesesuaian lokasi ruang usaha Kota Semarang berdasarkan tata ruang?
3. Bagaimanakah faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan ruang usaha berdasarkan preferensi dan persepsi pelaku usaha?

Tujuan dan Sasaran

Tujuan dalam penelitian ini adalah mengkaji pertumbuhan ruang usaha di Kota Semarang

Adapun sasaran dalam penelitian ini adalah:

1. Kajian deskriptif jumlah dan jenis ruang usaha di Kota Semarang
2. Kajian kesesuaian lokasi ruang usaha Kota Semarang berdasarkan tata ruang
3. Kajian faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan ruang usaha berdasarkan preferensi dan persepsi pelaku usaha
4. Analisis kebijakan untuk mengawasi dan mengendalikan kebutuhan dan pertumbuhan ruang usaha

Gambaran Umum Kota Semarang

Profil Kota Semarang

Kota Semarang merupakan ibukota Provinsi Jawa Tengah yang merupakan kota strategis karena berada pada jalur lalu lintas ekonomi Pulau

Jawa serta menjadi koridor dan *nodes* pembangunan Jawa Tengah. Untuk mendukung fungsi Kota Semarang sebagai penggerak perekonomian Jawa Tengah, maka disebutkan pada salah satu visi Kota Semarang sendiri yaitu sebagai Kota Metropolitan. Visi tersebut mengandung arti bahwa Kota Semarang mempunyai sarana prasarana yang dapat melayani seluruh aktivitas masyarakat kota dan *hinterland*-nya dengan aktivitas ekonomi utama berupa perdagangan, jasa, dan industri serta didukung sektor ekonomi lainnya untuk mewujudkan masyarakat yang sejahtera.

Kota Semarang memiliki luas area sebesar 39,56 km² yang terdiri dari 10,59% tanah sawah, 89,41% bukan lahan sawah. Dengan kata lain, penggunaan lahan di Kota Semarang didominasi oleh lahan kering (lahan non sawah). Secara administratif, Kota Semarang terbagi atas 16 wilayah kecamatan dan 177 kelurahan.

Dari aspek kependudukan, Kota Semarang memiliki jumlah penduduk sebesar 1.558.380 jiwa pada tahun 2012. Dengan jumlah penduduk tersebut, mengindikasikan bahwa Kota Semarang termasuk dalam kota besar dimana jumlah penduduknya adalah lebih dari 1,5 juta jiwa.

Kondisi Perekonomian Kota Semarang

Perdagangan, hotel, dan restoran merupakan sektor yang memberikan kontribusi terbesar terhadap perekonomian Kota Semarang. Kontribusi sektor tersebut terhadap Produk Domestik regional Bruto (PDRB) Kota Semarang pada tahun 2012 mencapai 28% dari total kontribusi tiap sektor. Besarnya kontribusi sektor perdagangan, hotel, dan restoran sangat mendukung fungsi Kota Semarang sebagai kota industri, jasa, pelayanan, dan perdagangan. Sektor lain yang juga memberikan

kontribusi cukup besar adalah sektor industri pengolahan, dimana memiliki posisi sektor terbesar kedua setelah sektor perdagangan, hotel, dan restoran dalam PDRB Kota Semarang.

Kawasan/Sentra Perdagangan Kota Semarang

Pola tata ruang perdagangan dan jasa Kota Semarang, telah diproyeksikan untuk diperluas. Seperti yang telah diketahui bahwa saat ini sentra perdagangan Kota Semarang berpusat di wilayah Jalan Pemuda, Jalan Pandanaran, Jalan Pahlawan, Simpanglima, dan Jalan Gajahmada yang dikenal sebagai Segitiga Emas. Berdasarkan salah satu sumber media menyebutkan bahwa apabila pengembangan hanya dilakukan di Segitiga Emas tersebut, maka secara perekonomian Kota Semarang mengalami stagnasi. Sehingga diperlukan sebuah pengembangan kawasan ekonomi yang luas dengan cakupan wilayah yang merata (*Sumber : Suara Merdeka, 22 Mei 2011*).

Dalam media tersebut juga disebutkan bahwa terdapat kawasan potensial lainnya yang dapat dikembangkan, yaitu Kawasan Peterongan, Tawang, dan Siliwangi (disingkat "Petawangi"). Kawasan Petawangi secara embrio telah memiliki potensi yang dapat segera dikembangkan. Seperti kawasan Peterongan saja yang masuk Kecamatan Semarang Selatan, dikenal dengan segudang tempat perdagangan dan bisnis.

Kepala Bidang Pengembangan Wilayah dan Infrastruktur Bappeda Kota Semarang menyebutkan bahwa kawasan seperti Peterongan, Siliwangi merupakan kawasan yang pemanfaatan ruangnya didominasi untuk kegiatan komersial perdagangan dan jasa pelayanan. Sehingga

pembangunan fasilitas yang dikembangkan tersebut dalam rangka mewujudkan Kota Semarang sebagai sentra perdagangan dan jasa, dalam skala regional dan nasional.

**Analisis Korelasi Antara
Pertumbuhan Penduduk
Terhadap Jumlah Pasar Modern**

Berdasarkan analisis korelasi *bivariate* dengan alat analisis SPSS ternyata tidak ada korelasi antara pertumbuhan penduduk dengan jumlah pasar modern. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai >0.05 . Syarat dari adanya keterkaitan adalah nilai signifikansi <0.05 . Dari hasil pengolahan SPSS, korelasi penduduk dan hypermarket adalah 0.651. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak ada korelasi pertumbuhan penduduk dan hypermarket karena nilai signifikansi >0.05 . Korelasi penduduk dan supermarket nilainya 0.895. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa tidak ada korelasi penduduk dan minimarket karena nilai signifikansi >0.05 . Korelasi penduduk dan minimarket nilainya adalah 0.799. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa tidak ada korelasi penduduk dan minimarket karena nilai signifikansi >0.05 . Begitu juga korelasi penduduk dan pertokoan nilainya 0.977. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa tidak ada korelasi penduduk dan minimarket karena nilai signifikansi >0.05 .

Hasil perhitungan SPSS sesuai dengan realita dilapangan bahwa jumlah penduduk yang besar tidak selalu diikuti dengan penambahan pasar modern. Hal tersebut dipengaruhi dengan jangkauan pelayanan. Pelaku usaha telah mempertimbangkan skala pelayanan untuk setiap tipe pasar modern. Selain itu, pelaku usaha juga mempertimbangkan faktor yang mendukung pertumbuhan ruang usaha,

seperti aktivitas di sekitar ruang usaha, ketersediaan dan kemudahan moda transportasi, ketersediaan tenaga kerja, dan lain sebagainya. Faktor-faktor tersebut akan dijabarkan lebih lanjut pada sub bab berikutnya dengan fokus kajian ruang usaha toko/warung dan minimarket.

**Kajian Profil Ruang Usaha Kota
Semarang**

Karakteristik Umum Toko/Warung

a. Jenis ruang usaha
Ruang usaha yang berada di tiga kecamatan tersebut mayoritas merupakan nonwaralaba atau toko kecil baik toko kelontong yang bergabung dengan rumah pemilik maupun toko kelontong yang berdiri sendiri. Non waralaba dikelola oleh perorangan, sehingga tidak memiliki struktur organisasi yang jelas Berbeda dengan waralaba/*franchise* yang merupakan kerjasama badan usaha. Persebaran toko/warung di tiga kecamatan tersebut didapatkan bahwa Kecamatan Tembalang memiliki jumlah yang paling banyak. Hal ini disebabkan karena kebutuhan pasar yang tinggi yaitu mahasiswa Universitas Diponegoro dan mahasiswa Universitas Pandanaran, serta jumlah permukiman yang padat di Kecamatan Tembalang sebagai kawasan yang mulai berkembang. Sedangkan kecamatan yang memiliki toko kecil terbanyak kedua adalah Kecamatan Pedurungan karena Kecamatan Pedurungan memiliki permukiman yang padat serta adanya jalur utama yang menghubungkan Kota Semarang dengan Kabupaten Demak. Sedangkan untuk jumlah waralaba/*franchise* terbanyak juga terdapat di Kecamatan Tembalang. Hal tersebut disebabkan adanya pertumbuhan permukiman yang padat dan juga perumahan yang baru. waralaba/*franchise* tersebut juga telah

ada lebih dari 10 tahun yang diawali dengan toko kecil kemudian berkembang menjadi lebih besar.

b. Modal

Kebanyakan toko/warung memiliki modal kurang dari Rp10.000.000,-. Toko/warung tersebut memang kebanyakan didirikan di rumah dengan harapan pemilik sebagai sumber pendapatan keluarga, sehingga pemilik hanya memiliki modal yang seadanya. Namun, dalam berjalannya waktu beberapa toko kecil tersebut berkembang menjadi toko yang lebih besarkarena omset yang terus bertambah. Sedangkan jika dibandingkan dari tiga kecamatan tersebut, Kecamatan Tembalang adalah kecamatan terbanyak yang memiliki toko dengan modal kurang dari Rp10.000.000,-. Alasan banyaknya toko/warung dengan modal kecil karena dengan permintaan yang melimpah dan meningkat, membuat warga yang awalnya bukan pedagang mengubah rumahnya memiliki fungsi ganda yaitu sebagai rumah beserta toko/warung yang dimaksudkan untuk meningkatkan pendapatan.

c. Omset

Banyak toko/warung dengan omset kurang dari Rp3.000.000,- berada di Kecamatan Tembalang. Hal tersebut sesuai dengan kajian analisis modal di Kecamatan Tembalang. Hal ini menunjukkan bahwa di Kecamatan Tembalang, toko-toko yang tersebar merupakan toko kecil yang tumbuh karena pelaku usaha melihat kebutuhan pasar sekaligus sebagai pemasukan utama pelaku usaha. Terdapat indikasi bahwa pendapatan pelaku usaha di Kecamatan Tembalang rata-rata sama dan tidak ada monopoli usaha antar pelaku usaha. Omset toko/warung di Kecamatan Banyumanik mencapai Rp. 6.000.00,-. Tentu saja hal tersebut berkaitan dengan modal untuk mendirikan usaha. Dengan modal yang

besar, variasi produk jualan akan semakin banyak. Sehingga akan menambah omset mereka. Omset toko/warung di Kecamatan Pedurungan berada di 2 klasifikasi, yaitu kurang dari Rp3.000.000,- dan Rp3.000.000,-Rp 6.000.000,-.

d. Kepemilikan

Kepemilikan toko/warung di semua kecamatan adalah perorangan, sedangkan kepemilikan PT (Perseroan Terbatas) dan hanya berada di Kecamatan Tembalang.

e. Jangkauan usaha

Berdasarkan hasil pengolahan data kuesioner dan wawancara dengan pelaku usaha di tiga kecamatan, didapatkan bahwa toko/warung tersebut mayoritas adalah toko kecil yang hanya melayani skala lokal yaitu rumah-rumah yang berada di sekitarnya. Sedangkan untuk skala regional hanya ada di Kecamatan Pedurungan, karena kecamatan tersebut dilewati jalur arteri primer dan arteri sekunder lintas kabupaten, yaitu Kabupaten Demak. Dengan begitu, menjadi jalur utama yang dilalui pengendara kendaraan. Pelayanan toko untuk skala nasional hanya dilakukan oleh dua toko yaitu toko alat tulis dan toko parfum laundry yang memang letaknya berada di Kecamatan Banyumanik.

f. Ada/tidaknya cabang

Toko/warung yang memiliki cabang mayoritas berada di Kecamatan Tembalang, walaupun jika dibandingkan dengan yang tidak memiliki cabang masih lebih banyak yang tidak memiliki cabang. Sedangkan untuk kedua kecamatan yang lain memang dalam keadaan nyata hasil survei lapangan mayoritas toko-toko yang ada memang merupakan toko kelontong yang menjadi satu dengan rumah, dan merupakan sumber pendapatan utama bagi pemiliknya.

g. Jumlah pembeli perhari

Jika dilihat dari persebaran toko/warung di Kecamatan Tembalang, Kecamatan Banyumanik, dan Kecamatan Pedurungan mayoritas toko memiliki pengunjung kurang dari 50 orang. Hal ini menunjukkan bahwa toko/warung tersebut adalah toko skala pelayanan rumah tangga yang berada di sekitar toko. Sedangkan untuk Kecamatan Tembalang dan Kecamatan Banyumanik memiliki toko/warung dengan jumlah pengunjung/hari yang lebih variatif, mulai dari 50 orang hingga lebih dari 100 orang. Jika dilihat secara lebih detail lagi, di Kecamatan Banyumanik jumlah toko/warung yang memiliki pembeli lebih dari 100 orang lebih banyak daripada Kecamatan Tembalang, beberapa alasannya adalah letak toko yang berada di sepanjang jalan, barang yang dijual lebih lengkap dan bagus, atau pelayanan yang baik.

h. Pencapaian kentungan yang ditargetkan

Hampir semua toko/warung yang tersebar di tiga kecamatan memiliki proporsi yang hampir sama mengenai jumlah toko/warung yang mencapai target atau yang tidak. Namun toko/warung di Kecamatan Tembalang paling banyak merupakan toko yang sudah mencapai keuntungan yang diharapkan. Hal ini menunjukkan bahwa memang karena adanya kawasan pendidikan di kecamatan ini meningkatkan jumlah penduduk (mahasiswa), dan mahasiswa memiliki pola yang konsumtif karena kebanyakan dari mereka adalah anak kos yang jauh dari keluarga

i. Perijinan Badan Pelayanan Perijinan Terpadu (BPPT)

Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Semarang Nomor 6 Tahun 2009 dijelaskan bahwa setiap usaha harus memiliki ijin usaha, namun hasil survei yang dilakukan didapatkan fenomena bahwa lebih banyak toko/warung yang

tidak memiliki ijin usaha yaitu dengan persentase 64%.

Hal ini dikarenakan pemilik toko menganggap bahwa toko kecil dan bergabung dengan rumah tidak perlu ijin usaha. Beberapa pemilik mengatakan ijin usaha dilakukan jika usaha modal yang diperlukan lebih dari Rp50.000.000,- dan juga kegiatan usaha mengganggu lingkungan sekitar seperti menjual tabung gas, minuman keras, dan lain-lain.

Karakteristik Umum Minimarket

a. Jenis ruang usaha

Jenis minimarket yang ada di Kecamatan Banyumanik, Kecamatan Tembalang, dan Kecamatan Pedurungan adalah jenis waralaba/*franchise* atau non waralaba. Namun hasil lapangan atau analisis yang dilakukan, didapatkan bahwa jenis waralaba/*franchise* adalah jenis yang paling banyak ditemui. Hal ini dikarenakan jumlah Indomaret dan Alfamart yang sudah cukup banyak tersebar di Kota Semarang. Sedangkan untuk minimarket dengan jenis non waralaba adalah toko milik masyarakat sendiri dan menggunakan sistem seperti pelayanan minimarket serta dengan luasan sama dengan minimarket Alfamart dan Indomaret.

b. Modal

Modal yang dibutuhkan masing-masing minimarket tentunya berbeda-beda, namun untuk minimarket jenis *franchise*, modal untuk membeli barang dagangan hampir sama, perbedaannya adalah modal untuk lahan bangunan. Sedangkan untuk minimarket dengan jenis non waralaba, modal yang dimiliki biasanya tergantung seberapa besar minimarket yang ingin didirikan dan kelengkapan barang yang akan dijual.

c. Omset

Omset yang didapatkan untuk tiap bulannya berkisar Rp3.000.000,- hingga lebih dari Rp 6.000.000,-. Sebagian

besar minimarket di Kecamatan Tembalang memiliki omset Rp 3.000.000,- hingga Rp6.000.000,-. Sedangkan, sebagian besar minimarket di Kecamatan Pedurungan memiliki omset yang cukup besar, lebih dari Rp6.000.000,-. Adanya fakta tersebut mengindikasikan bahwa semakin banyak penduduk belum menentukan omset besar bagi minimarket, namun ada hal lainnya yaitu dilewatinya jalan-jalan utama serta fungsi kawasan sehingga menyebabkan minimarket semakin banyak pembelinya.

d. Kepemilikan

Kepemilikan untuk minimarket yang ada di tiga kecamatan ini sesuai dengan jenis minimarket yang ada, yaitu individu dan Perseroan Terbatas (*franchise*/waralaba). Proporsi terbesar adalah kepemilikan Perseroan Terbatas (PT).

e. Jangkauan usaha

Minimarket adalah toko dengan pelayanan modern, sehingga secara garis besar toko dan minimarket memiliki target pasar atau pembeli yang sama, yaitu warga di sekitar toko maupun minimarket. Sehingga dengan analisis hasil lapangan yang didapatkan menunjukkan bahwa jangkauan minimarket hanya bersifat lokal. Walaupun ada beberapa minimarket bersifat regional karena barang-barang yang dijual bersifat eksklusif karena tidak semua toko menjual barang yang sama.

f. Ada/tidaknya cabang

Indomaret dan Alfamart adalah minimarket dengan jenis *franchise*, sehingga kedua minimarket ini memiliki cabang yang tersebar di Kota Semarang terutama di Kecamatan Tembalang, Kecamatan Pedurungan, dan Kecamatan Banyumanik. Sedangkan minimarket yang tidak memiliki cabang adalah minimarket individu.

Kecamatan Tembalang yang terdapat minimarket yang tidak memiliki cabang.

Hal ini dapat menunjukkan bahwa karena Kecamatan Tembalang memiliki kawasan pendidikan, sehingga memungkinkan untuk individu berani melakukan investasi yaitu mendirikan minimarket.

g. Jumlah pembeli/hari

Hasil analisis lapangan yang dilakukan di tiga kecamatan di Kota Semarang terlihat bahwa minimarket yang ada di Kecamatan Tembalang memiliki pengunjung rata-rata 50 orang sampai 100 orang perhari. Hal ini mengindikasikan beberapa alasan yaitu karena minimarket dan toko di Kecamatan Tembalang jumlahnya banyak sehingga penduduk terbagi secara merata, tidak ada yang terlalu ramai atau terlalu sepi. Sedangkan fakta untuk Kecamatan Pedurungan adalah pengunjung minimarket per hari mencapai lebih dari 100 orang, hal ini mengindikasikan bahwa dengan lokasi kecamatan yang dilewati jalan utama sehingga minimarket mudah untuk diakses.

h. Pencapaian keuntungan yang ditargetkan

Minimarket sebagai salah satu bentuk usaha yang ingin mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya tentu mereka memiliki target keuntungan masing-masing yang harus dicapai. Oleh karena itu, dilakukan analisis mengenai sudah tercapainya target keuntungan yang didapatkan untuk tiap minimarket. Hasilnya adalah 96% minimarket sudah mencapai target keuntungan yang diharapkan, karena memang keuntungan yang didapatkan untuk tiap bulannya sudah cukup besar.

i. Perizinan BPPT

Minimarket yang merupakan salah satu ruang usaha dengan ukuran yang lumayan besar, dan dengan dibangunnya minimarket tentunya terdapat dampak yang ditimbulkan. Maka dalam peraturan daerah, pemerintah mewajibkan untuk setiap usaha baik

mikro atau makro memiliki izin usaha serta izin gangguan yang diurus ke Badan Pelayanan Perijinan Terpadu (BPPT). Selain itu, dengan izin yang diajukan seharusnya akan ada penyesuaian dari BPPT sesuai dengan Peraturan Walikota No. 5 Tahun 2013 mengenai aturan letak minimarket yang mempertimbangkan jarak dengan pasar tradisional atau toko-toko kecil. Hasil lapangan didapatkan bahwa 100% minimarket sudah memiliki izin usaha.

Komparasi Profil Ruang Usaha Kota Semarang

Perkembangan ruang usaha di Kota Semarang menunjukkan peningkatan yang cukup tinggi. Selain perkembangan dari segi jumlah, juga terjadi perkembangan dari segi jenis ruang usaha. Pada saat ini, jenis ruang usaha yang menunjukkan perkembangan pesat adalah pasar modern, salah satunya yaitu minimarket. Hasil survei lapangan utamanya di Kecamatan Tembalang, Kecamatan Banyumanik, dan Kecamatan Pedurungan, dari segi jumlah keberadaan minimarket di tiga kecamatan tersebut sangat dominan dibanding toko/warung. Selain itu, jarak antar minimarket sangat berdekatan. Sehingga jangkauan pelayanan antar minimarket sejenis/tidak sejenis dan juga jangkauan minimarket terhadap toko/warung dapat dikatakan saling *overlapped*.

Keberadaan minimarket yang cukup dominan dan dengan jarak yang saling berdekatan, hal tersebut tentunya akan mematikan perekonomian individu atau usaha rumah tangga yang ada di Kota Semarang. Sehingga perekonomian warga yang memiliki usaha rumah tangga tidak dapat berkembang dan bersaing, bahkan lambat laun akan berhenti. Terhambatnya perkembangan usaha rumah tangga/individu tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor yang

menunjukkan perbedaan antar keduanya.

Perbedaan antara toko/warung dengan minimarket dapat dilihat jelas dari matrik perbedaan berikut ini yang menunjukkan komparasi karakteristik toko/warung dengan minimarket.

Tabel I
Komparasi Karakteristik
Toko/Warung dengan Minimarket

Variabel	Toko/Warung	Minimarket
Jenis Usaha		
a. Jenis ruang usaha	Non Waralaba	Waralaba/Franchise
b. Modal	<Rp 10.000.000,-	>Rp 20.000.000,-
c. Omset	Omset per bulan \pm Rp 3.000.000,-	Omset per bulan \pm Rp 30.000.000,-
d. Kepemilikan	Dimiliki oleh perorangan	Perseroan Terbatas (PT)
e. Jangkauan usaha	Jangkauan pelayanan lokal (di jalan lingkungan perumahan yang ada di sekitar toko) dan maksimal memiliki jangkauan pelayanan 300 meter	Jangkauan pelayanan lokal (di jalan lingkungan perumahan yang ada di sekitar toko) dan maksimal memiliki jangkauan pelayanan 500 meter
f. Ada/Tidaknya cabang	Tidak memiliki cabang/outlet	Memiliki banyak outlet yang tersebar di setiap daerah maupun di daerah tersebut
g. Jumlah pembeli per hari	Berjumlah <50 orang	Berjumlah >100 orang
h. Pencapaian keuntungan yang ditargetkan	Sebagian sudah mampu mencapai keuntungan yang ditargetkan, dan sebagian belum mampu mencapai keuntungan yang ditargetkan karena faktor jumlah pembeli	Mampu mencapai keuntungan yang telah ditargetkan

Variabel Jenis Usaha	Toko/Warung	Minimarket
i. Perizinan BPPT	Mayoritas tidak memiliki izin karena usaha rumah tangga memiliki modal < Rp 10.000.000,- sehingga tidak diwajibkan untuk memiliki izin usaha	Mayoritas sudah memiliki izin usaha, karena diwajibkan untuk memiliki izin usaha

Sumber : Analisis Peneliti, 2014

Kajian Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Ruang Usaha Berdasarkan Preferensi dan Persepsi Ruang Usaha

Faktor-Faktor Pemilihan Ruang Usaha Toko/Warung Berdasarkan Preferensi dan Persepsi Pelaku Usaha

- a. Lokasi terhadap kestrategisan ruang
 - Pertimbangan pelaku usaha memilih ruang usaha
Pertimbangan yang paling banyak digunakan oleh pemilik toko yaitu lokasi strategis dan mendekati konsumen, dan Kecamatan Tembalang merupakan kecamatan dengan proporsi toko terbanyak yang menggunakan alasan ini. Selain dua pertimbangan tersebut, masing-masing responden di Kecamatan Tembalang, Kecamatan Banyumanik, dan Kecamatan Pedurungan juga ada yang menambahkan faktor kemudahan transportasi.
 - Cara mensiasati persaingan antar toko/warung
Upaya mensiasati persaingan antar toko/warung yang paling banyak digunakan adalah peningkatan pelayanan, dimana diterapkan oleh sampel toko/warung di ketiga kecamatan. Sampel toko/warung di Kecamatan Tembalang memiliki jumlah yang paling tinggi yang mana

melakukan upaya peningkatan pelayanan dalam rangka mensiasati persaingan antar ruang usaha sejenis. Sedangkan upaya lain yang juga dilakukan oleh sampel toko/warung di Kecamatan Tembalang, Kecamatan Banyumanik, dan Kecamatan Pedurungan adalah meningkatkan kualitas produk, kemudian menambah kelengkapan barang.

- b. Ketersediaan dan kemudahan moda transportasi
 - Moda transportasi yang mendukung proses distribusi dan penjualan
Moda transportasi yang digunakan untuk mendukung proses distribusi dan penjualan produk oleh toko/warung di Kecamatan Tembalang, Kecamatan Banyumanik, dan Kecamatan Pedurungan beragam. Persentase moda transportasi yang digunakan toko/warung terbesar adalah sepeda motor (1 moda) yaitu 34%, kemudian sepeda motor dan mobil (2 moda) yaitu 32%. Sedangkan untuk penggunaan 3 moda sekaligus sangat jarang ditemukan di ketiga kecamatan tersebut, hanya sekitar 2% dari total keseluruhan.
 - Fungsi moda transportasi dalam kegiatan usaha
Fungsi moda transportasi dalam kegiatan usaha utamanya adalah untuk mengangkut barang dagangan dari pabrik ke toko. 96% yang mewakili toko/warung keseluruhan di Kecamatan Tembalang, Kecamatan Banyumanik, dan Kecamatan Pedurungan, hanya 4% moda transportasi yang digunakan untuk distribusi produk sampai ke konsumen.
Ketiga kecamatan mayoritas menggunakan moda transportasi untuk mengangkut barang dagangan dari pabrik ke toko. Beberapa sampel toko/warung di Kecamatan

Tembalang dan Kecamatan Banyumanik juga terdapat yang menggunakan moda transportasi untuk mendistribusikan produk usaha atau biasa disebut *delivery order*.

- Jumlah pergerakan moda transportasi beroperasi

Pergerakan moda transportasi yang dimaksudkan adalah jumlah moda transportasi beroperasi untuk mendistribusikan stok barang ke toko/warung. Jumlah pergerakan moda transportasi di ketiga kecamatan secara keseluruhan memiliki persentase 68%. Mayoritas memiliki intensitas pergerakan sebanyak 4 kali dalam seminggu. Jumlah pergerakan tersebut termasuk intensitas rendah. Terdapat 21% toko/warung yang memiliki jumlah pergerakan yang cukup tinggi yaitu sekitar 2 kali dalam sehari.

Toko/warung yang memiliki intensitas pergerakan 4 kali dalam seminggu (rendah) menunjukkan jumlah terbanyak di ketiga kecamatan, jumlah terbanyak terdapat di Kecamatan Tembalang. Sedangkan jumlah toko/warung yang menyatakan memiliki intensitas pergerakan sekitar 2 kali dalam sehari (sedang) menunjukkan jumlah yang hampir sama untuk ketiga kecamatan tersebut. Intensitas pergerakan paling tinggi terdapat di Kecamatan Tembalang juga, yaitu dengan jumlah pergerakan 3 hingga 5 kali dalam sehari.

- c. Lokasi terhadap pusat permukiman, pusat kota, dan konektivitas antarmoda

- Konektivitas antarmoda

Lokasi usaha terhadap konektivitas antarmoda di Kecamatan Tembalang, Kecamatan

Banyumanik, dan Kecamatan Pedurungan 100% sudah terkoneksi. Terkoneksinya lokasi usaha dengan moda yang digunakan akan mempermudah akses untuk pergerakan barang dari pabrik ke toko/warung.

Faktor-Faktor Pemilihan Ruang Usaha Minimarket Berdasarkan Preferensi dan Persepsi Pelaku Usaha

- a. Lokasi terhadap kestrategisan ruang
 - Pertimbangan pelaku usaha memilih ruang usaha

Minimarket memiliki tujuan yang sama dengan toko, yaitu mencari pasar atau konsumen untuk mendapatkan keuntungan. Dari hasil kuesioner didapatkan 45% sampel minimarket di ketiga kecamatan hanya menggunakan pertimbangan lokasi strategis. Sedangkan 44% sampel menggunakan pertimbangan lokasi strategis, kemudahan transportasi, dan mendekati konsumen. Perbedaan pertimbangan dalam memilih ruang usaha akan sangat menentukan keuntungan yang diperoleh.

Seluruh sampel minimarket di Kecamatan Pedurungan memilih lokasi yang strategis yaitu mudah diakses dari segala arah atau terletak di tepi jalan. Sedangkan untuk Kecamatan Tembalang dan Banyumanik menggunakan pertimbangan lokasi strategis, kemudahan transportasi, dan mendekati konsumen karena minimarket yang tersebar berada di dekat permukiman warga, namun letaknya juga dekat dengan jalan-jalan yang lebih besar dan mudah diakses oleh moda transportasi roda dua atau roda empat.

- Cara menyiasati persaingan antar toko/warung
Minimarket menyiasati persaingan minimarket dengan meningkatkan pelayanan dan menggencarkan promosi. Hal ini memang strategi yang diterapkan oleh perusahaan atau badan usaha dari minimarket tersebut.
Minimarket di ketiga kecamatan menggunakan strategi yang sama yaitu meningkatkan pelayanan dan menggencarkan promosi. Peningkatan pelayanan melalui Standar Operasional Prosedur (SOP) yang telah diterapkan dari perusahaan dan badan usaha minimarket tersebut dalam melayani pelanggan. Dengan begitu standar pelayanan minimarket-minimarket tersebut sama. Promosi mereka lakukan dengan membagi katalog barang dagangan ke kawasan permukiman maupun konsumen yang berkunjung di minimarket tersebut.
- b. Ketersediaan dan kemudahan moda transportasi
 - Moda transportasi yang mendukung proses distribusi dan penjualan
Mayoritas sampel minimarket di Kecamatan Tembalang, Kecamatan Banyumanik, dan Kecamatan Pedurungan yaitu sekitar 82% menggunakan moda transportasi berupa mobil. Selain itu, sekitar 7% sampel minimarket di ketiga kecamatan menggunakan moda transportasi berupa truk, sedangkan sisanya sekitar 11% sampel menggunakan 2 moda transportasi yaitu mobil dan truk. Tidak terdapat sampel minimarket yang menyatakan menggunakan 2 moda transportasi selain mobil dan truk.
Dari hasil kuesioner, sampel minimarket di Kecamatan Pedurungan menunjukkan jumlah yang paling tinggi yang menggunakan jenis moda transportasi berupa mobil. Kemudian sampel minimarket yang menggunakan jenis moda transportasi berupa mobil yang paling rendah adalah Kecamatan Tembalang. Hal tersebut dikarenakan, moda transportasi yang digunakan dalam proses distribusi oleh minimarket di Kecamatan Tembalang tidak hanya menggunakan 1 jenis moda transportasi, tetapi juga terdapat beberapa sampel yang menyebutkan menggunakan moda berupa truk, dan bahkan keduanya (mobil dan truk). Sedangkan Kecamatan Banyumanik hanya menggunakan 1 jenis, yaitu mobil.
 - Fungsi moda transportasi dalam kegiatan usaha
Dari hasil kuesioner didapatkan bahwa 100% sampel minimarket di Kecamatan Tembalang, Kecamatan Banyumanik, dan Kecamatan Pedurungan menyatakan bahwa fungsi moda transportasi hanya digunakan untuk mengangkut barang dagangan dari pabrik ke minimarket. Tidak terdapat sampel minimarket yang menggunakan moda transportasi untuk mendistribusikan produk usaha sampai ke konsumen.
Proporsi sampel minimarket yang paling tinggi yang menggunakan moda transportasi sebagai alat angkut barang dari pabrik ke minimarket adalah Kecamatan Pedurungan. Sedangkan sampel minimarket di Kecamatan Tembalang dan Kecamatan Banyumanik memiliki proporsi yang hampir sama.
 - Jumlah pergerakan moda transportasi beroperasi
Dari hasil kuesioner diketahui jumlah pergerakan moda

transportasi dengan prosentase paling besar adalah dengan jumlah pergerakan 4 kali dalam seminggu, yaitu sekitar 75% dari keseluruhan sampel. Kemudian terdapat sampel minimarket sekitar 7% yang menyebutkan bahwa jumlah pergerakan 3 hingga 5 kali dalam sehari. Jumlah pergerakan tersebut memiliki intensitas paling tinggi.

- c. Lokasi terhadap pusat permukiman, pusat kota, dan konektivitas antarmoda

- Konektivitas antarmoda

Lokasi minimarket akan mempengaruhi kemudahan moda transportasi dalam melakukan proses distribusi. Kemudahan antarmoda tersebut dapat ditunjukkan dengan keterhubungan/konektivitas moda transportasi dalam pergerakannya. 100% sampel minimarket di Kecamatan Tembalang, Kecamatan Banyumanik, dan Kecamatan Pedurungan menyatakan lokasi ruang usaha tersebut sudah dapat terkoneksi dengan baik.

Komparasi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Ruang Usaha Berdasarkan Preferensi dan Persepsi Ruang Usaha

Faktor-faktor yang memengaruhi ruang usaha lebih dititik beratkan pada moda transportasi dan persaingan usaha. Terdapat perbedaan mencolok antara toko/warung dan minimarket dalam menggunakan moda transportasi. Toko/warung menggunakan mobil dan motor untuk mendukung penjualan ataupun membeli barang dagangan. Akan tetapi, minimarket menggunakan mobil dan truk untuk mengangkut barang dagangan ke pabrik ataupun mengantarkan barang ke konsumen.

Dalam meningkatkan pelayanan, toko/warung lebih mengandalkan

strategi meningkatkan pelayanan ke konsumen. Sedangkan minimarket memiliki banyak strategi, yaitu meningkatkan pelayanan, kelengkapan barang, menggencarkan promosi. Sedangkan pertimbangan pelaku dalam memilih lokasi toko/warung dan minimarket adalah sama, yaitu berdasarkan kestrategisan lokasi dan mendekati konsumen. Begitu juga dengan konektivitas antar moda. Berdasarkan pengakuan pelaku usaha, moda transportasi di Semarang telah terkoneksi.

Tabel 2
Komparasi Karakteristik
Toko/Warung dengan Minimarket

Variabel	Toko/Warung	Minimarket
Jenis Usaha		
Lokasi Terhadap Kestrategisan Ruang		
a. Pertimbangan pelaku usaha memilih ruang usaha	Lokasinya strategis dan mendekati konsumen	Lokasinya strategis dan mendekati konsumen
b. Cara mensiasati persaingan antar usaha sejenis	Meningkatkan pelayanan kepada konsumen	Meningkatkan pelayanan, kelengkapan barang, menggencarkan promosi
Ketersediaan dan Kemudahan Moda Transportasi		
c. Moda transportasi yang mendukung proses distribusi dan penjualan	Mayoritas menggunakan sepeda motor. Beberapa menggunakan mobil dan motor	Mayoritas menggunakan motor dan truk. Beberapa menggunakan mobil dan truk
d. Fungsi moda transportasi	Hanya untuk mengangkut barang dagangan dari pabrik ke toko/warung	Mengangkut barang dagangan dari pabrik ke toko/warung (khusus pada minimarket di lokasi tertentu, moda transportasi

Variabel Jenis Usaha	Toko/Warung	Minimarket
Lokasi Terhadap Kestrategisan Ruang		
a. Pertimbangan pelaku usaha memilih ruang usaha	Lokasinya strategis dan mendekati konsumen	Lokasinya strategis dan mendekati konsumen
b. Cara mensiasati persaingan antar usaha sejenis	Meningkatkan pelayanan kepada konsumen	Meningkatkan pelayanan, kelengkapan barang, mengencarkan promosi
Ketersediaan dan Kemudahan Moda Transportasi		
		ada yang dimanfaatkan untuk mendistribusikan produk usaha sampai ke konsumen/delivery order)
e. Jumlah pergerakan moda transportasi beroperasi	Mayoritas 4 kali dalam seminggu	Mayoritas 4 kali dalam seminggu
Lokasi Terhadap Pusat Permukiman, Pusat Kota, dan Konektivitas Antar Moda		
f. Konektivitas Antar Moda	Terkoneksi	Terkoneksi

Sumber : Analisis Peneliti, 2014

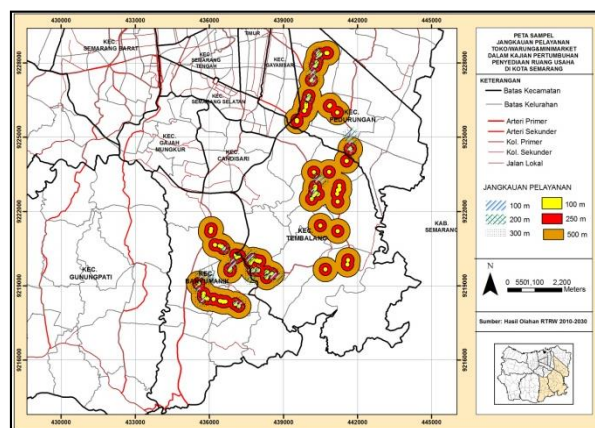
Analisis Jangkauan Pelayanan Ruang Usaha (Toko/Warung dan Minimarket)

Berdasarkan analisis ini, dapat teridentifikasi bahwa persebaran minimarket berada disekitar toko/warung. Berdasarkan standar ataupun kondisi eksisting, jangkauan pelayanan minimarket lebih luas dibandingkan toko/warung. Lokasi yang berdekatan dapat teridentifikasi dari jarak antara minimarket dan toko/warung. Jarak antara kedua ruang usaha tersebut sangat rapat, bahkan terdapat minimarket dan toko/warung yang tumpang tindih. Jarak terdekat

antara minimarket dan toko/warung adalah 100 meter. Kecenderungan pola yang terjadi, pemilihan lokasi minimarket mendekati toko/warung.

Kecamatan Banyumanik menjadi salah satu wilayah dengan persebaran minimarket yang mendekati lokasi toko/warung. Persebarannya sangat rapat, baik persebaran antar minimarket, maupun minimarket dan toko/warung. Jarak terdekat antar minimarket adalah 50 meter, sedangkan jarak terdekat antara minimarket dan toko/warung adalah 95 meter. Jangkauan pelayanan toko/warung berada di dalam jangkauan pelayanan minimarket. Bahkan jangkauan pelayanan mini market lebih luas. Hal tersebut disebabkan dalam satu spot terdapat lebih dari dua minimarket.

Kecamatan Tembalang memiliki karaktersitik berbeda, lokasi minimarket dalam wilayah ini tidak hanya tumpang tindih dengan toko/warung, akan tetapi, pertumbuhannya juga berada di wilayah yang tidak mampu dijangkau oleh toko/warung. Jarak antara toko/warung dengan minimarket terdekat adalah 40 meter, sedangkan jarak antara toko/warung dengan minimarket terjauh adalah 3 kilometer.



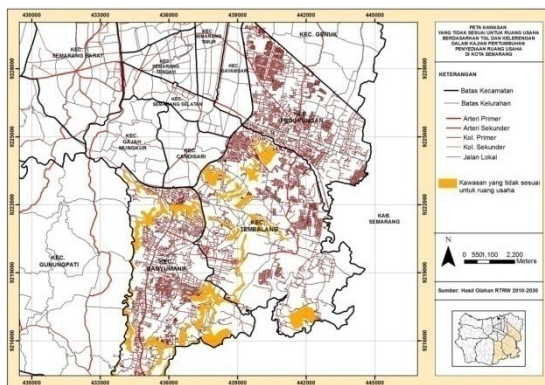
Sumber : Analisis Peneliti, 2014

Gambar 1
Peta Jangkauan Pelayanan
Toko/Warung dan Minimarket

Pola persebaran toko/warung dan minimarket di Kecamatan Pedurungan mirip dengan Kecamatan Banyumanik. Persebaran lokasi minimarket mendekati kawasan pertokoan. Dalam satu spot juga terdapat minimarket yang tumpang tindih dan juga terdapat minimarket dan toko/warung yang tumpang tindih. Jarak terdekat antara minimarket dan toko/warung adalah 45 meter, sedangkan jarak terdekat antar minimarket adalah 12 meter.

Analisis Kawasan yang Tidak Sesuai Untuk Ruang Usaha

Berdasarkan hasil penggabungan (merge) tata guna lahan dan kelerengan, maka didapat kesesuaian ruang usaha. Ruang usaha tidak diperbolehkan pada kawasan yang teridentifikasi sebagai kawasan lindung dan kelerengan $\geq 15\%$.



Sumber : Analisis Peneliti, 2014

Gambar 2
Peta Kawasan yang Tidak Sesuai untuk Ruang Usaha Berdasarkan Tata Guna Lahan dan Kelerengan

Kecamatan Banyumanik yang tidak diperbolehkan untuk ruang usaha, antara lain Tinjomoyo, Srandol Kulon, Ngesrep, Jabungan, Gedawang, Pudak Payung, dan Banyumanik. Sedangkan Kecamatan Tembalang yang tidak diperbolehkan untuk ruang usaha, antara lain Tandang, Sendangguwo, Jangli, Tembalang, Sambiroto, Bulusan,

Mangunharjo, Kramas, dan Kedungmundu. Sedangkan Kecamatan Pedurungan, seluruh kawasannya diperbolehkan untuk ruang usaha.

Analisis Koefisien Dasar Bangunan (KDB) Dan Koefisien Lantai Bangunan (KLB)

Analisis KDB dan KLB yang dilakukan adalah di Kecamatan Tembalang, Kecamatan Banyumanik, dan Kecamatan Pedurungan. Perhitungan tersebut dilakukan dengan cara membagi tiap kecamatan menjadi kawasan sesuai dengan kelas topografinya. Kecamatan Tembalang dan Kecamatan Banyumanik memiliki 2 kelompok kelas kelerengan yaitu 0% – 5% dan kelerengan > 5%, sedangkan Kecamatan Pedurungan memiliki 1 jenis kelerengan yaitu 0% – 5%. Lebih jelasnya, berikut akan disajikan tabel hasil perhitungan KDB dan KLB di ketiga kecamatan tersebut.

Tabel 3
Hasil Perhitungan KDB dan KLB

KDB/KLB	Kecamatan Tembalang		Kecamatan Banyumanik		Kec. Pedurungan
	Kelerengank 0%-5%	Kelerengank >5%	Kelerengank 0%-5%	Kelerengank >5%	Kelerengank 0%-5%
KDB	80%	80%	90%	90%	90%
KLB	Maksimal 6 lantai (24 meter)	Maksimal 6 lantai (24 meter)	Maksimal 6 lantai (24 meter)	Maksimal 6 lantai (24 meter)	Maksimal 6 lantai (24 meter)

Sumber: Analisis Peneliti, 2014

Hasil analisis yang didapatkan pada tiga kecamatan tersebut menunjukkan bahwa KDB yang dihasilkan untuk tiap kawasan yang ada di masing-masing kecamatan berkisar 80%-90% dari total luas kawasan, sedangkan untuk ketinggian bangunan masing-masing kawasan memiliki

maksimal ketinggian bangunan yang sama yaitu 6 lantai atau 24 meter.

Analisis Kebijakan untuk Mengawasi dan Mengendalikan Kebutuhan dan Pertumbuhan Ruang Usaha

Analisis kebijakan ini bertujuan untuk melihat kesesuaian antara pertumbuhan ruang usaha saat ini dengan kebijakan-kebijakan yang terkait dengan ruang usaha tersebut. Adanya kebijakan mengenai ruang usaha tersebut adalah untuk mengawasi dan mengendalikan kebutuhan dan pertumbuhan ruang usaha di Kota Semarang. Dalam hal ini yang akan dijadikan sebagai objek kajian adalah toko dan minimarket yang ada di Kecamatan Tembalang, Kecamatan Banyumanik, dan Kecamatan Pedurungan. Analisis kebijakan pengawasan dan pengendalian ini melalui kegiatan pendataan, pemantauan, pelaporan, dan evaluasi. Analisa kebijakan ini mempertimbangkan segala kebijakan yang terkait dengan pertumbuhan ruang usaha, terutama Peraturan Walikota Semarang Nomor 5 Tahun 2013 tentang Penataan Toko Modern Minimarket di Kota Semarang dan Peraturan Daerah Kota Semarang Nomor 20 Tahun 2011 tentang Ijin Gangguan.

a. Pendataan

Pendataan sebagai tahapan awal untuk mengetahui titik-titik pertumbuhan ruang usaha. Dengan begitu pemangku kepentingan dapat mengambil kebijakan yang melindungi keberadaan toko/warung. Ketetapan dan prasyarat yang harus diaati oleh pemilik toko modern. Pendataan terhadap toko/warung meliputi lokasi usaha, omset, jenis produk dagangan, dan penggunaan lahan disekitarnya.

Pendataan dapat melibatkan Ketua RT/RW, pihak kelurahan, dan pihak kecamatan. Kemudian pihak kecamatan melaporkan kepada BPPT dan Dinas Perindustrian dan Perdagangan. Kedua lembaga tersebut berkoordinasi untuk membuat basis data tentang pertumbuhan toko/warung di Kota Semarang.

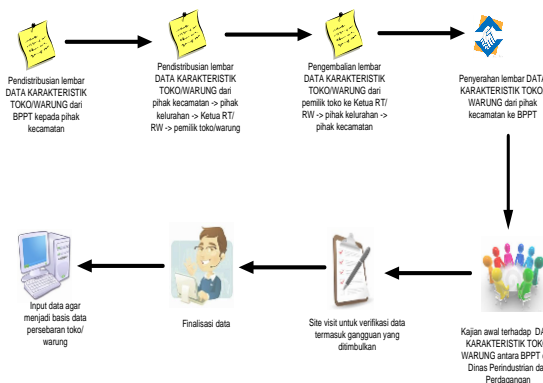
Dalam penelitian ini juga memberikan arahan pendataan yang melibatkan berbagai pemangku kepentingan. Lembar "Data Karakteristik Toko/Warung" didistribusikan kepada pemilik toko/warung melalui pihak kecamatan, pihak kelurahan, dan ketua RT/RW. Hasil dari data tersebut diserahkan kepada BPPT dan kemudian BPPT mengadakan koordinasi dengan Dinas Perindustrian dan Perdagangan. Data yang telah mereka dapatkan dikaji terlebih dahulu. Kemudian mereka mengadakan *site visit* untuk verifikasi ulang data tersebut sekaligus melakukan pengecekan terhadap gangguan usaha. Data-data tersebut difinalisasi dan kemudian dimasukkan ke dalam basis data.

Berdasarkan hasil survei primer yang dilakukan, perusahaan yang menjadi obyek kajian adalah P.T. Indomaret dan P.T. Alfamart yang termasuk dalam jenis usaha waralaba/*franchise*. Secara hukum, perusahaan tersebut sudah melakukan pendaftaran ijin usaha. Akan tetapi, prosedur pendataan minimarket perlu diperbaharui untuk melindungi pertumbuhan toko/warung. Selain itu, ijin mendirikan minimarket juga perlu mempertimbangkan basis data toko/warung yang telah dibuat.

Basis data toko/warung dan minimarket perlu dipublikasikan dan dapat diakses oleh berbagai pemangku kepentingan termasuk pengusaha dan masyarakat. Sekaligus sebagai dasar BPPT

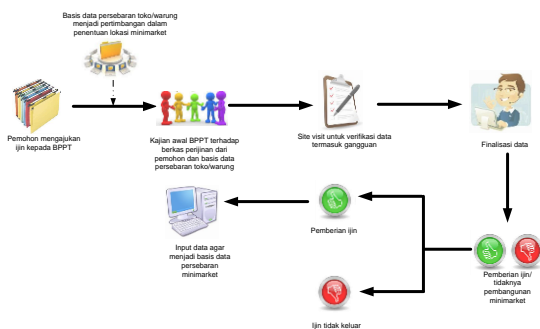
untuk memberikan izin pendirian minimarket.

Pemberian izin untuk pembangunan minimarket baru perlu direvisi. Pemberian izin juga harus mempertimbangkan basis data persebaran ruang usaha. BPPT perlu *site visit* untuk melakukan pengecekan langsung kondisi dilapangan, termasuk gangguan yang ditimbulkan. Tahap selanjutnya BPPT finalisasi data dan kajian. Tahap terakhir adalah BPPT mengeluarkan izin/tidak mendirikan minimarket.



Sumber : Analisis Peneliti, 2014

Gambar 3
Arahan Pendataan Persebaran Toko/Warung



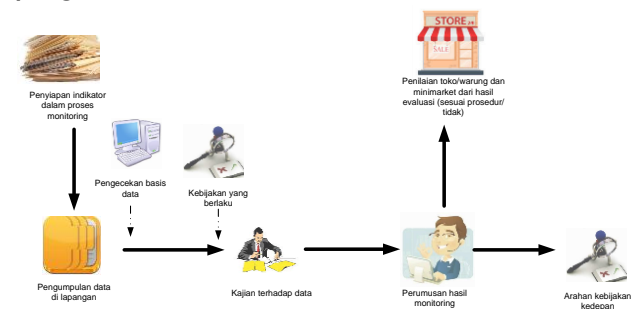
Sumber : Analisis Peneliti, 2014

Gambar 4
Arahan Pendataan Persebaran Minimarket

b. Pemantauan (*monitoring*)

Pemantauan atau *monitoring* sebagai kegiatan untuk mengawasi atau

memantau proses dan perkembangan ruang usaha. Fokus *monitoring* untuk mendapatkan informasi terbaru mengenai pertumbuhan ruang usaha. *Monitoring* terhadap ruang usaha merupakan rangkaian proses dari penataan terhadap ruang usaha. Tujuan dari *monitoring* tersebut adalah mengetahui apakah pertumbuhan ruang usaha sesuai dengan kebijakan yang telah ada dan pendataan awal. *Monitoring* juga bertujuan untuk mengidentifikasi hambatan yang ada dalam aplikasi kebijakan. *Monitoring* lebih menekankan pada pemantauan. Tim *monitoring*, dalam hal ini BPPT dan instansi terkait dapat memberikan saran. Hasil *monitoring* dapat digunakan sebagai umpan balik untuk pengendalian sekaligus penyempurnaan kebijakan yang ada.



Sumber : Analisis Peneliti, 2014

Gambar 5
Arahan Proses Monitoring

c. Pelaporan

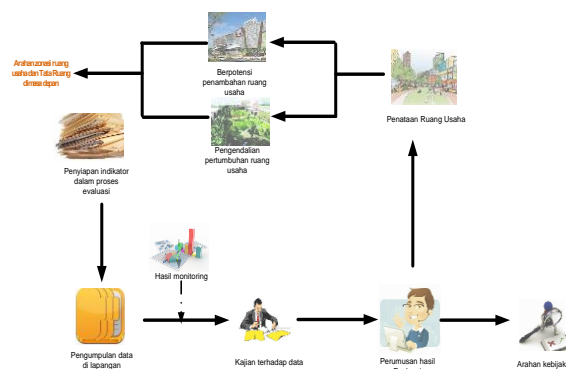
Pelaporan dilakukan di saat adanya pelanggaran yang terjadi di lapangan, seperti berdasarkan Perda Kota Semarang Nomor 6 tahun 2009 tentang Surat Izin Usaha Perdagangan dimana adanya kewajiban bagi semua usaha baik usaha kecil atau mikro, menengah dan besar untuk membuat izin usaha. Dalam peraturan daerah ini dijelaskan bahwa ciri-ciri usaha kecil/mikro tersebut sama dengan ciri-ciri toko-toko kecil yang ada di sekitar permukiman. Pada kondisi eksistingnya mayoritas toko-toko kecil

yang ada di Kecamatan Pedurungan, Banyumanik, dan Tembalang tidak memiliki ijin usaha.

Pelaporan dalam hal ini juga dimaksudkan untuk mewujudkan akuntabilitas antar instansi atau lembaga yang berwenang dalam penataan ruang usaha. Basis data dan hasil monitoring yang dilakukan oleh BPPT ini sebaiknya dipublikasikan dan dapat diakses oleh instansi terkait. Dengan begitu instansi atau lembaga lainnya dapat mengetahui pertumbuhan ruang usaha di Kota Semarang. Hal tersebut juga bertujuan agar program atau kebijakan dari instansi atau lembaga lainnya juga lebih terkoneksi.

d. Evaluasi

Tahapan evaluasi merupakan kelanjutan dari tahapan *monitoring*. Apabila *monitoring* dilakukan untuk menilai kesesuaian dari toko/warung dan minimarket tersebut, maka evaluasi ini lebih menilai zonasi toko/warung dan minimarket terhadap tata ruang. Indikator dalam tahapan evaluasi berbeda dengan indikator dalam *monitoring*. Evaluasi sebaiknya dilakukan satu tahun sekali. Tujuan dari evaluasi ini adalah penataan ruang usaha yang outputnya terdiri atas dua keputusan, yaitu 1. zonasi tersebut diarahkan untuk pengendalian ruang usaha atau 2. Zonasi tersebut berpotensi penambahan ruang usaha. Hasil dari evaluasi ini tentunya tidak hanya memperbaharui zonasi ruang usaha tetapi juga pola ruang Kota Semarang.



Sumber : Analisis Peneliti, 2014

Gambar 6
Arahan Proses Evaluasi

Kesimpulan

Perkembangan ruang usaha di Kota Semarang menunjukkan peningkatan yang cukup tinggi. Selain perkembangan dari segi jumlah, juga terjadi perkembangan dari segi jenis ruang usaha. Pada saat ini, jenis ruang usaha yang menunjukkan perkembangan pesat adalah pasar modern, yakni minimarket dan pertokoan. Kecamatan Tembalang merupakan wilayah yang paling banyak terdapat usaha pertokoan dan minimarket dengan jumlah 109 unit. Kecamatan lainnya adalah Pedurungan sebesar 99 unit dan Banyumanik sebesar 74 unit.

1. Terdapat perbedaan karakteristik profil usaha antara minimarket dan pertokoan. Minimarket lebih bersifat waralaba; sedangkan pertokoan bersifat non waralaba. Dalam hal kepemilikan, pertokoan bersifat perorangan, sebaliknya untuk minimarket berbentuk Perusahaan Terbatas (PT). Untuk omset penjualan minimarket rata-rata Rp30.000.000,- (tiga puluh juta) perbulan dengan rata rata pembeli sebanyak 100 orang perhari; sementara pertokoan hanya Rp3.000.000,- (tiga juta) perbulan dengan rata-rata pembeli 50 orang perhari. Terkait perizinan banyak

- pertokoan yang tidak memiliki izin karena merupakan usaha rumah tangga dengan modal kurang dari Rp10.000.000,-; sementara untuk minimarket sebagian besar telah memiliki izin.
2. Berdasarkan hasil survei lapangan terutama di Kecamatan Tembalang, Kecamatan Banyumanik, dan Kecamatan Pedurungan, dari segi jumlah keberadaan minimarket di tiga kecamatan tersebut sangat dominan dibanding toko/warung. Selain itu, jarak antar minimarket sangat berdekatan (kurang dari 500 meter). Sehingga jangkauan pelayanan antar minimarket sejenis/tidak sejenis dan juga jangkauan minimarket terhadap toko/warung dapat dikatakan saling *overlapped*. Padahal mengacu pada Peraturan Walikota Semarang Nomor 5 Tahun 2013 tentang Penataan Toko Modern Minimarket di Kota Semarang disebutkan bahwa lokasi pendirian toko modern mengacu pada rencana Tata Ruang yang berlaku. Pendirian toko modern minimarket harus memenuhi ketentuan (1) Jarak lokasi pendirian toko modern minimarket paling sedikit 500 meter dari pasar tradisional dan (2) Minimarket boleh berlokasi pada setiap sistem jaringan jalan termasuk sistem jaringan jalan lingkungan pada kawasan pelayanan lingkungan perumahan.
 3. Pertimbangan pelaku usaha dalam memilih lokasi ruang usaha terutama faktor lokasi yang strategis dan dekat konsumen. Karena faktor inilah maka terdapat kecenderungan penumpukan ruang usaha pada lokasi-lokasi tertentu yang dianggap memenuhi kriteria tersebut. Dari hasil survei di tiga kecamatan yaitu Tembalang,

Pedurungan dan Banyumanik menunjukkan terdapatnya fenomena penumpukan pertokoan dan minimarket pada lokasi-lokasi strategis dan mendekati konsumen seperti menumpuknya minimarket dan pertokoan yang menjamur di sekitar kampus Universitas Diponegoro di wilayah Tembalang. Fenomena yang sama dijumpai menumpuknya pertokoan dan minimarket di wilayah Banyumanik.

4. Kebijakan pemerintah terkait pendirian ruang usaha sudah diatur dalam Peraturan Walikota Semarang Nomor 5 Tahun 2013 tentang Penataan Toko Modern Minimarket di Kota Semarang dan Peraturan Daerah Kota Semarang Nomor 20 Tahun 2011 tentang Ijin Gangguan. Dalam peraturan tersebut diatur upaya pengendalian ruang usaha melalui kegiatan pendataan, monitoring, pelaporan dan evaluasi. Pendataan sebagai tahapan awal untuk mengetahui titik-titik pertumbuhan ruang usaha. Dengan begitu pemangku kepentingan dapat mengambil kebijakan yang melindungi keberadaan toko/warung yang sudah ada. *Monitoring* terhadap ruang usaha merupakan rangkaian proses dari penataan terhadap ruang usaha. Tujuan dari *monitoring* tersebut adalah mengetahui apakah pertumbuhan ruang usaha sesuai dengan kebijakan yang telah ada dan pendataan awal. Pelaporan dilakukan di saat adanya pelanggaran yang terjadi di lapangan. Berdasarkan kondisi di lapangan, Pemerintah Kota Semarang belum memiliki lembaga/instansi yang mengani ruang usaha yang tumbuh tanpa pengawasan dan pendataan. Masih terdapat kerancuan instansi/lembaga yang menangani hal

tersebut. Tidak optimalnya upaya pendataan sampai evaluasi itulah merupakan salah satu faktor yang menyebabkan pertumbuhan ruang usaha menjadi tidak terkendali dan kurang tertata dengan baik. Selain ditinjau dari aspek penataan ruang, maka terindikasi bahwa beberapa lokasi pendirian ruang usaha tidak sesuai dengan rencana tata ruang (RTRW) yang sudah ditetapkan oleh Pemerintah Kota Semarang.

Rekomendasi

Arahan kebijakan untuk mengawasi dan mengendalikan kebutuhan dan pertumbuhan ruang usaha di Kota Semarang, adalah sebagai berikut.

1. Perlindungan terhadap toko/warung yang sudah berdiri relatif belum optimal. Peraturan yang ada belum dapat melindungi hak pelaku usaha toko/warung. Dalam penelitian ini menstrukturkan tahapan penataan ruang usaha menjadi empat, yaitu pendataan, pemantauan (monitoring), pelaporan, dan evaluasi.
2. Selalu melakukan pembaharuan kegiatan pendataan sebagai tahapan awal untuk mengetahui titik-titik pertumbuhan ruang usaha. Dengan begitu pemangku kepentingan dapat mengambil kebijakan yang melindungi keberadaan toko/warung. Prosedur pendataan minimarket perlu diperbaharui untuk melindungi pertumbuhan toko/warung. Selain itu, ijin mendirikan minimarket juga perlu mempertimbangkan basis data toko/warung yang telah dibuat.
3. Pemantauan atau *monitoring* sebagai kegiatan untuk mengawasi atau memantau proses dan perkembangan ruang usaha. Fokus *monitoring* untuk mendapatkan informasi terbaru mengenai

pertumbuhan ruang usaha. *Monitoring* terhadap ruang usaha merupakan rangkaian proses dari penataan terhadap ruang usaha. Tujuan dari *monitoring* tersebut adalah mengetahui apakah pertumbuhan ruang usaha sesuai dengan kebijakan yang telah ada dan pendataan awal.

4. Pelaporan dalam hal ini juga dimaksudkan untuk mewujudkan akuntabilitas antar instansi atau lembaga yang berwenang dalam penataan ruang usaha. Basis data dan hasil *monitoring* yang dilakukan oleh BPPT ini sebaiknya dipublikasikan dan dapat diakses oleh instansi terkait. Dengan begitu instansi atau lembaga lainnya dapat mengetahui pertumbuhan ruang usaha di Kota Semarang.
5. Apabila monitoring dilakukan untuk menilai kesesuaian dari toko/warung dan minimarket tersebut, maka evaluasi ini lebih menilai zonasi toko/warung dan minimarket terhadap tata ruang. Indikator dalam tahapan evaluasi berbeda dengan indikator dalam monitoring. Evaluasi sebaiknya dilakukan satu tahun sekali. Tujuan dari evaluasi ini adalah penataan ruang usaha yang outputnya terdiri atas dua keputusan, yaitu 1. Zonasi tersebut diarahkan untuk pengendalian ruang usaha atau 2. Zonasi tersebut berpotensi penambahan ruang usaha. Hasil dari evaluasi ini tentunya tidak hanya memperbaharui zonasi ruang usaha tetapi juga pola ruang Kota Semarang.

Agar pemanfaatan ruang usaha sesuai dengan Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) yang sudah ditetapkan oleh Pemerintah Kota Semarang, maka mengacu pada peraturan perundangan di bidang tata ruang perlu diberikan

insentif dan dis-insentif bagi para pelaku usaha. Insentif yang diberikan berupa keringanan pajak, kemudahan perizinan dan penghargaan bagi pelaku usaha yang sejalan dengan RTRW. Sementara untuk dis-insentif dapat dilakukan melalui pengenaan pajak yang tinggi dan pembatasan infrastruktur. terhadap Hal lain yang perlu dilakukan adalah pemberian sanksi yang lebih tegas bagi pelaku usaha yang terbukti melakukan pelanggaran terhadap pemanfaatan ruang di Kota Semarang. Misalnya dengan melakukan pembongkaran terhadap pendirian ruang usaha yang telah terbukti melanggar rencana tata ruang (RTRW) yang sudah ditetapkan oleh Pemerintah Kota Semarang.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. 2011. *Semarang, Kota Perdagangan dan Jasa :Mencari “Emas” di Kawasan Petawangi*. <http://suaramerdeka.com>. (diunduh tanggal 18 Juli 2014).
- Fitriyana, Freska. 2012. *Peran Komunitas dalam Pengembangan Kota Kreatif, Studi Kasus: Identifikasi Kekuatan Kolaboratif*. Tesis Program Magister. Institut Teknologi Bandung.
- Henderson, Steven R. 2011. “City Centre Retail Development in England: Land Assembly and Business Experiences of Area Change Process”. *Geoforum*. 42 : 592-602.
- Khatimah, Husnul. 2013. *Kajian Kesesuaian Pembangunan Ruko Terhadap Kebutuhan Pasar di Kota Mataram*. Tesis Magister Pembangunan Wilayah dan Kota. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo
- Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor 256/MPP/Kep/1997 tentang Ketentuan Tata Cara Pemberian Izin Usaha Industri, Izin Perluasan dan Tanda Daftar Usaha.
- Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor 12/MPP/Kep/1998 tentang Penyelenggaraan Wajib Daftar Perusahaan.
- Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor 585/MPP/Kep/10/1999 tentang Perubahan Atas Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 253/MPP/Kep/6/1999 tentang Lembaga Pembinaan Terpadu Industri Kecil dan Dagang Kecil (LPT-INDAK).
- Morley, Stuart, et.al. 2005. *Industrial and Business Space Development*. USA: E & F.N. Spon
- Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.
- Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 53 Tahun 2008 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.

- | | |
|---|--|
| <p>Peraturan Pemerintah RI Nomor 45 Tahun 2008 tentang Pedoman Pemberian Insentif dan Pemberian Kemudahan Penanaman Modal di Daerah</p> <p>Peraturan Walikota Semarang Nomor 53 Tahun 2008 tentang Penjabaran Tugas dan Fungsi Badan Pelayanan Perijinan Terpadu Kota Semarang.</p> <p>Peraturan Daerah Kota Semarang Nomor 6 Tahun 2009 tentang Surat Izin Usaha Perdagangan.</p> <p>Peraturan Menteri Perindustrian Nomor 05 Tahun 2009 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Perindustrian Nomor 66 Tahun 2008 Mengenai Pelimpahan Kewenangan Pemberian Izin Perluasan dalam Rangka Penanaman Modal.</p> <p>Peraturan Menteri Perindustrian Nomor 147 Tahun 2009 tentang Pendelegasian Kewenangan Pemberian Izin Usaha Industri, Izin Perluasan, Izin Usaha Kawasan Industri dan Izin Perluasan Kawasan Industri dalam Rangka Pelayanan Terpadu Satu Pintu (PTSP) kepada Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal.</p> <p>Peraturan Pemerintah RI Nomor 5 Tahun 2010 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional Tahun 2010-2014.</p> <p>Peraturan Daerah Kota Semarang Nomor 20 Tahun 2011 tentang Izin Gangguan.</p> <p>Peraturan Walikota Nomor 5 Tahun 2013 tentang Penataan Toko</p> | <p>Modern Minimarket Kota Semarang.</p> <p>Simbolon, HotnidaYusnani. 2009. Penggunaan Ruang oleh Pelaku Usaha Berbasis Rumah Tangga (HBE) di Kecamatan Semarang Timur. <i>Tugas Akhir Jurusan Perencanaan Wilayah dan Kota</i>. Semarang: Universitas Diponegoro.</p> <p>..... 2010. Masterplan Pengembangan Pola Perpasaran Kota Semarang. Bappeda Kota Semarang.</p> <p>Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal.</p> |
|---|--|

