

**STRATEGI PENGEMBANGAN PUSAT PERBELANJAAN MODEREN
DI KOTA PADANG**

TESIS

Oleh :

WARDI

96206035



**PROGRAM PASCA SARJANA
UNIVERSITAS ANDALAS**

2001

STRATEGI PENGEMBANGAN PUSAT PERBELANJAAN MODEREN DI KOTA PADANG

Oleh : W A R D I

(Dibawah bimbingan Firwan Tan dan Eddy R. Rasyid)

RINGKASAN

Pusat perbelanjaan telah berkembang hampir seluruh kota Indonesia, termasuk Kota Padang sebagai Ibu Kota Provinsi Sumatera Barat. Program pemerintah untuk pusat perbelanjaan di Kota Padang mempunyai target untuk menciptakan sistim tata niaga yang efektif dan efisien serta menunjang kegiatan ekonomi yang menciptakan lapangan kerja dan kesempatan berusaha seluas-luasnya (RUTRK, 1985).

Dalam RUTRK tersebut dikemukakan ada dua faktor yang mempengaruhi perkembangan suatu kota, yaitu jumlah dan tingkat kesejahteraan penduduk serta perkembangan sosial budaya masyarakat.

Kedua faktor itu saling terkait satu sama lain. Kota yang penduduknya berkembang akan mempengaruhi tingkat perekonomian, seterusnya kota dengan perekonomian yang berkembang akan menarik penduduk ke kota. Pusat perbelanjaan yang ada di Kota Padang berada pada daerah yang rawan kemacetan, yaitu Pasar Raya Padang, Jalan Damar, Pasar Siteba, Air Tawar dan Pasar Lubuk Buaya (Potret Kota Padang, 1997).

Kota Padang telah diperluas kearah utara yaitu dengan dibangunnya jalan Padang-By Pass. Perluasan telah menimbulkan tumbuhnya perumahan-perumahan baru dan meningkatnya jumlah penduduk. Tahun 1994 jumlah penduduk Kota Padang 703.893 orang, tahun 1998 berjumlah 784.894 orang. Laju pertumbuhan penduduk tahun ke tahun 2,45 %. Jumlah penduduk dengan perluasan kota diproyeksikan akhir tahun 2001 lebih kurang 1 juta orang (Padang dalam angka,1998). Untuk memenuhi kebutuhan penduduk dengan beraneka ragam kebutuhannya, sangatlah dibutuhkan pusat perbelanjaan yang efisien dan moderen.

Adapun penelitian ini bertujuan untuk : mengevaluasi pusat perbelanjaan yang sudah ada sehingga ditemukan permasalahan dan peluang untuk perbaikan,

merancang lokasi yang sesuai dengan tata ruang kota dan prototype pusat perbelanjaan yang representatif untuk kebutuhan masa datang dalam rangka mengantisipasi Kota Padang sebagai pintu gerbang perdagangan Sumatera Barat.

Untuk mendapatkan hasil yang sesuai dengan penelitian, telah dilakukan penelitian terhadap tiga pusat perbelanjaan, yaitu matahari Plaza, Damar Plaza dan Minang Plaza. Penelitian ini dilakukan dari tanggal 11 Oktober 1999 sampai tanggal 10 Januari 2000. Survey lapangan mengumpulkan data tentang jumlah pengunjung, perhitungan lalu lintas (SMP), waktu tempuh rata-rata perkilo meter dari pusat kecamatan terhadap tempat lokasi pengembangan, Bungus, Bandar Buat dan Lubuk Buaya. Data ini diolah sehingga mandapatkan tingkat kemacetan, rendahnya tingkat aksesibilitas, tidak sesuai pusat perbelanjaan yang ada ini dengan RUTRK dan kebutuhan pusat perbelanjaan yang baru.

Hasil penelitian yang dilakukan sesuai dengan metodologi, menghasilkan kesimpulan bahwa dari evaluasi, perbandingan dengan RUTRK dua dari 3 pusat perbelanjaan yang ada tidak menempati ruang yang dialokasikan untuk pusat perbelanjaan (Minang Plaza dan Damar Plaza).

Secara umum diperoleh kesimpulan bahwa pusat perbelanjaan yang ada sekarang ini kurang efisien, apabila ditinjau dari sudut lokasi, hal ini dibuktikan dengan tingkat kemacetan dan aksesibilitas yang buruk dari pusat perbelanjaan tersebut.

Dari evaluasi tingkat kemacetan dengan menggunakan indikator sesuai dengan metodologi penelitian, menghasilkan nilai 1,23 untuk Damar Plaza 2,47 untuk Minang Plaza dan 1,83 untuk Matahari Plaza. Sedangkan nilai pembanding sebagai standar yang digunakan dalam menghitung adalah 1. Jika besar dari 1, lokasi tersebut mempunyai kemacetan.

Rendahnya tingkat aksesibilitas, menunjukkan variasi yang berbeda dari titik keberangkatan, variasi yang tinggi menunjukkan jarak antara pusat perbelanjaan tidak ideal. Tingkat aksesibilitas rata-rata menunjukkan nilai sebesar 3,805 untuk Damar Plaza, 1,4134 untuk Minang Plaza dan 0,7020 untuk Matahari Plaza. Minang Plaza mendekati aksesibilitas yang baik, walaupun tidak semua tempat bisa dikuasai, seperti daerah Bungus dan Bandar Buat. Orang-orang ditempat tersebut mempunyai

aksesibilitas rendah ke Minang Plaza. Dengan demikian nilai aksesibilitas hampir mendekati 1.

Dari questioner yang disebarakan sebesar 524 orang menyatakan perlunya pusat perbelanjaan yang baru berarti 76,43% responden menyatakan hal tersebut. Angka 76,43% tersebut adalah suatu indikasi memang diperlukan suatu pusat perbelanjaan yang lebih baik dari sekarang ini.

Dengan nilai-nilai yang ditemui ini dapat memperkuat bahwa memang perlu di rencanakan pusat perbelanjaan yang baru. Nilai-nilai statistik tersebut juga menggambarkan bahwa faktor lokasi sangat mempengaruhi keinginan masyarakat untuk datang ke pusat perbelanjaan yang baru. Dengan demikian landasan utama dalam pemilihan lokasi tersebut faktor lokasi. Sebenarnya faktor lainnya seperti faktor ekonomi dan sosial juga merupakan faktor dominan. Tapi dengan pendekatan *ceteris paribus* maka hal ini di anggap tetap terlebih dahulu.

Berbeda dengan pendekatan aksesibilitas, dalam pemilihan lokasi yang strategis dengan pendekatan pangsa pasar atau penduduk di dalam kecamatan dan dihubungkan dengan titik lokasi asal yang dipilih maka dapat disimpulkan bahwa lokasi yang ideal terletak pada daerah Lubuk Buaya Padang.

Nilai skor yang diperoleh menampakan bahwa skor tertinggi sebesar 1,4541 di Lubuk Buaya paling tinggi di antara 3 lokasi yang di rekomendasikan. Sedangkan daerah Bandar Buat dan Bungus masing-masing mempunyai skor 0,7519 dan 0,2637. Indikator besar dari satu (>1) menunjukkan bahwa lokasi tersebut paling baik dijadikan lokasi baru pusat perbelanjaan.

Sesuai dengan formulasi pemilihan lokasi dalam bentuk kepadatan penduduk mengemukakan bahwa apabila satu region memiliki indikator melebihi satu, maka region tersebut layak di buat sebuah pusat perbelanjaan. Dengan demikian sudah dapat di pastikan dari 3 daerah pusat pengembangan dalam RUTRK yang layak di pilih sebagai penempatan pusat perbelanjaan yang baru adalah daerah Lubuk Buaya.

Selain itu arah perkembangan Kota Padang lebih kearah utara. Dimana di bangunnya daerah kawasan perumahan dan di persiapkannya leading sektor berupa persiapan pembangunan Bandar Udara Ketaping dan kawasan industrial di daerah By Pass yang persimpangan jalannya berada di daerah Lubuk Buaya.

I. PENDAHULUAN

MILIK
UPT PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS ANDALAS

1.1. Latar Belakang.

SK Menteri Dalam Negeri Nomor 650-1400 tanggal 2 Oktober 1985 menetapkan bahwa pengembangan kota harus berpedoman pada RIK (Rencana Induk Kota). Dalam kurun enam tahun belakang ini, RIK tersebut relatif telah berfungsi menurut semestinya terutama dalam memberikan arahan perkembangan suatu kota dalam penempatan suatu kawasan perumahan dan pusat pelayanan masyarakat.

Dalam Rencana Induk Kota tersebut dikemukakan ada dua faktor yang mempengaruhi perkembangan suatu kota, yaitu :

- a. Jumlah dan tingkat kesejahteraan penduduk.
- b. Perkembangan sosial budaya masyarakat.

Kedua faktor tersebut saling terkait satu sama lain. Kota yang penduduknya berkembang akan mempengaruhi tingkat perekonomian, seterusnya kota dengan perekonomian yang berkembang akan menarik penduduk ke kota tersebut.

Pusat perbelanjaan telah berkembang hampir diseluruh Indonesia, demikian juga di Ibu Kota Provinsi Sumatera Barat Kota Padang. Program pemerintah untuk pusat perbelanjaan di Kota Padang, mempunyai target menciptakan sistim tata niaga yang efektif dan efisien serta menunjang kegiatan ekonomi yang menciptakan lapangan kerja dan kesempatan berusaha seluas-luasnya (RUTRK, 1985).

Dalam kenyataannya program pemerintah yang direfleksikan RUTRK Kota Padang, hanya memuat suatu informasi daerah atau lokasi pusat perbelanjaan yang direncanakan tanpa menjelaskan faktor-faktor penyebab pemilihan lokasi pendukung untuk pusat perbelanjaan tersebut. Selain itu pusat perbelanjaan yang ada di Kota Padang berada pada daerah yang rawan kemacetan, seperti Pasar Raya Padang, Jalan Damar, Pasar Siteba, Air Tawar dan Pasar Lubuk Buaya (Potret Kota Padang, 1997).

BPS (1998) mengemukakan bahwa tingkat pembelian 70% barang konsumsi tahun 1993 sampai tahun 1997 meningkat rata-rata sebesar 25,61% pertahun. Sedangkan luas lantai pertokoan tahun 1993 seluas 55.909,80 m², meningkat menjadi 70.166,79 m² pada tahun 1997, atau hanya meningkat rata-rata sebesar 5,10% pertahun. Perbandingan perkembangan pembelian barang konsumsi dan perkembangan luas lantai pertokoan tidaklah seimbang. Dengan demikian diasumsikan diperlukan penambahan luas lantai pertokoan dalam bentuk pusat perbelanjaan terencana.

Survei sementara dengan mewawancarai 50 konsumen yang berbelanja dimasing-masing pusat perbelanjaan, memberikan gambaran bahwa pusat perbelanjaan tersebut menimbulkan dampak positif maupun negatif. Berdasarkan observasi sementara dan wawancara tersebut dapat dikemukakan beberapa dampak positif sebagai berikut :

- a. Masyarakat Kota Padang dapat berbelanja tanpa tawar menawar yang berarti berbelanja dengan efektif.

VI. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

6.1. Kesimpulan.

Dari hasil penelitian dan implikasi perencanaan dalam bentuk prototype maka dapat di ambil kesimpulan sebagai berikut :

- a. Pusat perbelanjaan yang ada saat ini kurang efisien bila ditinjau dari tingkat kemacetan dimana nilai kemacetan 71. Begitu juga kurang efektif bila ditinjau dari segi RUTRK. 2 dari 3 pusat perbelanjaan tidak mengikuti rancangan perencanaan kota yang ditetapkan dalam RUTRK.
- b. Nilai kemacetan sebesar 1,23 untuk Damar Plaza, 2,47 untuk Minang Plaza serta 1,83 untuk Matahari. Damar Plaza yang berada pada Jalan Damar Padang nampak mendekati nilai yang minimum untuk tingkat kemacetan. Tingkat kemacetan yang paling tinggi didapati pada Minang Plaza.
- c. Aksesibilitas rata-rata menunjukkan nilai sebesar 3,805 untuk Damar Plaza, 1,4134 untuk Minang Plaza serta 0,7020 Untuk Matahari Plaza. Perbedaan tingkat aksesibilitas merefleksikan tidak tercakupnya semua titik lokasi yang berupa kemacetan pada masing-masing pusat perbelanjaan.
- d. Di temukan adanya sektor kegiatan antara sosial seperti pendidikan, perumahan akan membuat lokasi itu mudah dicapai atau adanya keterkaitan antara sektor perdagangan dengan perumahan dan pendidikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arthur B. Gillion, ET. ALL 1992, *Perancang dan Desain Kota*, Erlangga, Jakarta
- Biro Pusat Statistik (1998), *Indikator Ekonomi Sumatera Barat*, Biro Pusat Statistik Sumatera Barat.
- Bromley, Rosmery D.F dan Thomas, Collin J. 1993. *Retail Change*. London : UCL Press Limited University Collage London
- Dallal (1980), *Optimal Sampling Startegis For Statistical, Transportation Science*, 7 (4), 355-354, London.
- Danisworo (1990), *Perencanaan Kota Komprensif*, Aksara, Bandung.
- Darlow (1994), *The North American City*, 3rd Edition, USA.
- Edward K. Morlok dan Johan K. Hainim, *Pengantar Teknik dan Perencanaan Transportasi*, Erlangga, 1985
- Frederik K. Gibberd : *Town Design The Architectural*, Press Landon ; 1959
- Gallion (1992), *The Economic Urban Area*, Pergamon Press, Oxford.
- Gibberd (1959), *The Future Pattern Of Shooping*, Her Majesty, London.
- Gossing (1976), *Design and Planning Of Retail*, Architectural Press, London.
- Iskandar Abubakar, Tjokorde Gde Agung SP, dkk ; *Rekayasa Lalu Lintas* ; Direktorat Bina Sistim Lalu Lintas dan Angkutan Kota, Direktorat Jenderal Perhubungan Darat ; 1999.
- Jawoto, Setyono Sih. 1992. *Arahan Lokasi Kantor Bank di Kota Bandung*. Bandung Tesis, Jurusan Perencanaan Wilayah dan Kota ITB.