

# KAJIAN LOKASI MINIMARKET TERHADAP PERATURAN DAERAH KOTA BEKASI NO. 7 / 2012 TENTANG PENATAAN TOKO MODERN

*by* Liza Medina

---

**Submission date:** 04-Oct-2022 01:49PM (UTC+0700)

**Submission ID:** 1916249288

**File name:** DAERAH\_KOTA\_BEKASI\_NO.\_7\_\_2012\_TENTANG\_PENATAAN\_TOKO\_MODERN.pdf (623.9K)

**Word count:** 3322

**Character count:** 21524

## KAJIAN LOKASI *MINIMARKET* TERHADAP PERATURAN DAERAH KOTA BEKASI NO. 7 / 2012 TENTANG PENATAAN TOKO MODERN

Liza Medina Novianri<sup>1</sup> dan Parino Raharjo<sup>2</sup>

5  
<sup>1</sup>Jurusan Teknik Perencanaan Wilayah Kota, Universitas Tarumanagara, Jl. Jend S. Parman No.1 Jakarta 11440  
Email: lizamn01@yahoo.com

5  
<sup>2</sup>Jurusan Teknik Perencanaan Wilayah Kota, Universitas Tarumanagara, Jl. Jend S. Parman No.1 Jakarta 11440  
Email: parinor19@gmail.com

### ABSTRAK

Perkembangan Minimarket (*Convenience Store*) di Kota Bekasi pesat demikain juga dengan lokasi yang tersebar di seluruh kelurahan di Wilayah Kota Bekasi, baik secara jenis waralaba, lokasi, dan waktu pelayanannya. Akibat dari perkembangan ini terjadinya Minimarket yang tidak mempunyai izin beroperasi dan terjadinya penyimpangan peraturan tentang kedekatan antar Minimarket, sehingga memberikan dampak positif maupun negative untuk lingkungan. Berdasarkan latarbelakang ini bertujuan untuk melakukan evaluasi peraturan daerah Kota Bekasi no.7 tahun 2012. Untuk memperoleh itu, maka dilakukan analisis dengan menggunakan beberapa alat analisis seperti deskriptif, analisis tetangga terdekat (*Nearest Neighbour Analysis*), *Buffering* dan *Overlay (GIS)*, *Crosstab*, *IPA (Importance Perfomance Analysis)*. Sehingga hasil yang didapat menjawab penelitian ini yaitu, perkembangan Minimarket mendominasi pada kelas jalan kolektor sekunder dengan lingkungan perumahan kelas menengah keatas dan dengan kepadatan penduduk 125-165 jiwa/ha, perkembangan ini membentuk pola mengelompok/Cluster, jangkauan pelayanan Minimarket dalam radius 500 m dapat melayani penduduk kurang lebih 5.000-10.000 penduduk, masyarakat sebagai konsumen dari Minimarket mayoritas dengan pendapatan ekonomi menengah keatas, sebgaiannya besar masyarakat setuju dengan adanya Peraturan Pemerintah Daerah Kota Bekasi tentang penataan Minimarket, ketidaksesuaian peraturan dengan kondisi dilapangan cukup besar pada komponen jarak antar Minimarket dengan ketidaksesuaian sebesar 43,6%. Hasil penelitian ini sebagai saran untuk pemerintah sebagai bahan evaluasi penataan dan perizinan Minimarket dan penelitian selanjutnya.

**Kata Kunci:** *Minimarket, Convenience store, Lokasi, Jangkauan Pelayanan, Kesesuaian, Distribusi Minimarket, Persepsi dan Preferensi*

### 1. PENDAHULUAN

Kota Bekasi menjadi salah satu Kota yang mempunyai perkembangan Minimarket yang pesat, seperti Alfamart, Indomart, Ceria Mart, dan lain-lain. Hal ini terbukti tercatat 500 unit Minimarket (*Convenience store*) berdiri dan beroperasi di Kota Bekasi sepanjang tahun 2014. Dari pesatnya pertumbuhan jumlah Minimarket muncul lah peraturan yang dikeluarkan oleh Pemerintah Kota Bekasi yaitu Perda nomor 07 tahun 2012 tentang penataan dan pembinaan pusat perbelanjaan dan toko modern, yang menegaskan tentang jarak lokasi antar Minimarket dan pasar tradisional.menjadikan pertumbuhan jumlah Minimarket dan menyebabkan terjadilah persaingan yang sangat kuat. Persaingan tidak hanya terjadinya juga persaingan antar Minimarket, tetapi juga menimbulkan dampak yang akan terjadi adalah secara perlahan akan mengganggu keberlanjutan perdagangan dari pasar tradisional dan toko kecil yang ada disekitar Minimarket. Persaingan Minimarket terjadi dengan semakin banyaknya Minimarket dengan jarak yang dekat atau berdekatan. Minimarket dapat terlihat jelas letak atau lokasi antar Minimarket yang bersebelahan, letak yang bersebrangan, dan letak yang jaraknya dipisahkan oleh beberapa rumah.

17

Untuk memberikan pembahasan yang jelas tentang penelitian yang akan dilakukan, maka penulis mengemukakan permasalahan, yakni terjadinya Minimarket tidak mempunyai izin beroperasi dan penyimpangan peraturan pemerintah sehingga Minimarket (Convenience store) yang lokasinya berdekatan dengan pasar tradisional dan antar Minimarket yang akan memberikan dampak. Dampak positif dan negatif tergantung pada warga masyarakat sebagai konsumen dan warga yang tinggal disekitar lokasi Minimarket, lebih lanjut dilihat dari persepsi dan preferensi masyarakat tentang kehadiran Minimarket. Letak antara Minimarket dengan kurang dari 500 meter, tidak sesuai dengan perda peraturan daerah Kota Bekasi no.7 tahun 2012.

27

9 Berdasarkan dari perumusan masalah tersebut, penelitian ini bertujuan untuk melakukan evaluasi peraturan daerah Kota Bekasi no.7 tahun 2012 yang akan dijabarkan menjadi beberapa tahap, yakni sebagai berikut:

1. Mengetahui karakteristik lokasi dan pola distribusi suatu Minimarket
2. Mengetahui jangkauan pelayanan serta jumlah penduduk yang dapat terlayani masyarakat oleh suatu Minimarket
3. Mengetahui persepsi dan preferensi masyarakat sekitar tentang lokasi Minimarket dan distribusi Minimarket?
4. Mengetahui peraturan pemerintah dengan kondisi dilapangan?

Lingkup penelitian ini adalah Wilayah yang memiliki jumlah Minimarket yang paling banyak diantara wilayah yang lainnya, yaitu Wilayah Kecamatan Bekasi Selatan dengan jumlah Minimarket 67 unit.

20

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teori yang dapat mendukung penelitian untuk mengatasi masalah tersebut yakni mengenai definisi toko modern, Convenience Store, peraturan presiden, peraturan kementerian perdagangan, peraturan daerah kota Bekasi, teori kesesuaian, teori lokasi, lokasi Convenience Store, Franchise, faktor yang mempengaruhi konsumen, jangkauan pelayanan, persepsi dan preferensi, sistem informasi geografis (GIS) dan Analisis Tetangga Terdekat (Nearest Neighbor Analysis). Adapun peraturan yang dipakai dalam penelitian ini sebagai acuan utama yaitu Peraturan Daerah Kota Bekasi No. 7 Tahun 2012, yaitu sebagai berikut :

9

19

Peraturan Pemerintah Daerah Kota Bekasi No.7 tahun 2012 pada pasal 2 yang mengatur tentang batasan luas lantai penjualan Toko Modern dan pasal 7 yang mengatur tentang jarak pendirian Toko Modern, adapun peraturannya sebagai berikut:

Batasan luas lantai penjualan toko modern adalah sebagai berikut:

- a. convenience store adalah kurang dari 400 m<sup>2</sup> (empat ratus meter per segi);
- b. supermarket, 400 m<sup>2</sup> (empat ratus meter per segi) sampai dengan 5000 m<sup>2</sup> (lima ribu meter persegi);
- c. hypermarket, diatas 5000 m<sup>2</sup> (lima ribu meter per segi);
- d. department store, diatas 400 m<sup>2</sup> (empat ratus meter per segi);
- e. perkulakan, diatas 5000 m<sup>2</sup> (lima ribu meter per segi).

Jarak Pendirian usaha Pusat Perbelanjaan dan Toko modern sebagaimana dimaksud Pasal 2 ayat (1) dilakukan pengaturan sebagai berikut :

- a. convenience store dengan luas bangunan kurang dari 400 m<sup>2</sup> (empat ratus meter per segi) wajib memenuhi jarak minimal 500 m (0,5 km) dari pasar tradisional dan convenience store lainnya termasuk usaha sejenis lainnya;

- b. supermarket dan departemen store dengan luas bangunan 400 m<sup>2</sup> (empat ratus meter per segi) sampai dengan 5000 m<sup>2</sup> (lima ribu meter per segi) wajib memenuhi jarak minimal 1500 m (1,5 km) dari pasar tradisional;
- c. hypermarket dan perkulakan dengan luas bangunan diatas 5000 m<sup>2</sup> (lima ribu meter per segi) wajib memenuhi jarak minimal 2500 m (2,5 km) dari pasar tradisional.

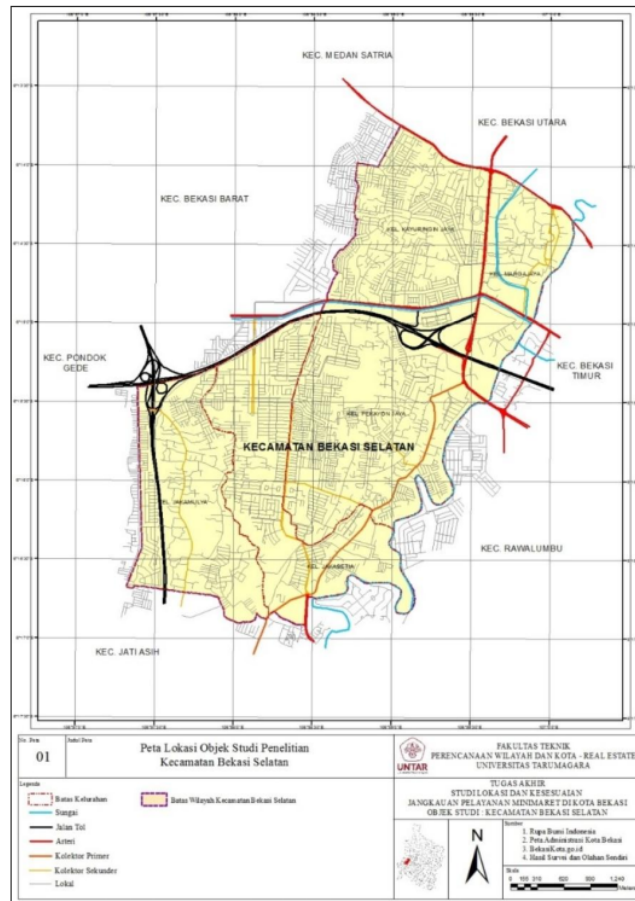
## 23 2. METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini penulis melakukan penelitian dengan beberapa metode analisis dan alat analisis untuk mencapai tujuan penelitian ini, yaitu sebagai berikut: (1) Analisis deskriptif, merupakan analisis yang dilakukan untuk memperoleh suatu gambaran tentang apakah data dapat digunakan sebagai alat analisis. Data ini didapatkan dari hasil survey lapangan dan lain-lain. (2) Buffering, digunakan untuk mengetahui radius area yang terjangkau atau tidak terjangkau, dan mengetahui jumlah penduduk yang termasuk dalam radius yang terlayani. Untuk melakukan buffering ini penulis menggunakan Software GIS. (3) Perbandingan/Overlay, perbandingan atau Overlay ini dilakukan untuk mengetahui kesesuaian antara rencana dengan keadaan eksisting lokasi Convenience store. Untuk melakukan perbandingan/Overlay ini penulis menggunakan Software GIS. (4) Analisis Tentangga Terdekat (Nearest Neighbour Analysis) Analisis Tentangga Terdekat digunakan untuk menjelaskan pola persebaran dari titik-titik lokasi Minimarket dengan menggunakan perhitungan yang mempertimbangkan, jarak, jumlah titik lokasi dan luas wilayah. (5) Crosstab, Crosstab menggunakan program SPSS untuk melihat hubungan antara variable satu dengan yang lainnya mengenai karakteristik masyarakat dengan kehadiran minimarket di sekitar tempat tinggalnya. (6) Importance Performance Analysis (IPA), IPA menggunakan program SPSS untuk melihat persepsi masyarakat mengenai minimarket dan lokasi Minimarket di sekitar tempat tinggalnya.

Dalam penelitian ini penulis melakukan penelitian di Kota Bekasi dengan objek studi Kecamatan Bekasi Selatan sebagai kecamatan yang memiliki jumlah Minimarket terbanyak dibandingkan dengan kecamatan yang lainnya yaitu sebanyak 67 Minimarket. Secara Geografis Kecamatan Bekasi Selatan memiliki batas wilayah, antara lain:

Sebelah Utara : Kecamatan Bekasi Utara  
Sebelah Selatan : Kecamatan Jatiasih  
Sebelah Timur : Kecamatan Bekasi Timur  
Sebelah Barat : Kecamatan Bekasi Barat

Kecamatan Bekasi Selatan memiliki luas sebesar 16,07 km<sup>2</sup> yang terdiri dari 5 Kelurahan. Dapat dilihat pada gambar diatas terdapat 5 Kelurahan di Kecamatan Bekasi Selatan dimana masing-masing Kelurahan memiliki luas yang berbeda. Kelurahan Pekayon jaya sebagai wilayah terluas sebesar 4,25 km<sup>2</sup>, sedangkan Kelurahan Marga Jaya sebagai wilayah yang terkecil yaitu 2,10 km<sup>2</sup>. Kelurahan Kayuringin Jaya memiliki luas lahan sebesar 3,68 km<sup>2</sup>, Kelurahan Jaka Mulya memiliki luas lahan sebesar 2.730 km<sup>2</sup>, dan Kelurahan Jaka Setia memiliki luas 3.300 km<sup>2</sup>.



**Gambar 1 Lokasi Penelitian**

Sumber : bekasikota.bps.go.id dan Hasil Olahan Penulis

### Populasi dan besaran sampel

Pengambilan sampel digunakan untuk mengetahui jumlah sampel yang diambil agar dianggap mewakili keseluruhan populasi. Penelitian ini, dilakukan untuk mengetahui persepsi dan preferensi tentang lokasi Minimarket dan distribusi Minimarket, sehingga dilakukan penyebaran kuisioner kepada penduduk sebagai responden. Untuk menentukan jumlah kuisioner yang akan disebar kepada responden, maka digunakan rumus perhitungan dari Slovin, yaitu :

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

dengan n = jumlah sampel, N = jumlah populasi, e = presentase tingkat kesalahan dalam pengambilan sampel

### Instrumen Analisis:

1. Analisis Karakteristik Lokasi dan Pola Distribusi, bertujuan untuk melihat aksesibilitas menuju lokasi Minimarket, lingkungan sekitar lokasi Minimarket kedekatan dengan

Minimarketlainnya dan kedekatan dengan pasar tradisional. Analisis ini juga bertujuan untuk mengetahui karakteristik lokasi Minimarket dan distribusi lokasi Minimarket.

2. Analisis Jangkauan Pelayanan, bertujuan untuk melihat jangkauan pelayanan yang terlayani dan yang tidak terlayani serta jumlah penduduk yang didapat dilayani oleh Minimarket. Hasil yang didapat dari analisis ini yaitu jangkauan pelayanan. 22
3. Analisis Presepsi dan Preferensi Masyarakat, dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner yang bertujuan untuk mengetahui persepsi dan preferensi masyarakat tentang lokasi dan distribusi Minimarket di lingkungan sekitarnya.
4. Analisis Kesesuaian, bertujuan untuk mengetahui antara rencana dengan kenyataan dilapangan, apakah lokasi Minimarket sesuai atau tidak dengan RTRW dan RDTR Kota Bekasi, dan apakah sesuai dengan peraturan perdagangan yang sudah tercantum pada peraturan daerah Kota Bekasi. 7
5. Analisis Tetangga Terdekat (Nearest Neighbour Analysis), digunakan untuk menjelaskan pola persebaran dari titik-titik lokasi Minimarket dengan menggunakan perhitungan yang mempertimbangkan, jarak, jumlah titik lokasi dan luas wilayah.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan Proyeksi dari Sensus Penduduk 2010, tercatat jumlah penduduk Kec. Bekasi Selatan 111 juta tahun 2014 adalah 221.519 jiwa. Berikut tabel jumlah penduduk Kecamatan Bekasi Selatan berdasarkan jenis kelamin:

**Tabel 1 Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin**

Kelurahan	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
Marga Jaya	8.309	7.811	16.120
Kayuringin Jaya	30.382	30.277	60.659
Jaka Mulya	19.052	19.058	38.110
Jaka Setia	20.492	20.549	41.041
Pekayon Jaya	32.764	32.825	60.659
Jumlah	110.999	110.520	221.519

Sumber : bekasikota.bps.go.id

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat penduduk Kecamatan Bekasi Selatan terdiri dari 110.99 laki-laki dan 110.520 perempuan. Jumlah penduduk terbesar terdapat pada Kelurahan Pekayon Jaya yakni sebesar 60.659 yang terdiri dari 32.764 penduduk berjenis kelamin laki-laki dan 32.825 penduduk berjenis kelamin perempuan. Jumlah penduduk terkecil terdapat pada Kelurahan Marga Jaya yakni sebesar 16.120 yang terdiri dari 8.309 penduduk berjenis kelamin laki-laki dan 7.811 penduduk berjenis kelamin perempuan. Jumlah sampel yaitu jumlah warga yang akan diambil sebagai sampel dan jumlah populasi adalah jumlah penduduk di Kecamatan Bekasi Selatan.

$$n = \frac{221.519}{(1 + 221.519) \times 0,10^2} \tag{1}$$

$$n = 99,99 = 100$$

Dari perhitungan diatas, sampel yang harus diambil sebanyak 100 warga Kecamatan Bekasi Selatan dengan menggunakan 10% tingkat kesalahan dalam pengambilan sampel. Distribusi

pengambilan sampel tiap kelurahan dilakukan sesuai dengan proporsi jumlah penduduk masing-masing kelurahan, pada halaman selanjutnya:

Tabel 2 Besaran Sampel di Kecamatan Bekasi Selatan

Nama Kelurahan	Jumlah Penduduk	Presentase Jumlah Penduduk (%)	Jumlah Kuesioner
Margajaya	16,120	7.3	7
Kayuringin	60,659	27.4	27
Jaka Mulya	38,110	17.2	17
Jaka Setia	41,041	18.5	19
Pekayon Jaya	65,589	29.6	30
Jumlah	221,519	100.0	100

Sumber : Bekasikota.go.id dan Hasil Olahan Penulis

Pembahasan yang akan dijabarkan melalui 4 proses analisis untuk bisa dapat menjawab tujuan dari penulis dalam penelitian ini. Adapun proses analisisnya yaitu analisis lokasi dan pola distribusi, analisis jangkauan pelayanan Minimarket, analisis persepsi dan preferensi masyarakat dan analisis kesesuaian.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan maka didapatkan, sebagai berikut:

1 Karakteristik lokasi dan pola distribusi :

- Lokasi Minimarket mendominasi pada kelas jalan kolektor sekunder dengan lingkungan perumahan menengah keatas, ini juga membuktikan bahwa keberadaan Minimarket juga didukung dengan masyarakat menengah keatas, dengan kepadatan penduduk dalam golongan kepadatan sedang yaitu 125 – 165 jiwa/Ha. Penduduk yang tempat tinggalnya berdekatan dengan Minimarket lebih dekat untuk mencapainya, hal ini diartikan tempat tinggal penduduk termasuk dalam **Threshold** (ambang batas), yaitu jumlah minimum penduduk atau konsumen yang dibutuhkan untuk menunjang kesinambungan pemasokan barang atau jasa yang bersangkutan. Sedangkan tempat tinggal penduduk yang tidak berdekatan dengan Minimarket termasuk dalam **Range** (jarak), yaitu jarak jangkauan antara penduduk dan tempat suatu aktivitas pasar yang menjenuhi kebutuhan komoditi atau barang. Hal ini mengacu pada teori lokasi Christaller, **Range** dan **Threshold** dalam **Central Place Theory**.
- Perkembangan Minimarket terjadi pada tahun 2010 – 2016. Sebelum tahun 2010 jumlah Minimarket sebanyak 33, pada tahun 2010 sampai dengan 2016 menjadi 71 dengan pertambahannya sebanyak 38 Minimarket.
- perhitungan berikut untuk mencari tahu pola distribusi Minimarket, dengan menggunakan analisis tetangga terdekat (**Nearest Neighbour Analysis**), pada analisis ini terdapat formula yang digunakan dalam mengetahui pola distribusi yaitu:

$$T = \frac{ju}{Jh} \tag{2}$$

$$Jh = \frac{1}{z\sqrt{P}} \tag{3}$$

dengan **T** = Indeks penyebaran tetangga terdekat, **Ju** = Jarak rata-rata yang diperoleh antara satu titik dengan titik tetangga terdekat, **Jh** = Jarak rata-rata diperoleh andaikata semua titik mempunyai pola random, **P** = Kepadatan titik dalam tiap kilometer persegi yaitu jumlah titik (**N**) dibagi luas wilayah (**A**)

Dalam penelitian ini dari data yang sudah didapat dari hasil survei diterapkan/dimasukan kedalam formula yang ada, berikut penjabarannya:

diketahui :

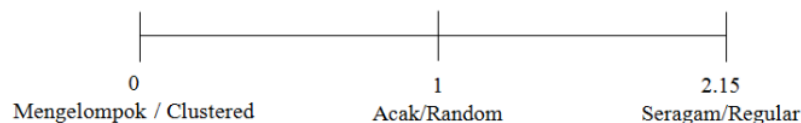
$N$  (jumlah titik) = 63,  $A$  (luas wilayah) = 16070 km<sup>2</sup>,  $Ju$  (jarak rata-rata titik satu dengan titik terdekat) = 0.238 km<sup>2</sup>

Pembahasan :

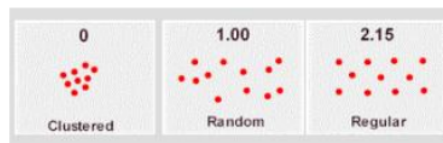
$$P = \frac{63}{16070} = 0.00392$$

$$Jh = \frac{1}{\sqrt{2P}} = \frac{1}{\sqrt{2 \cdot 0.00392}} = \frac{1}{\sqrt{0.00784}} = \frac{1}{0.08854} = 1.1294$$

$$T = \frac{ju}{Jh} = \frac{0.238}{1.1294} = 0.211$$



Dari perhitungan diatas didapatkan hasil T adalah 0.03 yang artinya pola distribusi Minimarketdi Kecamatan Bekasi Selatan yang diamati masuk dalam klasifikasi mengelompok / Clustered.



Gambar 2 Pola Distribusi  
Sumber : Binarto, 1979

2. Jangkauan pelayanan serta jumlah penduduk yang dapat terlayani oleh suatu Minimarket: Jangkauan pelayanan 1 (satu) Convenience store dengan radius 500 m dari lokasi dapat melayani kurang lebih 5.000 penduduk sampai dengan 10.000 penduduk, apabila jumlah penduduk lebih dari 10.000 maka membutuhkan pertambahan Minimarket.
3. Presepsi dan preferensi masyarakat tentang lokasi dan distribusi Minimarket:
  - Masyarakat sebagai yang mengunjungi Minimarket mayoritas yaitu masyarakat dengan pendapatan ekonomi menengah keatas, hal ini cukup sesuai dengan data dari Demografi Kecamatan Bekasi Selatan bahwa masyarakatnya termasuk dalam tahap keluarga sejahtera III.
  - Kedekatan tempat tinggal masyarakat dengan Minimarket dan pasar, masyarakat lebih sering berbelanja ke Minimarket karena masyarakat beranggapan kebutuhan yang dicari cukup lengkap, terkecuali untuk kebutuhan memasak makanan. Sedangkan sebagian masyarakat yang berbelanja di pasar / toko kelontong memang kebutuhan mereka yang tidak banyak atau dapat dibeli dengan jumlah sedikit (mengecer).
  - Sebagian masyarakat beranggapan kedekatan Minimarket dengan convenience store lainnya menjadi nilai tambah bagi para konsumen yaitu apabila kebutuhan yang diinginkan tidak ada di Minimarket A maka konsumen beralih ke Minimarket B, begitupun sebaliknya.



- Sedangkan untuk kedekatan Minimarket dan pasar tradisional / toko kelontong dari sebagian masyarakat beranggapan menjadi nilai tambah yaitu dikarenakan apabila ingin pergi kepasar bisa berbarengan waktunya berperginya / mempersingkat waktu dan apabila kebutuhan yang diinginkan tidak terdapat pasar dapat ditemukan di Minimarket, begitupun sebaliknya. Namun berbeda dengan tanggapan para pedagang di pasar / toko kelontong, mereka merasa terganggu dengan kedekatannya Minimarket dapat mengurangi pendapatan yang biasa didapat sebelum ada Minimarket dengan setelah adanya Minimarket.
  - Sebagian besar responden / masyarakat menyetujui dengan adanya Peraturan Pemerintah Daerah Kota Bekasi tentang penataan Minimarket. dan masyarakat senang apabila kehadiran Minimarket memperhatikan kondisi sosial, ekonomi dan kependudukan disekitarnya.
4. Kesesuaian Peraturan dengan kondisi kenyataan di lapangan:  
 Dari analisis kesesuaian ditemukan hasil yang didapat yaitu presentase kesesuaian dan ketidaksesuaian dari masing-masing komponen dari setelah terbitnya Peraturan Daerah Kota Bekasi tahun 2012, berikut hasilnya :

Tabel 3 Presentase Kesesuaian Setelah Terbitnya Peraturan

Komponen	Kesesuaian Peraturan	
	Tidak Sesuai	Sesuai
Kesesuaian Penggunaan Lahan	5.7%	94.3%
Kesesuaian Batasan Luasan Unit Minimarket	2.8% (2 Minimarket)	97.2% (69 Minimarket)
Kesesuaian Jarak antar Minimarket	43.6% (31 Minimarket)	56.4% (40 Minimarket)
Kesesuaian Jarak Minimarket dengan Pasar Tradisional	19.7% (14 Minimarket)	80.3% (57 Minimarket)

Sumber : Hasil Olahan Penulis

Dapat dilihat pada tabel diatas yang menunjukkan presentase kesesuaian dan kesesuaian dari komponen-komponen yang ada. Kehadiran Minimarket dengan terbitnya peraturan pemerintah menjadi acuan untuk mengetahui proporsi yang sesuai dan tidak sesuai, terdapat 41 (50.6%) Minimarket yang hadir sebelum terbitnya Peraturan Daerah Kota Bekasi, dan 40 (49.4%) Minimarket setelah terbitnya Peraturan Daerah Kota Bekasi. Dari jumlah Minimarket yang didapat berdasarkan tahun keberadaan dan terbitnya peraturan didapatkannya jumlah Minimarket yang tidak sesuai dengan peraturan yang sudah berlaku, selanjutnya dipresentasikan jumlah yang didapat antara sesuai dengan tidak sesuai peraturan.

#### 4. KESIMPULAN

Hasil yang didapat menjawab penelitian ini yaitu, perkembangan Minimarket mendominasi pada kelas jalan kolektor sekunder dengan lingkungan perumahan kelas menengah keatas dan dengan kepadatan penduduk 125-165 jiwa/ha, perkembangan ini membentuk pola mengelompok/Cluster, jangkauan pelayanan Minimarket dalam radius 500 m dapat melayani penduduk kurang lebih 5.000-10.000 penduduk, masyarakat sebagai konsumen dari Minimarket mayoritas dengan pendapatan ekonomi menengah keatas, dengan keadaan dilapangan sebagian masyarakat beranggapan kedekatan Minimarket dengan Minimarket lainnya menjadi nilai tambah bagi para konsumen yaitu apabila kebutuhan yang diinginkan tidak ada di Minimarket

A maka konsumen beralih ke Minimarket B, begitupun sebaliknya. Sedangkan untuk kedekatan Minimarket dan pasar tradisional / toko kelontong dari sebagian masyarakat beranggapan menjadi nilai tambah yaitu dikarenakan apabila ingin pergi kepasar bisa berbarengan waktunya berperginya / mempersingkat waktu dan apabila kebutuhan yang diinginkan tidak terdapat pasar dapat ditemukan di Minimarket, begitupun sebaliknya. Namun berbeda dengan tanggapan para pedagang di pasar / toko kelontong, mereka merasa terganggu dengan kedekatannya Minimarket dapat mengurangi pendapatan yang biasa didapat sebelum ada Minimarket dengan setelah adanya Minimarket tetapi dengan semua tanggapan masyarakat, sebagian besar masyarakat setuju dengan adanya Peraturan Pemerintah Daerah Kota Bekasi tentang penataan Minimarket, ketidaksesuaian peraturan dengan kondisi dilapangan cukup besar pada komponen jarak antar Minimarket dengan ketidaksesuaian sebesar 43,6%. Hasil dari penelitian ini nantinya saran untuk pemerintah sebagai bahan evaluasi penataan dan perizinan Minimarket dan penelitian selanjutnya.

##### 5. DAFTAR PUSTAKA

- Astri Aulie, A. M. (2009). Pola Distribusi Spasial Minimarket Di Kota-Kota Kecil. *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota*, vol 20/N0.2 Agustus 2009, hal 78-94.  
Bekasikota.bps.go.id
- Djayanegara, A. (2013). Evaluasi Kesesuaian Lahan Untuk Kawasan Industri Besar Di Kota Semarang. *Skripsi*, 15-17.
- Hadiyati, R. (2009). Penentuan Lokasi Jaringan Minimarket di Kota Surakarta dengan Berbasis pada Network Location Model. *Skripsi*.
- Irwansyah, E. (2013). Sistem Informasi Geografis. *Digibooks*.
- Melisa, Y. (2013). Penerapan Analisis Konjoin dalam Pengukuran Preferensi Masyarakat. *Skripsi*.
- Ningsih, D. (2013). Analisis Pengaruh Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan serta Dampak terhadap Loyalty Pelanggan Convenience Store. *Skripsi*.
- Nuryani. (2006). Analisis Pola Permukiman Di Kecamatan Karanganyar Kabupaten Karanganyar. *Skripsi*.
- Prof. Dr. Ir. Sumbangan Baja, M. (2012). *Perencanaan Tata Guna Lahan*. Penerbit Andi.
- Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba.
- Peraturan Kementrian Perdagangan Nomor 53 Tahun 2008 Tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.
- Peraturan Daerah Kota Bekasi Nomor 7 Tahun 2012 Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.
- Sadino, J. A. (2014). Pasar Tradisional Versus Pasar Modern di Daerah Perkotaan. *Jurnal Pembangunan Kota*, 209.Vol 10 (2): 205-217 Juni 2014, Hal 209
- Sjafrizal, P. (2001). *Teori dan Aplikasi*. Jakarta.
- Yulianidar, T. (2012). *Jangkauan Pelayanan 7-eleven Jakarta Selatan*. *Skripsi*.
- <http://www.marketing.co.id/brand-switching-analysis-dalam-industri-ritel-modern/>, 15 Oktober 2015).
- <http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2014/08/08/025100726/Jumlah.Pasar.Modern.di.Indonesia.Capai.23.000.Unit>, 15 Oktober 2015

# KAJIAN LOKASI MINIMARKET TERHADAP PERATURAN DAERAH KOTA BEKASI NO. 7 / 2012 TENTANG PENATAAN TOKO MODERN

## ORIGINALITY REPORT

24%

SIMILARITY INDEX

24%

INTERNET SOURCES

12%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1	<a href="http://bekasikota.go.id">bekasikota.go.id</a> Internet Source	6%
2	<a href="http://eprints.ums.ac.id">eprints.ums.ac.id</a> Internet Source	5%
3	<a href="http://eprints.unm.ac.id">eprints.unm.ac.id</a> Internet Source	1%
4	<a href="http://ejournal.unib.ac.id">ejournal.unib.ac.id</a> Internet Source	1%
5	<a href="http://id.123dok.com">id.123dok.com</a> Internet Source	1%
6	<a href="http://journals.itb.ac.id">journals.itb.ac.id</a> Internet Source	1%
7	<a href="http://123dok.com">123dok.com</a> Internet Source	1%
8	<a href="http://journal.untar.ac.id">journal.untar.ac.id</a> Internet Source	1%

9	Fitria Arianty, Thesa A. Purwanto. "PERBANDINGAN PENGENAAN PBB SEKTOR PERDESAAN & PERKOTAAN DI PROVINSI DKI JAKARTA , BEKASI, & DEPOK BERDASARKAN SPPT PBB TAHUN 2014 & 2015", Jurnal Vokasi Indonesia, 2016 Publication	1 %
10	<a href="http://repository.uir.ac.id">repository.uir.ac.id</a> Internet Source	1 %
11	<a href="http://eprints.undip.ac.id">eprints.undip.ac.id</a> Internet Source	<1 %
12	<a href="http://jdih.bekasikota.go.id">jdih.bekasikota.go.id</a> Internet Source	<1 %
13	<a href="http://repository.its.ac.id">repository.its.ac.id</a> Internet Source	<1 %
14	<a href="http://www.bekasikota.go.id">www.bekasikota.go.id</a> Internet Source	<1 %
15	<a href="http://www.pncc.govt.nz">www.pncc.govt.nz</a> Internet Source	<1 %
16	<a href="http://jurnal.fkip.uns.ac.id">jurnal.fkip.uns.ac.id</a> Internet Source	<1 %
17	<a href="http://www.slideshare.net">www.slideshare.net</a> Internet Source	<1 %
18	Edy Suryadi, Setiadi Hasan. "ANALISIS KUALITAS PELAYANAN SEKTOR KESEHATAN	<1 %

DI KABUPATEN KAYONG UTARA PROVINSI  
KALIMANTAN BARAT", Jurnal Buletin Al-  
Ribaath, 2016

Publication

---

19	<a href="http://aryandikaputera.blogspot.com">aryandikaputera.blogspot.com</a> Internet Source	<1 %
20	<a href="http://digilib.uinsgd.ac.id">digilib.uinsgd.ac.id</a> Internet Source	<1 %
21	<a href="http://ejurnal.its.ac.id">ejurnal.its.ac.id</a> Internet Source	<1 %
22	<a href="http://repository.ubaya.ac.id">repository.ubaya.ac.id</a> Internet Source	<1 %
23	<a href="http://thisourjournal.files.wordpress.com">thisourjournal.files.wordpress.com</a> Internet Source	<1 %
24	<a href="http://www.researchgate.net">www.researchgate.net</a> Internet Source	<1 %
25	<a href="http://core.ac.uk">core.ac.uk</a> Internet Source	<1 %
26	<a href="http://digilib.esaunggul.ac.id">digilib.esaunggul.ac.id</a> Internet Source	<1 %
27	<a href="http://fr.slideshare.net">fr.slideshare.net</a> Internet Source	<1 %
28	<a href="http://jurnal.uns.ac.id">jurnal.uns.ac.id</a> Internet Source	<1 %

---

29

[media.neliti.com](http://media.neliti.com)

Internet Source

<1 %

---

30

[www.ejournal.warmadewa.ac.id](http://www.ejournal.warmadewa.ac.id)

Internet Source

<1 %

---

31

[www.scribd.com](http://www.scribd.com)

Internet Source

<1 %

---

32

[digilib.uin-suka.ac.id](http://digilib.uin-suka.ac.id)

Internet Source

<1 %

---

Exclude quotes    On

Exclude matches    Off

Exclude bibliography    On