



**ANALISIS SPASIAL – NON SPASIAL
RITEL MODERN
DI KOTA YOGYAKARTA**
Desty Rizkiani¹, Agam Marsoyo², Budi Kamulyan³

INTISARI

Menjamurnya ritel modern di Kota Yogyakarta dari tahun 2007 hingga 2012 berjumlah 41 unit. Keberadaan ritel modern ini menunjukkan terdapatnya fenomena suatu pola ritel modern yang cenderung mengelompok pada wilayah-wilayah tertentu. Pertumbuhan dan persebaran ritel modern tersebut dikaitkan dengan beberapa standar sehingga dapat diketahui sejauh mana keoptimalan ritel di dalam suatu kota yang dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi bagi pemerintah. Akibat pertumbuhan dan persebaran ritel modern di Kota Yogyakarta yang tinggi mengakibatkan terancamnya toko kelontong. Secara spasial, pertumbuhan dan persebaran ritel modern telah berasosiasi dengan pertumbuhan kota sehingga timbullah tipologi hubungan pola sebaran karakteristik ritel modern dengan aspek spasial - non spasial kota. Tujuan penelitian ini adalah (1) untuk mengidentifikasi pola sebaran karakteristik ritel modern, dan (2) untuk mendeskripsikan tipologi hubungan karakteristik ritel modern dengan aspek spasial – non spasial kota.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deduktif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah yakni kuantitatif dan kualitatif. Metode analisis untuk mengidentifikasi pola sebaran adalah observasi ritel modern secara fisik, analisis pola sebaran ritel modern menggunakan analisis tetangga terdekat. Sedangkan untuk mendeskripsikan tipologi hubungan karakteristik ritel modern dengan aspek spasial – non spasial adalah menggunakan analisis *clustering*, wawancara, mengukur aksesibilitas pengunjung secara *cluster random sampling*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa standar SNI dan Perwal No. 79 Tahun 2010 dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi bagi kebijakan pemerintah secara optimal karena dapat memberikan kesempatan bagi kegiatan ekonomi lokal di titik wilayah tertentu serta dengan adanya ritel modern juga dapat menjadi bangkitan kawasan komersial baru. Pola sebaran karakteristik ritel modern di Kota Yogyakarta membentuk pola sebaran yang mengelompok dengan nilai T sebesar 0,7. Hal ini dipengaruhi oleh adalah keterkaitan spasial, faktor lokasi, jarak dengan pusat kota, pasar yang dituju, serta RTRW. Tipologi hubungan karakteristik ritel modern dengan aspek spasial – non spasial menghasilkan tiga *cluster*, yaitu *cluster I* (wilayah dengan pertumbuhan cepat), *cluster II* (wilayah dengan pertumbuhan cepat tetapi tertekan), *cluster III* (wilayah maju). Secara umum, aspek spasial yang sangat mempengaruhi pertumbuhan wilayah terhadap persebaran ritel modern adalah lokasi dan jaringan jalan sebagai penghubung pusat pertumbuhan, serta aspek non spasial yang paling dominan adalah kedekatan dengan fasilitas pelayanan umum.

Kata kunci : pola sebaran, optimalisasi ritel modern, tipologi.

¹Mahasiswa, Magister Perencanaan Kota dan Daerah Universitas Gadjah Mada

²Dosen, Magister Perencanaan Kota dan Daerah Universitas Gadjah Mada

³Dosen, Magister Perencanaan Kota dan Daerah Universitas Gadjah Mada

SPATIAL AND NON SPATIAL ANALYSIS OF MODERN RETAILERS IN YOGYAKARTA

Desty Rizkiani¹, Agam Marsoyo², Budi Kamulyan³

ABSTRACT

A number of modern retailers blowing up in Yogyakarta from 2007 to 2012 were 41 units. These presence of modern retailers indicates that there is a phenomenon of a modern retailer pattern that tends to cluster in certain areas. The growth and the spread of those modern retailers are linked to some standards that it can be found how far the optimization of modern retailers is in a city that can be used as an evaluation for the government. The effect of the high growth and the high distribution of those modern retailers in Yogyakarta is that it endangers *toko kelontong* (literally translated as grocery stores). Spatially, the growth and the spread of modern retailers have been associated with the growth of the city resulting the typology of the relationship between the spread pattern of modern retailers' characteristics and spatial non-spatial aspects of a city appear. This research is aimed to identify the spread pattern of modern retailers' characteristics and to describe the typology of the relationship between modern retailers' characteristics and spatial and non-spatial aspects of the city.

The approach used in this research was a deductive approach. The methods used in this research were quantitative and qualitative methods. The analysis methods in identifying the spread pattern were by observing modern retailers physically and by using the nearest neighbour analysis. Meanwhile, in describing the typology of the relationship between modern retailers' characteristics and spatial and non-spatial aspects of the city, the analysis methods used were clustering analysis, interviews, and the measurement of the visitor accessibility using cluster random sampling

The result shows that the standards of SNI (Indonesian National Standard) and *Perwal* (mayor regulation) no. 79 year 2010 can be used optimally as evaluation materials for the government regulations because it can give an opportunity for local economic activities at a certain point of a region, and the existence of modern retailers can be a generation of a new commercial area. The spread pattern of modern retailers in Yogyakarta form a clustered spread pattern with 0.7 T value. It is influenced by the interrelatedness between space, location, the distance of the city centre, destined markets, and RTRW (neighbourhoods association and citizens association). The typology of the relationship between modern retailers' characteristics and spatial aspects, non-spatial cities results three clusters i.e. cluster I (a region with rapid growth), cluster II (a region with a rapid but oppressed growth), and cluster III (a developed region). Generally, the spatial aspect that influences the growth of a region a lot toward the distribution of modern retailers is the location and the road network as links for the center growth, and the dominant non-spatial aspect is the proximity to public service facilities.

Keywords: spread pattern, modern retailers optimization, typology

¹a student of Master of Urban and Regional Planning, University of Gadjah Mada

²a lecturer of Master of Urban and Regional Planning, University of Gadjah Mada

³a lecturer of Master of Urban and Regional Planning, University of Gadjah Mada