



**UNIVERSITAS INDONESIA**

**WILAYAH JANGKAUAN KIOS BUAH JALAN  
KALIMALANG DAN JATINEGARA**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana sains**

**MATINA ISRAR  
0606071613**

**FAKULTAS MATEMATIKA DAN ILMU PENGETAHUAN ALAM  
PROGRAM SARJANA DEPARTEMEN GEOGRAFI  
DEPOK  
JULI 2010**

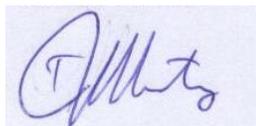
## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Matina Israr

NPM : 0606071613

Tanda Tangan :



Tanggal : Juli 2010

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :  
Nama : Matina Israr  
NPM : 0606071613  
Program Studi : Geografi  
Judul Skripsi : Wilayah Jangkauan Kios Buah Jalan Kalimantan  
dan Jatinegara

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Sains pada Program Studi Geografi, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Indonesia

### DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang : Drs. Hari Kartono, MS (.....)  
Pembimbing I : Dewi Susiloningtyas S.Si, M.Si (.....)  
Pembimbing II : Drs. Taqyuddin, M.Hum (.....)  
Penguji I : Dra. Widyawati, MSP (.....)  
Penguji II : Drs. Sobirin, M.Si (.....)

Ditetapkan di : Depok  
Tanggal : 13 Juli 2010

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Sains Program Studi Geografi pada Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Indonesia.

Penulis menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan, dan doa dari berbagai pihak, sejak masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangat sulit bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

- (1) Orang Tua Penulis Israr Rusi dan Erytalena serta Kakak penulis Fanny Hafiz Ahadi Israr yang telah mencurahkan doa dan kasih sayang tiada hentinya kepada penulis serta dukungannya baik moril maupun materil sejak penulis lahir.
- (2) Ibu Dewi Susiloningtyas S.Si, M.Si selaku Pembimbing I dan Bapak Drs. Taquuddin, M.Hum selaku pembimbing II yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini;
- (3) Ibu Dra. Widyawati, MSP selaku Penguji I dan Bapak Drs. Sobirin, M.Si selaku Penguji II yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk menjadi penguji baik pada saat seminar proposal dan draft maupun saat sidang sarjana, serta atas masukan-masukan membangun yang membuat skripsi ini menjadi lebih baik;
- (4) Para dosen Departemen Geografi UI yang telah memberikan sumbangsih ilmu kepada penulis selama perkuliahan serta
- (5) Staf Departemen Geografi yang telah membantu penulis dalam kegiatan perkuliahan dan skripsi;
- (6) Bapak Ratno Suratno dan keluarga, H. Khayanuddin, H. Yono, Bapak Ucup, Ibu Latifah, Bapak Syaiful, H. Usman, Bapak Muin, dan Bapak Suhendar selaku pedagang buah di Kalimalang. Bapak Rumanto, Ibu Umi, Bapak

Slamet, Bapak Akim, dan Bapak Jupri selaku pedagang buah di Jatinegara yang telah berkenan membantu penulis dalam mengumpulkan data;

- (7) Untuk Ramdani Ramdes dan keluarga yang telah memberi dukungan dan semangat kepada penulis
- (8) Untuk sahabat-sahabat penulis Agung Sari Wijayanti yang telah menemani penulis dalam mengumpulkan data, Grace Sinambela, Nahid Attamimi, Rizky Amalia, dan Okky Dahnia yang selalu memberikan semangat. Untuk Pepeb, Nyar, Ridha, Kimi, Ajenk, Rya, Dian, Ira, She, dan Wirda, yang telah mewarnai tahun-tahun perkuliahan penulis. Terima kasih atas semua yang telah kalian berikan kepada penulis, yang tidak dapat penulis katakan satu-persatu;
- (9) Teman-teman Geografi 2006, terimakasih atas kebersamaan 4 tahun yang berharga dalam suka dan duka.
- (10) Keluarga besar penulis yang selalu memberikan motivasi untuk memberikan dan melakukan yang terbaik

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

**Penulis  
2010**

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Matina Israr  
NPM : 0606071613  
Program Studi : Geografi  
Departemen : Geografi  
Fakultas : Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam  
Jenis karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**WILAYAH JANGKAUAN KIOS BUAH JALAN KALIMALANG DAN  
JATINEGARA**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok  
Pada tanggal : 13 Juli 2010  
Yang menyatakan



( Matina Israr )

## ABSTRAK

Nama : Matina Israr  
Program Studi : Geografi  
Judul : Wilayah Jangkauan Kios Buah Jalan Kalimalang dan Jatinegara

Beberapa pusat perdagangan buah berbentuk kios banyak dikunjungi masyarakat karena berbagai faktor, masyarakat lebih memilih tempat tersebut daripada di supermarket atau toko buah modern. Perbedaan karakteristik di masing-masing lokasi berkaitan dengan bagaimana sebuah pusat perdagangan buah-buahan dapat menarik konsumen dan dengan mudah dijangkau. Penelitian ini bertujuan mengetahui jangkauan kios buah berdasarkan karakteristik lokasi, penjualan, dan konsumen. Analisa yang dilakukan bersifat deskriptif nomotetik. Kemudian pembahasan data yang diolah menjadi peta dan matriks. Wilayah jangkauan kios buah jalan Kalimalang dan Jatinegara berada di sekitar kios buah dan di sepanjang jalan utama yang melewati kedua kios buah tersebut. Pada wilayah jangkauan tersebut, konsumen yang membeli pada akhir pekan di awal bulan memilih berdasarkan fasilitas kemasan yang disediakan di kedua lokasi kios buah.

Kata Kunci : Kios Buah, karakteristik lokasi, karakteristik penjualan.  
xii+ 42 halaman; 11 gambar; 6 tabel  
Daftar Pustaka : 20 (1985-2008)

## ABSTRACT

Name : Matina Israr  
Program Study : Geography  
Title : The Scope Area of Fruit Stall on Kalimalang and Jatinegara Street

There are some kind fruit stall that's visited by many consumers. The people prefer to choose it than supermarket or modern fruit market. The differences on each location are related to how the center of fruit market can attract the consumer and easy to be reached. Te purpose of this research is to know the scope of the fruit stall based on the characteristic of location, selling, and consumer. The analysis are descriptive and nomotetik. Furthermore, the explanation of map and matrix datas. The scope area of Kalimalang and Jatinegara fruit stall is around and along the main street that passes trough those. The consumer on that area buys on the weekend at the beginning of the month and choose based on the packaging facility provided both location of fruit stall.

Key Words : Fruit Stall, characteristic of location, characteristic of selling  
xii+42 pages ; 11 pictures; 6 tables  
Bibliography : 20 (1985-2008)

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR ORISINALITAS .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....	vi
ABSTRAK .....	vii
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR PETA.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Tujuan Penelitian.....	3
1.3 Masalah Penelitian.....	3
1.4 Batasan dan Definisi Operasional .....	3
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Teori Lokasi .....	6
2.2 Pusat Pelayanan.....	7
2.3 Jangkauan Pelayanan.....	8
2.4 Wilayah Tangkapan.....	10
2.5 Aglomerasi .....	12
2.6 Jarak.....	13
2.7 Aksesibilitas .....	14
<b>BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Variabel Penelitian .....	16
3.2 Pengumpulan Data.....	16
3.2.1 Pengumpulan Data Primer .....	16
3.2.2 Pengumpulan Data Sekunder .....	17
3.3 Pengolahan Data.....	18
3.3.1 Pengolahan Data Kualitas Buah .....	18
3.3.2 Pengolahan Data Variasi Jenis Buah .....	18
3.3.3 Pengolahan Data Fasilitas Kios Buah .....	18
3.3.4 Pengolahan Data Daerah Asal Konsumen .....	18
3.3.5 Pengolahan Data Alasan Konsumen Memilih Lokasi Kios Buah.....	18
3.3.6 Pengolahan Data Peta .....	19
3.3.7 Pengolahan Data Wilayah Jangkauan Kios Buah.....	19
3.3.8 Pengolahan Data Peta .....	20
3.4 Analisa .....	20
<b>BAB 4. GAMBARAN UMUM WILAYAH PENELITIAN</b>	
4.1 Jalan Kalimalang .....	23

4.2 Kios Buah di Jalan Kalimalang .....	24
4.3 Jalan Jatinegara .....	24
4.4 Kios Buah Jalan Jatinegara .....	25

## **BAB 5. KARAKTERISTIK LOKASI, PENJUALAN, DAN KONSUMEN**

5.1 Karakteristik Lokasi Kios Buah .....	26
5.1.1 Kegiatan Sekitar Kios Buah Jalan Kalimalang .....	26
5.1.2 Kegiatan Sekitar Kios Buah Jalan Jatiegara .....	27
5.2 Jaringan Jalan .....	28
5.2.1 Jaringan Jalan Kios Buah Kalimalang .....	28
5.2.2 Jaringan Jalan Kios Buah Jatinegara .....	28
5.3 Karakteristik Penjualan Kios Buah.....	29
5.3.1 Kualitas Buah .....	29
5.3.2 Variasi Jenis Buah .....	30
5.3.3 Fasilitas Penjualan .....	31
5.4 Karakteristik Konsumen Kios Buah .....	33
5.4.1 Karakteristik Konsumen Kios Buah Berdasarkan Frekuensi Pembelian .....	34
5.4.2 Karakteristik Konsumen Kios Buah Berdasarkan Umur .....	34
5.4.3 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jumlah Pembelian .....	35
5.4.4 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Alasan Memilih.....	36
5.5 Jangkauan Pelayanan Kios Buah.....	37
5.5.1 Jangkauan Pelayanan Kios Buah Pada Hari Kerja- Awal Bulan .....	38
5.5.2 Jangkauan Pelayanan Kios Buah Pada Hari Kerja- Akhir Bulan.....	39
5.5.3 Jangkauan Pelayanan Kios Buah Pada Akhir Pekan- Awal Bulan .....	40
5.5.4 Jangkauan Pelayanan Kios Buah Pada Akhir Pekan- Akhir Bulan.....	42
5.6 Karakteristik Jangkauan Kios Buah Kalimalang dan Jatinegara .....	43
5.6.1 Karakteristik Wilayah Asal Konsumen Kios Buah pada Batas Riil .....	43
5.6.2 Karakteristik Wilayah Asal Konsumen Kios Buah pada Batas Dalam .....	44
5.6.3 Karakteristik Wilayah Asal Konsumen Kios Buah pada Batas Ideal .....	44

<b>BAB 6. KESIMPULAN</b> .....	46
--------------------------------	----

<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	47
-----------------------------	----

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.	Threshold and Range Market .....	10
Gambar 2.2.	Floating Catchment Area Method .....	11
Gambar 3.1.	Alur pikir penelitian.....	21
Gambar 5.1.	Kegiatan di sekitar Kios Buah Kalimalang.....	26
Gambar 5.2.	Kegiatan di sekitar Kios Buah Jatinegara .....	27
Gambar 5.3.	Grafik Alasan memilih Kios Buah Kalimalang .....	36
Gambar 5.4.	Grafik Alasan Memilih Kios Buah Jatinegara.....	37

## DAFTAR TABEL

Tabel 5.1.	Karakteristik Konsumen berdasarkan Jaringan Jalan .....	28
Tabel 5.2.	Karakteristik Penjualan Berdasarkan Kualitas Buah .....	29
Tabel 5.3	Karakteristik Penjualan Berdasarkan Variasi Jenis Buah.....	30
Tabel 5.4	Karakteristik Penjualan Berdasarkan Fasilitas Penjualan .....	31
Tabel 5.5.	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Frekuensi Pembelian .....	34
Tabel 5.6.	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia .....	34
Tabel 5.7.	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jumlah Pembelian .....	35
Tabel 5.8.	Karakteristik Konsumen Kios Buah Berdasarkan Batas Wilayah Pasar Pada Hari Kerja - Awal Bulan .....	39
Tabel 5.9.	Karakteristik Konsumen Kios Buah Berdasarkan Batas Wilayah Pasar Pada Hari Kerja - Akhir Bulan .....	59
Tabel 5.10.	Karakteristik Konsumen Kios Buah Berdasarkan Batas Wilayah Pasar Pada Akhir Pekan - Awal Bulan.....	41
Tabel 5.11.	Karakteristik Konsumen Kios Buah Berdasarkan Batas Wilayah Pasar Pada Akhir Pekan - Akhir Bulan.....	42

## DAFTAR PETA

Peta 1	Administrasi Jakarta Timur
Peta 2	Jangkauan Kios Buah Kalimalang Hari kerja – Awal Bulan
Peta 3	Jangkauan Kios Buah Kalimalang Hari Kerja – Akhir Bulan
Peta 4	Jangkauan Kios Buah Kalimalang Akhir Pekan – Awal Bulan
Peta 5	Jangkauan Kios Buah Kalimalang Akhir Pekan – Akhir Bulan
Peta 6	Jangkauan Kios Buah Jatinegara Hari kerja – Awal Bulan
Peta 7	Jangkauan Kios Buah Jatinegara Hari Kerja – Akhir Bulan
Peta 8	Jangkauan Kios Buah Jatinegara Akhir Pekan – Awal Bulan
Peta 9	Jangkauan Kios Buah Jatinegara Akhir Pekan – Akhir Bulan
Peta 10	Peta Wilayah Pelayanan Bersama Kios Buah Hari kerja – Awal Bulan
Peta 11	Peta Wilayah Pelayanan Bersama Kios Buah Hari kerja – Akhir Bulan
Peta 12	Peta Wilayah Pelayanan Bersama Kios Buah Akhir Pekan – Awal Bulan
Peta 13	Peta Wilayah Pelayanan Bersama Kios Buah Akhir Pekan – Awal Bulan

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner
Lampiran 2	Fasilitas Penjualan Kios Buah
Lampiran 3	Variasi Jenis Buah

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Salah satu jenis perdagangan yang sangat mendukung kebutuhan penduduk Indonesia adalah perdagangan buah-buahan. Tak dapat dipungkiri, dalam kehidupan sehari-hari kita memerlukan produk tersebut karena sangat dibutuhkan oleh tubuh manusia. FAO pun telah menetapkan bahwa angka konsumsi buah yang direkomendasikan pada setiap Negara adalah 65,75 kg per kapita/tahun. Meskipun pada faktanya konsumsi buah-buahan di Indonesia baru mencapai 40,06 kg per kapita/tahun. Fakta tersebut dapat menjadi salah satu alasan bahwa perdagangan buah-buahan harus semakin ditingkatkan, sehingga masyarakat dapat dengan mudah memenuhi kebutuhan akan buah-buahan tersebut.

Hal ini tentu saja sangat berkaitan dengan bagaimana sebuah pusat perdagangan buah-buahan dapat dengan mudah dijangkau oleh konsumen, sehingga kebutuhan mereka dapat terpenuhi. Konsumen juga akan memilih tempat penjualan buah dengan kriteria-kriteria tertentu, seperti mudah dijangkau, harga yang relative murah, kualitas yang bagus, serta kemudahan-kemudahan tertentu dalam membeli di tempat penjualan buah tersebut.

Hal inilah yang juga pada akhirnya membuat perdagangan buah berbentuk kios-kios di Jakarta semakin marak dan dapat ditemui di berbagai tempat yang dianggap mudah dijangkau dan harga serta kualitasnya cukup baik bagi para konsumen. Namun, ada beberapa pusat perdagangan buah berbentuk kios yang terkenal dan banyak dikunjungi masyarakat karena berbagai faktor seperti yang telah disebutkan, sehingga masyarakat lebih memilih tempat tersebut daripada di supermarket atau toko buah yang besar.

Menurut Isard(1956), masalah lokasi merupakan penyeimbangan antara biaya dengan pendapatan yang dihadapkan pada suatu situasi ketidakpastian yang berbeda-beda. Dua lokasi perdagangan, dalam hal ini

adalah kios buah, berada dalam lokasi dengan ciri yang sama, namun bisa saja pendapatan kios buah di masing-masing lokasi tersebut berbeda.

Perbedaan karakteristik di masing-masing lokasi tersebut sangat berkaitan dengan bagaimana sebuah pusat perdagangan buah-buahan dapat menarik konsumen dan dengan mudah dijangkau, sehingga kebutuhan mereka dapat terpenuhi. Tentu saja, jangkauan tersebut berbeda antara satu tempat dengan tempat yang lain.

Menurut teori Palander, jangkauan pasar suatu aktivitas jasa adalah jarak dimana seseorang bersedia untuk mendapatkan jasa tersebut. Faktor jarak tersebut selanjutnya akan menjadi pertimbangan seseorang untuk mencari tempat lain yang lebih dekat untuk memenuhi kebutuhan yang sama. Namun, jangkauan pasar tersebut tidak hanya ditentukan oleh jarak, tetapi juga waktu dan biaya yang dibutuhkan untuk menjangkau pasar tersebut. Waktu dan biaya tersebut tentu saja berbeda antara satu pasar dengan pasar lain, karena dipengaruhi oleh beberapa faktor yang berbeda, seperti aksesibilitas untuk mencapai pasar tersebut. Hal inilah yang juga pada akhirnya membuat perdagangan buah berbentuk kios-kios di Jakarta semakin marak dan dapat ditemui di berbagai tempat yang dianggap mudah dijangkau bagi para konsumen. Namun, ada beberapa pusat perdagangan buah berbentuk kios yang terkenal dan banyak dikunjungi masyarakat karena berbagai faktor seperti yang telah disebutkan, sehingga masyarakat lebih memilih tempat tersebut daripada di supermarket atau toko buah yang besar.

Contoh pusat perdagangan buah dengan bentuk kios tersebut di antaranya berada di Jalan Kalimalang, yang sudah cukup lama berdiri. Selain itu, pusat perdagangan buah yang terdapat di Jalan Jatinegara juga berbentuk serupa, yaitu kios-kios yang berderet. Kedua pusat perdagangan buah tersebut sama-sama berada di pinggir jalan raya yang ramai dilewati kendaraan umum maupun pribadi. Namun, jika dilihat secara kasat mata, pusat kios buah yang berada di Jalan Kalimalang terlihat lebih ramai dikunjungi konsumen daripada pusat kios buah yang berada di jalan Jatinegara, padahal keduanya terletak di pinggir jalan raya yang ramai

dilewati kendaraan. Melihat fakta tentang perkembangan perdagangan di Indonesia tersebut, serta kebutuhan masyarakat akan konsumsi buah yang cukup tinggi dan perbedaan kondisi kedua pusat perdagangan buah di jalan Kalimalang dan Jatinegara, maka penulis untuk membahas tentang karakteristik lokasi kios buah di Jalan Kalimalang dan Jatinegara tersebut. Dalam penelitian ini, akan dibahas tentang ciri lokasi, ciri penjualan, dan karakteristik konsumen pada kios buah di kedua lokasi tersebut

## **1.2 Tujuan**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui wilayah jangkauan kios buah di Jalan Kalimalang dan Jatinegara berdasarkan karakteristik lokasi dan karakteristik penjualan di masing-masing lokasi.

## **1.2 Masalah Penelitian**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana wilayah jangkauan kios buah di jalan Kalimalang dan Jatinegara berdasarkan karakteristik lokasi dan karakteristik penjualan di masing-masing lokasi?

## **1.3 Batasan dan Definisi Operasional**

1. Pengertian kios buah dalam penelitian ini adalah lokasi usaha kaki lima berbentuk kios dengan jenis dagangan buah-buahan yang disediakan dan memiliki izin dari Pemerintah DKI Jakarta.
2. Lokasi kios buah Jalan Kalimalang adalah kios-kios buah yang berada di Jalan Inspeksi Saluran Kalimalang Kelurahan Cipinang Besar Selatan, Jakarta Timur.
3. Lokasi kios buah Jalan Jatinegara adalah kios-kios buah yang berada di Jalan Jatinegara Timur Kelurahan Bali Mester, Jakarta Timur.
4. Wilayah jangkauan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah wilayah asal konsumen dikaitkan dengan karakteristik lokasinya.

5. Karakteristik lokasi kios buah yang dimaksud dalam penelitian ini adalah ciri lokasi dan ciri penjualan di kedua lokasi tersebut.
6. Ciri lokasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah penggunaan tanah dan jaringan jalan sekitar kios buah di lokasi tersebut.
7. Penggunaan tanah sekitar dalam penelitian ini adalah bangunan-bangunan yang terdapat di sekitar lokasi kios buah.
8. Jaringan jalan dalam penelitian ini adalah kelas jalan yang melewati lokasi kios buah tersebut.
9. Ciri penjualan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah variasi jenis buah, kualitas buah, dan fasilitas pada kios buah di kedua lokasi.
10. Variasi jenis buah dalam penelitian ini adalah jumlah jenis buah import dan lokal yang terdapat pada kios buah di kedua lokasi.
11. Kualitas buah dalam penelitian ini adalah kondisi fisik buah yang dijual di kios-kios buah di kedua lokasi.
12. Fasilitas dalam penelitian ini adalah ketersediaan jasa pesan antar, pembuatan parsel, dan paket buah pada kios buah di kedua lokasi tersebut.
13. Konsumen dalam penelitian ini adalah pembeli kios buah di kedua lokasi dilihat dari Batas Wilayah Pasar masing-masing kios buah.
14. Batas wilayah pasar dalam penelitian ini adalah batas jangkauan pelayanan kios buah yang dilihat dari jarak konsumen dari lokasi kios buah ke wilayah tempat tinggal menurut klasifikasi batas riil, batas dalam, dan batas ideal.
15. Batas riil adalah batas yang seharusnya dan secara nyata harus dikuasai atau dilayani oleh pusat pelayanan. Dalam penelitian ini batas riil dilihat dari radius 3 km dari lokasi kios buah.

16. Batas dalam adalah batas wilayah pasar yang lebih jauh dari batas riil. Dalam penelitian ini batas dalam dilihat dari radius 6 km dari lokasi kios buah.
17. Batas ideal adalah jangkauan pelayanan terjauh dari sebuah pasar, dalam penelitian ini jangkauan pelayanan terjauh kios buah dilihat dari radius  $> 6$  km.
18. Wilayah Tangkapan dalam penelitian ini merupakan garis terluar yang menghubungkan antar titik lokasi wilayah asal konsumen kios buah, sebagai garis bantu dalam menganalisa wilayah jangkauan pelayanan masing-masing kios buah.



## **BAB 2**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Teori Lokasi**

Teori lokasi adalah ilmu yang mempelajari tentang tata ruang kegiatan ekonomi atau ilmu yang menyelidiki alokasi geografis dari sumber-sumber yang potensial, serta hubungan dan pengaruhnya terhadap berbagai macam usaha atau kegiatan lain baik ekonomi maupun sosial (Tarigan, 2006).

Aspek lokasi sangat penting terutama dalam memberi kemudahan yang optimal bagi konsumen dalam memperoleh barang/jasa yang ditawarkan serta mempengaruhi besaran biaya yang ditimbulkan, sehingga harga yang dibentuk dapat lebih kompetitif. Selain itu, aspek lokasi juga mempengaruhi konsep produk atau jasa apa yang terbaik untuk dibuat di lokasi tersebut dengan karakteristik tertentu.

Menurut Tord Palander(1942), teori lokasi dibedakan menjadi dua masalah, yaitu :

- a. Penentuan lokasi bila diketahui harga dan lokasi bahan mentah serta pasar.
- b. Pengaruh harga penawaran terhadap luas pasar bila diketahui tempat produksi, biaya produksi termasuk keuntungan harga satuan angkutan dan persaingan antar perusahaan.

Dalam teori Palander(1942), wilayah pasar dapat dijelaskan dengan istilah lingkaran isodapan seperti Isotante, Isochrone dan Isotim.

- a. Isotante, adalah garis batas pasar antara dua perusahaan yang menjual barang yang sama dan melayani sejumlah konsumen tersebar diruang tertentu dari lokasi yang berbeda. Pembeli akan cenderung membeli barang yang diperlukan dari penjual yang terdekat. Karena makin jauh tempat penjual dari pembeli, maka makin tinggi biaya angkutan yang dibebankan.
- b. Isochrone, adalah tempat kedudukan titik-titik dari titik tertentu memerlukan waktu yang sama, garis ini akan mempunyai bentuk yang sama dengan isodapan.

- c. Isotim, adalah garis sejenis isodapan dan menunjukkan tempat kedudukan titik yang menunjukkan kesamaan harga barang tertentu dan akhirnya Isovektor yang merupakan garis kesamaan biaya angkutan bagi barang tertentu.

## 2.2 Pusat Pelayanan

Pada sebuah kota, pusat-pusat pelayanan yang ada memiliki pengaruh masing-masing yang luasnya sesuai dengan kedudukan pusat pelayanan tersebut dalam struktur hierarki yang ada, semakin tinggi hierarkinya, semakin besar wilayah pengaruhnya (Kartono, 1967).

Menurut Christaller (1933), pusat-pusat pelayanan cenderung tersebar di dalam wilayah menurut pola berbentuk heksagon (segi enam). Keadaan tersebut dapat terlihat pada wilayah yang memiliki karakteristik topografi yang seragam, sehingga tidak ada bagian wilayah yang mendapat pengaruh dari lereng dan pengaruh alam lain dalam hubungan dengan jalur pengangkutan. Selain itu, kehidupan ekonomi penduduknya homogen dan tidak memungkinkan adanya produksi primer, yang menghasilkan padi-padian atau batu bara.

Jadi, kota-kota yang tersebar di dataran disebut *central places*, dimana kota-kota tersebut menyajikan barang dan jasa untuk wilayah-wilayah di sekelilingnya dengan membentuk hierarki. Untuk melayani permintaan tempat-tempat kecil yang tersebar luas, barang dan jasa yang disediakan memiliki tingkat yang rendah. Kota-kota yang melayani barang dan jasa tingkat rendah dan tinggi sekaligus, jumlahnya sangat sedikit

Namun, teori ini mengabaikan faktor harga barang, ongkos transportasi, dan pengetahuan konsumen yang berbeda-beda. Seharusnya tidak seluruh bagian kota secara bulat merupakan pusat pelayanan. Sehingga, teori pusat pelayanan tersebut terus dikembangkan oleh para geografer, dikarenakan polanya yang senantiasa dikaitkan dengan ruang (Kartono dkk, 1989).

## 2.3 Jangkauan Pelayanan

Jangkauan pelayanan suatu pusat dikenal sebagai *range of a good*. Jangkauannya yang merupakan *range* digambarkan sebagai area pasar

(luas jangkauan area yang dilayani pusat tersebut) dari satu jenis barang dagangan (*good*). Selain itu, dapat juga dianalogikan sebagai asal pembeli, yang diukur dari jarak tempat tinggal pembeli menuju ke pusat pelayanan tempat pelanggan membeli barangnya. Jangkauan pelayanan pada dasarnya dipengaruhi oleh harga barang, biaya transportasi, tingkat kebutuhan terhadap barang yang akan dibeli, selera konsumen, dan kesempatan memilih.

Menurut Parsi (2002), menentukan lokasi pusat pelayanan, dalam penelitian ini pusat pelayanan rumah sakit, sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti berikut:

1. Dapat dicapai dengan mudah, yang artinya bergantung pada jarak yang harus ditempuh, waktu perjalanan, arus lalu-lintas, rambu lalu-lintas, dan pola jalannya.
2. Populasi atau jumlah penduduk, yang berarti semakin besar jumlah penduduk, semakin besar jumlah permintaan barang atau jasa.
3. Persaingan, semakin sedikit persaingan antara pusat pelayanan akan semakin besar pengaruh jangkauan rumah sakit
4. Batas-batas daerah perdagangan, semakin mengetahui batas daerah perdagangan tersebut, maka dapat dihitung luas wilayah penjualannya.

Jangkauan pelayanan sebuah pusat pelayanan memiliki batas tertentu, sesuai dengan kemampuan pusat pelayanan. Batas wilayah pasar tersebut adalah :

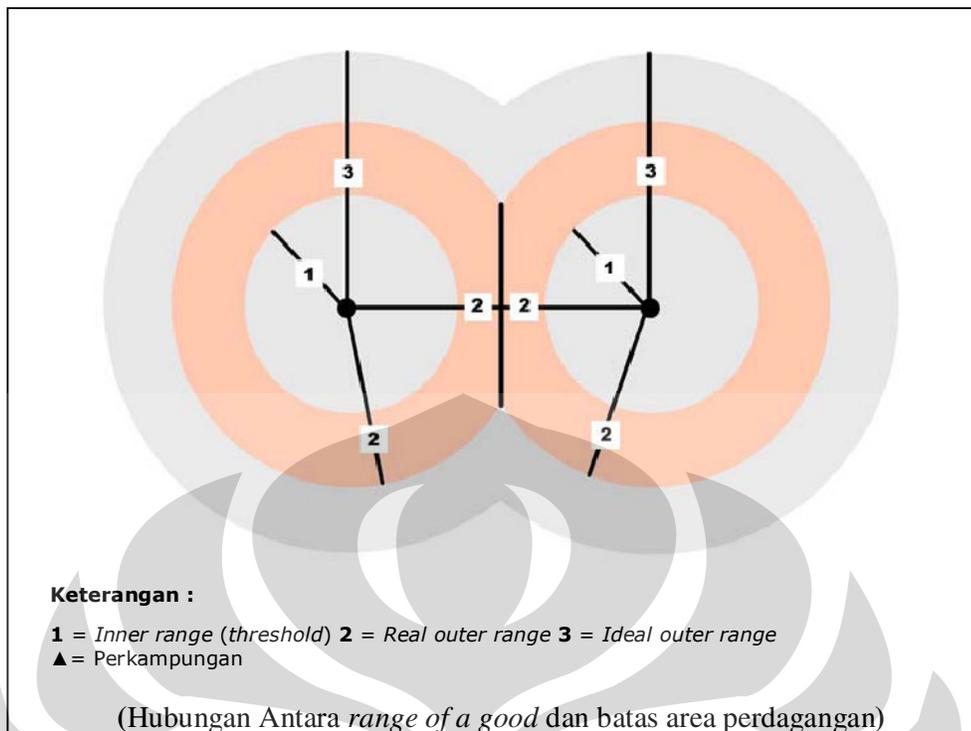
1. Batas riil, yaitu batas yang seharusnya dan secara nyata harus dikuasai atau dilayani oleh pusat pelayanan.
2. Batas dalam, yaitu batas wilayah pasar yang lebih jauh dari batas riil.
3. Batas ideal, yaitu jangkauan wilayah pelayanan terjauh.

Jangkauan pelayanan bagian dalam (*inner range of the good*) merupakan perwujudan secara spasial dari konsep ambang batas, yang bukan merupakan konsep spasial. Ini merupakan bentuk wilayah belakang

(*hinterland*) atau area perdagangan yang dibutuhkan untuk memenuhi ambang batas pembelian.

Jangkauan pelayanan bagian luar ada juga yang ideal, yang kemudian dikenal sebagai *ideal outer range of the good*. Ini merupakan areal perluasan paling luar, yang tidak mendapatkan pelayanan dari pusat manapun. Penduduk di area ini tidak dapat dilayani karena biaya untuk menuju ke pusat pelayanan terlalu tinggi. Area ini mewujudkan adanya keterbatasan geografi dan ekonomi bagi suatu pusat pelayanan. Guna memenuhi kebutuhan, penduduk menciptakan penggantinya, atau hidup dengan tidak bergantung pada barang yang tidak mampu mereka produksi sendiri. Bila *ideal outer range of the good* kemudian dapat dilayani oleh suatu pusat karena perkembangan teknologi, maka area ini menjadi *real outer range of the good*.

Jangkauan pelayanan bagian luar yang nyata (*real outer range of the good*) adalah perluasan area dari jangkauan pelayanan bagian dalam, yang bisa dilayani tidak hanya oleh satu pusat pelayanan. Bila pusat pelayanan tidak mendapatkan pesaing guna melayani *ideal outer range of the good*, maka pusat pelayanan tersebut mendapatkan *ideal outer rangenya* sepenuhnya menjadi bagian dari *real outer range of the good*. Namun bila terdapat pesaing, maka *ideal outer rangenya* dilayani secara bersama sehingga *real outer rangenya* mengecil. Bagian luar ini dilayani secara bersama dan merupakan area perpotongan lebih dari satu pusat pelayanan.

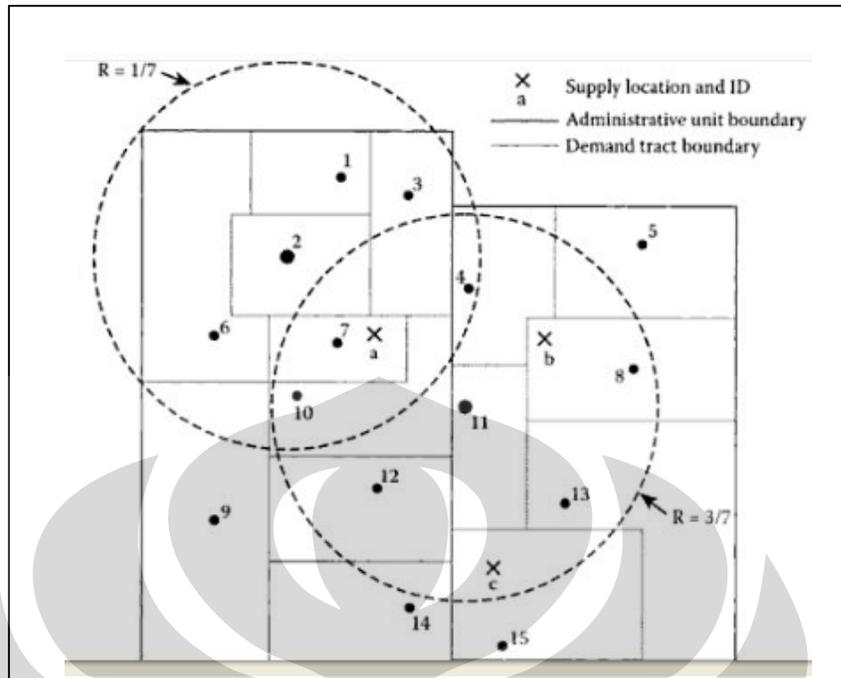


Sumber: Hartshorn (1980 ; hal 108)

**Gambar 2.1 Threshold**

#### 2.4 Wilayah Tangkapan (Catchment Area)

Wilayah tangkapan didefinisikan sebagai sebuah luasan di sekitar lokasi sebuah wilayah dan perbandingan pekerjaan penduduk dengan daerah tangkapan yang merupakan ukuran bahwa sebuah pekerjaan dapat mudah dicapai di wilayah tersebut (Peng, 1997). Wilayah tangkapan terbentang dari satu lokasi ke lokasi lain melewati wilayah yang diobservasi, dan menggambarkan aksesibilitas ke semua lokasi. Jadi, dalam penelitian ini, wilayah tangkapan merupakan luasan lokasi di sebuah wilayah merupakan lokasi yang mudah untuk mendapatkan sebuah permintaan.



Sumber : Wang (2006 ; Hal 79)

Gambar 2.2 Floating Catchment Area Method

Gambar tersebut merupakan ilustrasi aplikasi dari metode *Floating Catchment Area*. Diasumsikan bahwa setiap lokasi permintaan (bidang) hanya memiliki satu penduduk dalam setiap pusat luasannya, kapasitas suplai dari setiap lokasi juga satu. Kemudian, anggap lingkaran di sekeliling pusat luasan lokasi kediaman merupakan wilayah tangkapannya. Aksesibilitas dalam sebuah bidang didefinisikan sebagai rasio *supply and demand* dalam sebuah daerah tangkapan. Misalnya daerah tangkapan pada bidang 2, total suplainya hanya satu yaitu a. Sementara total permintaannya tujuh. Sehingga aksesibilitasnya adalah  $1/7$  (rasio *supply and demand*).

Kemudian, pada wilayah tangkapan 11, total suplainya adalah tiga, yaitu a, b, dan c.. Sementara total permintaannya adalah tujuh. Dengan demikian, aksesibilitas pada wilayah tangkapan 11 adalah  $3/7$ .

Pelayanan dalam wilayah tangkapan sepenuhnya tersedia bagi penduduk yang tinggal di daerah dalam wilayah tangkapan tersebut. Akan tetapi, jarak di antara sebuah suplai dan sebuah demand dalam catchment

area dapat melampaui threshold distance. Misalnya, jarak antara 13 dan a lebih besar daripada radius wilayah tangkapan bidang 11. Kemudian, suplai di a adalah di dalam wilayah tangkapan bidang 2. Namun, tidak sepenuhnya dapat melayani permintaan di wilayah tangkapan tersebut, seperti juga yang dapat ditangkap oleh bidang 11. Hal ini menandakan kebutuhan mengurangi kemampuan pemasok melalui intensitas kompetisi pelayanan di sekitar permintaan.

Metode tersebut dapat diaplikasikan dalam penelitian ini dengan Penggunaan Tanah sebagai *Demand Tract Boundary* atau Batas Bidang Permintaan.

## 2.5 Aglomerasi

Menurut Weber(1909), aglomerasi adalah pengelompokan beberapa perusahaan dalam suatu daerah atau wilayah sehingga membentuk daerah khusus industri. Aglomerasi dapat dibagi menjadi dua macam, yaitu aglomerasi primer di mana perusahaan yang baru muncul tidak ada hubungannya dengan perusahaan lama, dan aglomerasi sekunder jika perusahaan yang baru beroperasi adalah perusahaan yang memiliki tujuan untuk memberi pelayanan pada perusahaan yang lama.

Aglomerasi terjadi karena beberapa sebab, yaitu :

- a. Tenaga kerja yang tersedia banyak, serta memiliki kemampuan dan keahlian yang lebih baik dibanding di luar daerah tersebut.
- b. Suatu perusahaan menjadi daya tarik bagi perusahaan lain.
- c. Berkembangnya suatu perusahaan dari kecil menjadi besar, sehingga menimbulkan perusahaan lain untuk menunjang perusahaan yang membesar tersebut.
- d. Perpindahan suatu kegiatan produksi dari satu tempat ke beberapa tempat lain.
- e. Perusahaan lain mendekati sumber bahan untuk aktifitas produksi yang dihasilkan oleh perusahaan yang sudah ada untuk saling menunjang satu sama lain.

## 2.6 Jarak

Membedakan jarak dua titik secara mendasar, dengan cara melihat jarak garis lurus beberapa bagian, dan garis tidak lurus beberapa bagian. Garis lurus beberapa bagian yang dimaksud adalah jarak yang diukur dengan lurus pada permukaan yang datar dan membaginya menjadi beberapa potongan pendek. Aplikasinya dalam masalah perkotaan, misalnya membagi atas beberapa potongan ruas jalan. Sedangkan pengukuran garis tidak lurus dilakukan pada permukaan yang tidak seragam, misalnya jarak di hutan. Jarak dibagi menjadi dua, yaitu :

- a. Jarak mutlak, merupakan jarak yang tidak akan berubah, pada umumnya diekspresikan dengan satuan kilometer, meter, dan sebagainya.
- b. Jarak nisbi, yaitu jarak yang dapat berubah, hal ini dikarenakan morfologi lalu lintas yang menentukan cepat atau lambatnya sampai tujuan.

Menurut Moryades dan Lowe (1975), jarak absolut adalah jarak dari satu titik ke titik lainnya (*point to point distance*), yang terbagi menjadi jalur garis lurus yang pendek (*staright line short path*). Perbedaan antara kedua jarak absolut tersebut diakibatkan oleh variasi kualitas dan karakteristik keruangan permukaan bumi yang memisahkan kedua titik itu, yaitu :

1. *Isotropic surfaces*, adalah usaha perpindahan (*movement effort*) pada semua arah dari semua titik di permukaan yang datar
2. *Anisotropic surfaces*, adalah usaha permindahan (*movement effort*) yang bervariasi arahnya dari semua titik di permukaan yang datar.

Cara termudah untuk melihat jarak pada garis lurus terpendek (*staright line short paths*) adalah dengan meninjau jarak terpendek di sepanjang garis lurus antara dua titik. Sedangkan jalur garis tidak lurus yang pendek (*non-straight line short path*) merupakan jarak absolut terpendek yang

memisahkan dua titik yang diperkirakan tidak dalam garis lurus, tetapi berupa sejumlah garis lurus dengan orientasi yang berbeda.

## 2.7 Aksesibilitas

### 1. Jaringan Jalan

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia no.38 tahun 2004 tentang jalan, pengertian jalan adalah prasarana transportasi darat yang meliputi segala bagian jalan, termasuk bangunan pelengkap dan perlengkapannya yang diperuntukkan bagi lalu lintas, yang berada pada permukaan tanah, di atas permukaan tanah, di bawah permukaan tanah dan/atau air, serta di atas permukaan air, kecuali jalan kereta api, jalan lori, dan jalan kabel.

Menurut Direktori Jenderal Bina Marga Dirjen Pembinaan Kota 1990, jalan dibedakan menjadi :

- Jalan Arteri, yaitu jalan yang menghubungkan kota jenjang ke satu dengan kota jenjang ke satu yang letaknya berdampingan, atau menghubungkan kota jenjang ke satu dengan kota jenjang ke dua.
- Jalan Kolektor adalah jalan yang menghubungkan kota jenjang ke dua dengan kota jenjang ke dua, atau menghubungkan kota jenjang ke dua dengan kota jenjang ke tiga.
- Jalan Lokal adalah jalan yang menghubungkan kota jenjang ke satu dengan persil atau menghubungkan kota jenjang kedua dengan persil.

Jaringan jalan adalah prasarana perhubungan darat yang merupakan salah satu penunjang mobilitas. Pola jaringan jalan yang baik adalah yang menghubungkan antar tempat kegiatan, sehingga dapat berfungsi dengan tepat untuk :

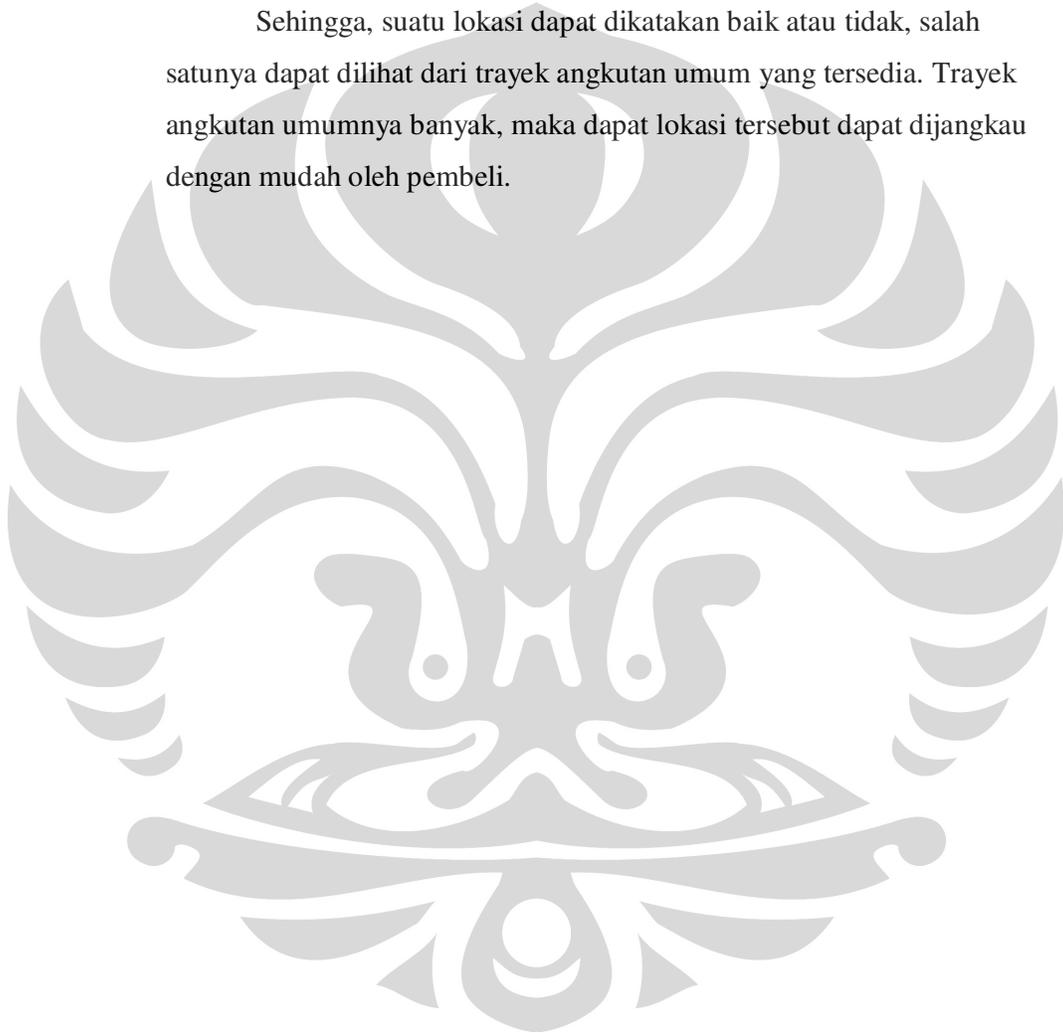
- Kelancaran hubungan dalam proses interaksi kegiatan
- Kelancaran hubungan dalam proses sebaran kebutuhan masyarakat
- Kelancaran hubungan dalam proses pelayanan kebutuhan

### 2. Trayek Angkutan Umum

Transportasi darat merupakan sarana untuk mempermudah mobilitas seseorang terutama dalam suatu wilayah. Transportasi umum

sangat dibutuhkan oleh sebagian besar masyarakat kota, Bagaimanapun majunya suatu perkotaan akan tetap membutuhkan suatu angkutan umum. Sebagian besar masyarakat kota di Indonesia sangat membutuhkan angkutan umum. Apalagi jika dari segi finansial, tidak semua masyarakat dapat memiliki kendaraan pribadi, sehingga mobilitas mereka sangat didukung oleh ketersediaan angkutan umum.

Sehingga, suatu lokasi dapat dikatakan baik atau tidak, salah satunya dapat dilihat dari trayek angkutan umum yang tersedia. Trayek angkutan umumnya banyak, maka dapat lokasi tersebut dapat dijangkau dengan mudah oleh pembeli.



## **BAB 3**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Variabel Penelitian**

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini berkaitan dengan :

1. Karakteristik Lokasi, yaitu :
  - Penggunaan Tanah sekitar
  - Jaringan jalan
2. Karakteristik Penjualan, yaitu :
  - Kualitas buah
  - Variasi jenis buah
  - Fasilitas Kios Buah
3. Karakteristik Konsumen, yaitu :
  - Jangkauan Pelayanan Kios Buah
  - Wilayah Tangkapan Kios Buah
  - Karakteristik Wilayah Asal Konsumen
  - Alasan Memilih

#### **3.2 Pengumpulan Data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer yang dimaksud adalah data yang diperoleh dengan melakukan survey langsung ke lapangan, sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh melalui pihak lain seperti instansi atau lembaga terkait, perpustakaan, arsip perseorangan dan sebagainya.

##### **3.2.1 Pengumpulan Data Primer**

Dalam penelitian ini, data primer yang dikumpulkan ditujukan untuk mengetahui ciri penjualan dan karakteristik konsumen di masing-masing toko buah.

Selain itu, data-data primer yang didapatkan berguna untuk mengetahui wilayah jangkauan kios buah Kalimantan dan Jatinegara. Data-data primer tersebut adalah sebagai berikut :

1. Data mengenai kualitas buah yang didapatkan melalui kuisisioner yang diajukan kepada pedagang buah
2. Data mengenai variasi jenis buah yang didapatkan melalui kuisisioner yang diajukan kepada pedagang buah.
3. Data mengenai fasilitas penjualan yang didapatkan melalui kuisisioner yang diajukan kepada pedagang buah
4. Data mengenai wilayah jangkauan kios buah yang merupakan wilayah asal konsumen. Data ini didapatkan melalui Kuisisioner yang diajukan kepada konsumen yang datang pada hari senin-minggu pada pukul 13.00-17.00 WIB. Pengambilan sampel pada waktu tersebut dilakukan dengan pertimbangan konsumen kios buah ramai pada jam tersebut. Periode waktu yang digunakan yaitu pada pekan pertama dan akhir bulan, untuk mengetahui asal konsumen, untuk mengetahui perbedaan jumlah konsumen pada periode-periode waktu tersebut. Dari hasil survey yang dilakukan pada tanggal 24 April-8 Mei 2010, diperoleh 161 responden di Kios buah Kalimalang, serta 95 responden di Kios buah Jatinegara.
5. Data mengenai wilayah tangkapan kios buah yang didapatkan dengan menarik garis terluar dari titik-titik sebaran konsumen. Syarat penarikan garis dilihat berdasarkan jaringan jalan dan karakteristik lokasi konsumen kios buah.

### **3.2.2 Pengumpulan Data Sekunder**

Pada penelitian ini, data sekunder yang dibutuhkan adalah :

1. Peta Administrasi Jakarta yang didapat dari Badan Pertanahan Nasional.
2. Peta Penggunaan Tanah Jakarta yang didapat dari Badan Pertanahan Nasional untuk mengetahui kondisi lokasi perdagangan buah di Kalimalang dan Jatinegara.
3. Peta Jaringan Jalan Jakarta yang didapat dari Badan Pertanahan Nasional.

### **3.3 Pengolahan Data**

Dalam pengolahannya, data yang telah didapatkan di lapangan diolah agar sesuai dengan tujuan penelitian, sehingga dapat diinformasikan melalui visualisasi peta, kemudian memiliki informasi basis data keruangan. Dalam pengolahan data, dilakukan penyuntingan terhadap data-data yang didapatkan di lapangan, sehingga jika terdapat data yang kurang jelas, dapat dilakukan koreksi. Selanjutnya, tahapan pengolahan data tersebut adalah :

#### **3.3.1 Pengolahan Data Kualitas Buah**

Pengolahan data kualitas buah dilakukan dengan mengelompokkan kualitas buah di masing-masing lokasi kios buah berdasarkan kondisi fisik buah, yaitu tekstur dan kesegaran buah.

Data kualitas buah ini dikelompokkan dalam bentuk tabel matriks. Dari matriks tersebut akan terlihat perbedaan kualitas buah di masing-masing lokasi

#### **3.3.2 Pengolahan Data Variasi Jenis Buah**

Pengolahan data variasi buah dilakukan dengan mengelompokkan jumlah jenis buah impor pada kios buah di masing-masing lokasi. Pengelompokkan tersebut berdasarkan klasifikasi yaitu < 5 jenis, 5 – 10 jenis, dan >10 jenis.

Data kualitas buah ini dikelompokkan dalam bentuk tabel matriks. Dari matriks tersebut akan terlihat perbedaan variasi jenis buah di masing-masing lokasi.

#### **3.3.3 Pengolahan Data Fasilitas Kios Buah**

Pengolahan data fasilitas kios buah dilakukan dengan mengelompokkan ketersediaan fasilitas penjualan yang terdapat pada kios buah di masing-masing lokasi.

Data fasilitas kios buah tersebut dikelompokkan dalam bentuk tabel, kemudian ketersediaan fasilitas kios buah tersebut dibandingkan dan dideskripsikan di masing-masing lokasi.

### **3.3.4 Pengolahan Data Daerah Asal Konsumen**

Pengolahan data daerah asal konsumen dilakukan dengan mengelompokkan konsumen dan daerah tempat tinggal konsumen berdasarkan batas administrasi. Pengelompokkan data tersebut dalam bentuk tabel menggunakan Microsoft Excel.

Kemudian digambarkan secara spasial dalam bentuk peta menggunakan Arcview GIS. Setelah diolah dalam bentuk spasial, akan didapatkan titik-titik sebaran wilayah konsumen masing-masing kios buah pada setiap periode

### **3.3.5 Pengolahan Data Alasan Konsumen Memilih Lokasi Kios Buah**

Pengolahan data alasan konsumen dalam memilih lokasi kios buah dilakukan dengan mengelompokkan data tiap alasan konsumen, kemudian dihitung jumlah konsumen yang memilih masing-masing alasan tersebut.

Data tersebut diolah dalam bentuk grafik. Setelah itu data grafik tersebut dideskripsikan sehingga terlihat alasan yang paling banyak dipilih konsumen dalam membeli buah di lokasi tersebut.

### **3.3.6 Pengolahan Data Wilayah Jangkauan Kios Buah**

Pengolahan data wilayah jangkauan kios buah dilakukan dengan membuat batas wilayah pasar yang merupakan jarak  $< 3$  km untuk batas riil,  $> 6$  km untuk batas ideal. Untuk batas ideal radiusnya  $> 6$  km,

Sehingga hanya menggunakan garis tipis sebagai penegas batas ideal tersebut. Namun untuk lingkaran batas ideal yang melewati wilayah Jakarta dan Bekasi, lingkaran batas ideal tidak digunakan.

### **3.3.7 Pengolahan Data Wilayah Tangkapan Kios Buah**

Pengolahan data wilayah tangkapan kios buah dilakukan dengan menarik garis terluar yang menghubungkan titik-titik sebaran konsumen kios buah.

Syarat penarikan garis wilayah tangkapan ini adalah berdasarkan jaringan jalan serta karakteristik lokasi konsumen kios buah. Garis tersebut mengikuti jaringan jalan yang ada dan disesuaikan dengan karakteristik lokasi konsumen.

### **3.3.8 Pengolahan Data Peta**

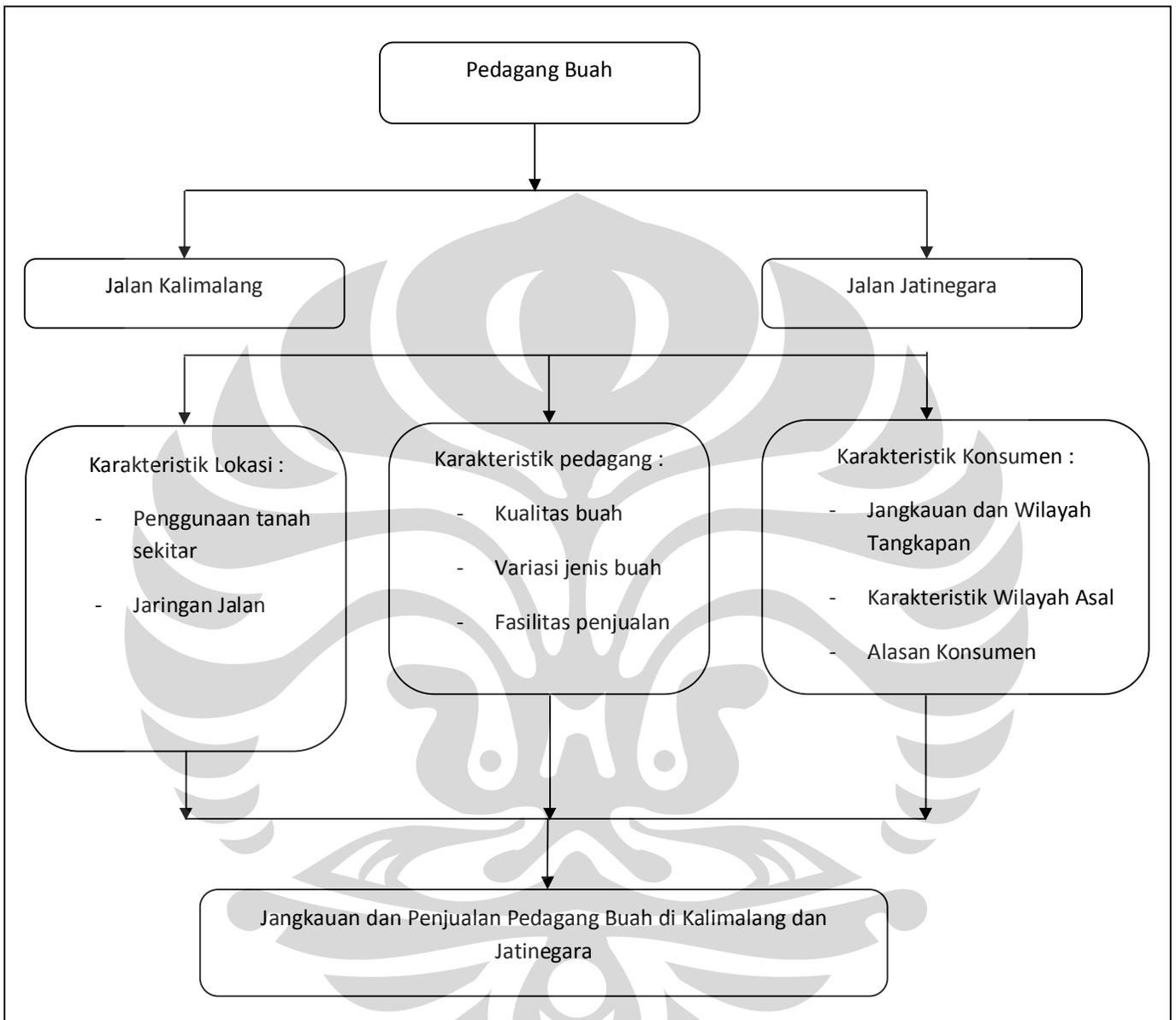
Pengolahan data peta yang dilakukan adalah :

1. Pengolahan data Peta Lokasi dan Jaringan Jalan yang menunjukkan lokasi kios buah di Jalan Kalimalang dan Jatinegara .
2. Pengolahan data Peta Penggunaan Tanah di sekitar lokasi kios buah.
3. Pengolahan data Peta Jangkauan Konsumen yang menunjukkan jangkauan konsumen kios buah dan klasifikasi jarak.
4. Pengolahan data Peta Ciri Penjualan Kios Buah di masing-masing lokasi yang menampilkan grafik perbedaan ciri penjualan kios buah di masing-masing lokasi.

### **3.4 Analisa**

Analisa yang dilakukan dalam penelitian ini adalah analisa keruangan, analisis statistic, dan analisis deskriptif. Analisa keruangan yang dilakukan yaitu mengaitkan antara hubungan jarak dengan jumlah konsumen serta perbedaan jangkauan dengan karakteristik kedua wilayah lokasi pusat perdagangan buah tersebut.

Sedangkan analisa deskriptif , dilakukan agar dapat memberikan penjelasan mengenai perbedaan jangkauan perdagangan buah tersebut dan faktor-faktor yang mempengaruhinya, sesuai dengan data yang ada. Sehingga, penelitian ini bersifat nomotetik, yang memiliki tujuan untuk menyampaikan penjelasan mengenai fenomena keruangan dan menghasilkan suatu dalil yang bersifat umum (Sandy, 1992)



**Gambar 2.3 Alur Pikir Penelitian**

## BAB 4

### GAMBARAN UMUM WILAYAH PENELITIAN

#### 4.1 Jalan Kalimalang

Kios buah yang berada di Jalan Kalimalang secara administratif terletak di Jalan Inspeksi Saluran Kalimalang, Kelurahan Cipinang Besar Selatan, Jakarta Timur. Jalan raya ini berada di tepi Kalimalang yang menghubungkan Jakarta dengan Bekasi. Berikut ini adalah batas-batas Jalan Inspeksi Saluran Kalimalang :

Utara : Kotamadya Jakarta Timur dan Bekasi Barat  
Selatan : Kalimalang  
Timur : Bekasi Barat  
Barat : Jalan D.I. Panjaitan Halim

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, bahwa Jalan Inspeksi Saluran Kalimalang merupakan jalur yang menghubungkan Jakarta dan Bekasi. Hal ini menjadikan Jalan Inspeksi Saluran Kalimalang menjadi alternatif bagi penduduk Bekasi yang bekerja di wilayah Jakarta atau pun sebaliknya. Jalan raya ini pun menjadi jalur yang ramai bahkan dapat dikatakan padat kendaraan bermotor.

Hal-hal tersebut menjadi faktor berkembangnya fasilitas-fasilitas di sekitar jalan tersebut seperti sekolah, rukan, rumah sakit, rumah makan atau restoran, serta pusat perbelanjaan seperti supermarket, mini market, dan swalayan. Selain itu, seiring dengan perkembangannya, banyak perumahan yang dibangun di sekitar jalan raya ini, bahkan pintu gerbang perumahan tersebut berada di tepi jalan raya Kalimalang.

Jalan Inspeksi Saluran Kalimalang memiliki dua jalur, yaitu jalur arah Bekasi di sisi utara dan jalur arah Cawang di sisi selatan. Kalimalang

berada di sisi jalur yang mengarah ke Cawang atau di selatan jalan. Penggunaan tanah di Jalan Inspeksi Saluran didominasi oleh permukiman dan rukan. Jalur ini biasanya padat pada pagi dan sore hari. Kepadatan pada pagi hari dimulai sekitar pukul 6.00 – 9.00 WIB, sedangkan pada sore hari sekitar pukul 16.30 – 21.00 WIB.

#### **4.2 Kios Buah di Jalan Kalimalang**

Kios buah di Jalan Inspeksi Saluran Kalimalang dibangun sejak tahun 1990 oleh Pemda DKI sebagai pusat perdagangan buah dan jajanan kaki lima. Kios buah ini terletak berderet sepanjang sekitar 200 meter dengan nomor-nomor kios yang terdapat di atap masing-masing kios. Pada awalnya, setiap satu unit kios disewa oleh seorang pedagang.

Namun, seiring dengan berjalannya waktu dan perkembangan usaha masing-masing pedagang, beberapa pedagang menyewa masing-masing dua sampai tiga unit kios. Sehingga di Jalan Kalimalang terdapat sepuluh pedagang kios buah.

#### **4.3 Jalan Jatinegara**

Kios buah yang berada di Jalan Jatinegara ini secara administratif berada di Jalan Jatinegara Timur, Kelurahan Balimester, Jakarta Timur. Berikut ini merupakan batas-batas wilayah Jalan Jatinegara Timur :

Utara : Kelurahan Matraman

Selatan : Kelurahan Kampung Melayu

Timur : Kelurahan Rawabunga

Barat : Jalan Jatinegara Barat

Nama Jatinegara diambil berdasarkan daerah tersebut dahulunya merupakan hutan jati yang sangat rimbun. Tanah di daerah ini dimiliki oleh Cornelis van Senen yang biasa disebut oleh masyarakat sekitar Meester Cornelis. Tanah tersebut berkembang menjadi permukiman dan

pusat perdagangan yang ramai. Kemudian, seiring dengan dibangunnya jalan Anyer – Panarukan yang melewati Jalan Jatinegara, jalan ini menjadi berkembang pesat hingga seperti sekarang ini.

Jalan Jatinegara Timur kini didominasi oleh penggunaan tanah perkantoran. Selain itu terdapat pula fasilitas seperti Pasar Mester, rumah sakit, rumah makan, serta Terminal Kampung Melayu dan halte bus Trans Jakarta yang membuat jalan ini ramai dilalui kendaraan.

#### **4.4 Kios Buah Jalan Jatinegara**

Kios buah di Jalan Jatinegara Timur dibangun sejak tahun 1990 oleh Pemda DKI sebagai pusat perdagangan buah kaki lima, hampir sama dengang kios buah di Kalimalang. Kios buah ini terletak berderet sepanjang sekitar 150 meter dengan nomor-nomor kios yang terdapat di atap masing-masing kios.

Hampir sama seperti kios buah di Jalan Kalimalang, pada awalnya setiap pedagang menyewa dua sampai tiga kios. Namun, seiring dengan berjalannya waktu, masing-masing pedagang tersebut mulai menyewa satu sampai tiga kios.

## BAB 5 KARAKTERISTIK LOKASI, PENJUALAN, DAN KONSUMEN

### 5.1 Karakteristik Lokasi Kios Buah

#### 5.1.1 Kegiatan Sekitar Kios Buah Jalan Kalimalang

Berdasarkan hasil observasi lapangan, Kios Buah Kalimalang berada di tepi jalan raya yang dekat dengan permukiman penduduk. Ramainya jalan raya ini dilewati oleh enam transportasi umum serta merupakan jalur alternatif bagi masyarakat Jakarta dan Bekasi yang menjalani kehidupan komuter membuat wilayah ini juga didominasi oleh tempat usaha, termasuk di sekitar lokasi kios buah ini, rumah makan, *dealer* motor, sekolah, rumah sakit, dan pasar inpres.



Sumber : Survey Lapangan 2010

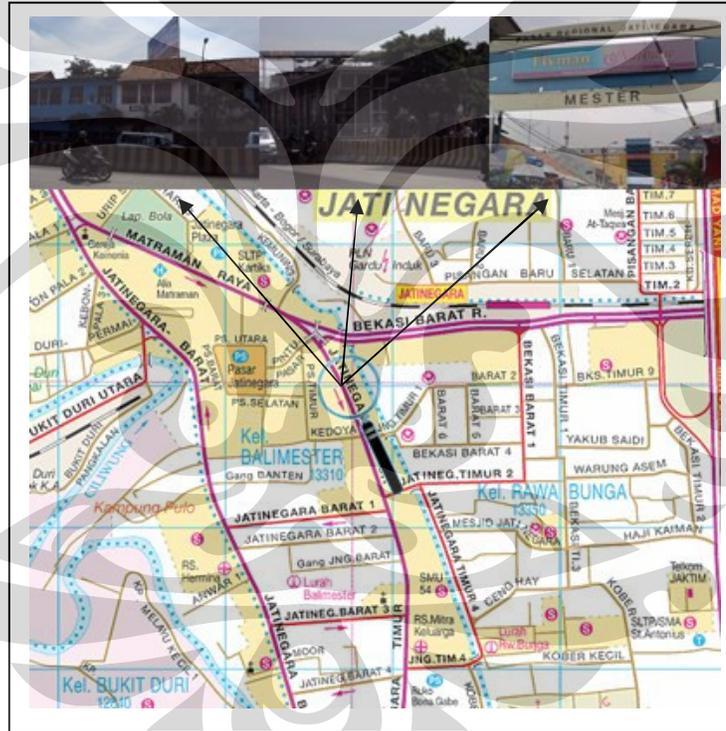
**Gambar 5.1 Kegiatan di sekitar Kios Buah Kalimalang**

Lokasi tempat-tempat usaha itu terdapat di sebelah timur dan barat Kios Buah Kalimalang atau di tepi jalur jalan arah Bekasi. Sedangkan di

selatan Kios Buah merupakan Saluran Air Kalimalang yang terbentang sepanjang jalan raya Jakarta-Bekasi.

### 5.1.2 Kegiatan Sekitar Kios Buah Jatinegara

Berdasarkan hasil observasi lapangan, kios buah Jatinegara berada di tepi jalan raya yang ramai dilalui kendaraan, baik transportasi umum maupun pribadi. Di belakang kios buah ini terdapat Pasar Mester yang merupakan pasar tradisional untuk regional Jakarta Timur. Selain itu, di sekitar kios buah itu terdapat lokasi usaha lainnya, seperti toko buku, wartel, yang terletak di sebelah timur Kios Buah serta toko plakat dan piala. Kemudian, di sekitar lokasi kios buah ini terdapat jembatan penyebrangan dan halte busway.



Sumber : Survey Lapangan 2010

**Gambar 5.2 Kegiatan di sekitar Kios Buah Jatinegara**

Lokasi Kios Buah Jalan Jatinegara ini terletak di tepi jalan yang jalurnya berasal dari arah Matraman. Sedangkan tempat-tempat usaha

yang terdapat di sebelah timur Kios Buah berada di tepi jalur yang arahnya dari Stasiun Jatinegara.

## 5.2 Jaringan Jalan

Jaringan jalan di lokasi kedua kios buah dilihat dari kelas jalan, lebar jalan, jumlah jalur, dan jumlah arahnya. Kondisi jaringan jalan tersebut kemudian dikaitkan dengan letak administrative lokasi tersebut.

**Tabel 5.1 Karakteristik Lokasi Berdasarkan Jaringan Jalan**

Jumlah Konsumen Kios Buah	Jaringan Jalan			
	Kelas jalan	Lebar Jalan (m)	Jumlah Jalur	Jumlah Arah
Kalimalang	utama	6	2	2
Jatinegara	utama	14	5	1

Sumber : Pengolahan Data 2010

### 5.2.1 Jaringan Jalan Kios Buah Kalimalang

Jaringan jalan yang terdapat di sekitar Kios Buah Kalimalang dilihat dari kelas jalannya adalah jalan utama dengan lebar lebih kurang 6 meter. Jalan utama tersebut terbagi menjadi dua arah, yaitu arah Bekasi yang terletak di bagian utara, tepat di depan kios buah dan arah Cawang yang terletak di bagian selatan yang berada di seberang kios buah. Jalan utama tersebut terbentang dari Kelurahan Cipinang Besar Selatan sampai Kelurahan Kayuringin Raya, Bekasi Barat.

### 5.2.2 Jaringan Jalan Kios Buah Jatinegara

Jaringan jalan yang terdapat di sekitar kios buah Jatinegara dilihat dari kelas jalannya juga merupakan jalan utama dengan lebar jalan lebih kurang 14 meter. Jalan utama ini merupakan jalur satu arah dan dibagi menjadi tiga lajur. Lajur yang berada tepat di depan kios buah dengan lebar lebih kurang 6 meter dari arah Matraman menuju Kampung Melayu. Lajur yang berada di tengah memiliki lebar lebih kurang 2 meter merupakan jalur Busway yang mengarah ke Terminal Kampung Melayu.

Lajur yang ketiga memiliki lebar lebih kurang 6 meter yang juga mengarah ke Kampung Melayu dan berasal dari arah Matraman dan Stasiun Jatinegara.

### 5.3 Karakteristik Penjualan Kios Buah

#### 5.3.1 Kualitas Buah

Kualitas buah di kedua kios buah ini dilihat dari kelas buah yang dijual di kios tersebut. Buah dengan kualitas kelas 1 yaitu memiliki fisik buah yang segar, rona kulit halus, serta rasa yang manis. Kemudian, buah dengan kualitas kelas 2 yaitu memiliki fisik buah yang segar, rona kulit agak kasar, dan rasa yang manis. Sedangkan buah dengan kualitas kelas 3 yaitu memiliki fisik buah yang kurang segar, rona kulit kasar, dan rasa kurang manis.

Tabel 5.2 Karakteristik Penjualan Berdasarkan Kualitas Buah

Lokasi Kios Buah	Kualitas Buah		
	Tingkat Kesegaran (%)	Rona Kulit Halus (%)	Rasa Manis (%)
Kalimalang	90%	90%	90%
Jatinegara	80%	85%	85%

Sumber : Pengolahan Data 2010

Pada Kios buah Kalimalang, kualitas buahnya merupakan kelas 1 karena memiliki buah yang segar, rona kulit halus, serta rasa yang manis. Berdasarkan hasil wawancara terhadap pedagang buah melalui pengajuan kuisioner, buah yang dijual di Kios Buah Kalimalang ini adalah buah segar import dengan kualitas yang bagus dilihat dari kondisi fisik serta rasa. Buah-buahan ini disuplai dari Pelabuhan Tanjung Priok. Pada kios buah ini, buah-buah yang telah diantarkan oleh pemasok buah setiap harinya dalam kemasan kardus, kemudian diseleksi, buah yang kurang bagus atau busuk tidak dijual. Setelah diseleksi, buah - buah tersebut dibersihkan menggunakan kain, atau buah seperti kelengkeng dibersihkan dengan air.

Begitu pula dengan Kios Buah Jatinegara menjual buah dengan kualitas kelas 1 karena memiliki buah yang segar, rona kulit halus dan rasa yang manis. Namun tingkat kualitas buah kelas 1 yang dijual tidak sebanyak Kios Buah Kalimalang. Di kios buah ini lebih banyak terdapat buah yang kurang segar, rona kulit agak kasar, serta rasanya yang kurang manis. Berdasarkan hasil wawancara melalui kuisisioner terhadap pedagang buah di Jalan Jatinegara, kualitas buah yang dijual di Kios Buah Jatinegara sama dengan buah yang dijual di Kios Buah Kalimalang. Suplai buah-buahan ini berasal dari Pelabuhan Tanjung Priok. Namun, dari segi harga, buah yang dijual di kios ini sedikit lebih mahal daripada di Kios Buah Kalimalang. Perbedaan harga yang ditawarkan sekitar Rp 500 sampai Rp 1.000. Seperti yang dilakukan di Kios Buah di Kalimalang, buah-buahan di Kios Buah Jatinegara juga diseleksi. Buah yang kurang bagus atau busuk tidak dijual, serta buah-buahan tersebut dilap dengan kain.

### 5.3.2 Variasi Jenis Buah

Variasi jenis buah dilihat dari jumlah jenis buah yang dijual di kedua kios buah tersebut. Variasi jenis buah diklasifikasikan menjadi < 5 jenis, 5 – 10 jenis, dan > 10 jenis.

**Matriks 5.3 Karakteristik Penjualan Berdasarkan Variasi Jenis Buah**

Lokasi Kios Buah	Variasi Jenis Buah	
	Jumlah Buah Impor (%)	Jumlah Buah Lokal (%)
Kalimalang	76	24
Jatinegara	50	50

Sumber : Pengolahan Data 2010

Pada kios buah Kalimalang, variasi jenis buah yang dijual adalah > 10 jenis yang merupakan buah Impor dan buah lokal. Buah impor yang dijual yaitu jeruk Sunkist, Jeruk Ponkam, Apel, Pir, Anggur Merah, Anggur Hijau, Anggur Hitam, Pisang, Pepaya, Strawberry, Alpukat, Melon, Semangka, Kelengkeng, dan Durian. Kemudian buah khas

Indonesia, Jeruk Pontianak, Mangga, Salak, Pisang Barangan, dan Pisang Tanduk.

Pada kios buah Jatinegara, variasi jenis buah yang dijual juga berjumlah > 10 jenis. Variasi buah tersebut juga terdiri dari buah impor dan lokal. Di kios buah ini, buah-buahan impor yang dijual yaitu Apel, Pir, Jeruk Ponkam, Jeruk Sunkist, Belimbing, Anggur Merah, Anggur Hitam, Anggur Hijau, Pisang, Durian, Semangka, Melon. Kemudian buah lokal seperti Markisa, Apel Malang, dan Mangga.

### 5.3.3 Fasilitas Penjualan

Fasilitas penjualan dilihat dari konsumen yang menggunakan fasilitas yang disediakan kedua kios buah tersebut. Kios buah dengan kategori lengkap yaitu memiliki fasilitas penjualan parsel, pembuatan parsel, paket buah, dan pesan antar. Sedangkan kategori kurang lengkap yaitu hanya memiliki fasilitas penjualan parsel dan pembuatan parsel.

Matriks 5.4 Karakteristik Penjualan Berdasarkan Fasilitas Penjualan

Lokasi Kios Buah	Fasilitas Penjualan			
	Parsel Buah (%)	Pembuatan Parsel (%)	Paket Buah (%)	Pesan Antar (%)
Kalimalang	30	30	15	25
Jatinegara	45	55	0	0

Sumber : Pengolahan Data 2010

Pada kios buah Kalimalang, fasilitas penjualannya merupakan kategori lengkap karena memiliki fasilitas penjualan parsel, pembuatan parsel, paket buah, dan pesan antar. Fasilitas yang paling banyak digunakan oleh konsumen adalah fasilitas penjualan parsel dan pembuatan parsel, yaitu sebanyak 30 %. Sedangkan fasilitas pesan antar digunakan sebanyak 25 % konsumen. Sementara yang paling sedikit yaitu penggunaan fasilitas paket buah yang hanya 15 %.

Buah-buahan yang telah dikemas dalam bentuk parsel dengan tiga jenis ukuran. Parsel ukuran besar dengan 5 variasi jenis buah dan berat

buah lebih kurang 5 kg seharga Rp 100.000. Parsel ukuran sedang dengan 5 variasi jenis buah dan berat buah lebih kurang 3,5 kg seharga Rp 75.000. Sedangkan parsel ukuran kecil dengan 4 variasi jenis buah dan berat buah lebih kurang 2,5 kg seharga Rp 50.000.

Fasilitas pembuatan parsel yang dimaksud sesuai permintaan konsumen. Konsumen yang telah membeli buah dalam ukuran kilogram dapat meminta pedagang untuk mengemas dalam bentuk parsel tanpa biaya tambahan untuk tenaga mengemas. Pembeli hanya perlu membayar keranjang parsel seharga Rp 15.000. Biasanya, pembeli yang menggunakan fasilitas ini adalah pembeli yang memiliki waktu lebih banyak untuk menunggu proses pembuatan parsel, sedangkan konsumen yang tidak memiliki banyak waktu dalam membeli atau konsumen yang menggunakan fasilitas pesan antar biasanya lebih memilih parsel yang sudah dikemas oleh pedagang.

Pembuatan paket kecil dalam hal ini berbeda dengan pembuatan parsel. Jika parsel dibuat dalam bentuk besar dengan wadah keranjang dan berisi buah lebih besar dari 1 kg, maka pembuatan paket kecil ini dikemas dalam wadah plastik ukuran 30 x 15 cm. Paket kecil ini berisi buah anggur, kelengkeng, serta satu butir salak dan jeruk. Satu paket kecil ini beratnya hanya  $\frac{1}{4}$  kg, kemudian seluruh paket tersebut dikemas dalam bentuk kardus. Konsumen yang menggunakan fasilitas ini biasanya perusahaan yang mengadakan rapat. Selain itu terdapat beberapa buah seperti pir dan apel ada yang telah dikemas dengan Styrofoam dan plastik *clingwrap*. Dalam satu kemasan hanya terdapat satu jenis dengan isi 4 buah. Kemasan ini dibuat dengan tujuan konsumen yang tidak sempat memilih-milih dan menginginkan buah dengan kemasan khusus namun tidak dalam bentuk parsel, dapat lebih cepat dalam proses pembeliannya.

Fasilitas pesan antar di kios buah Kalimantan menggunakan kendaraan motor. Konsumen dapat menelepon kios buah tersebut dan memesan jenis buah yang diinginkan. Kemudian pesanan tersebut akan diantarkan sampai ke tujuan dengan biaya Rp 5.000. Biasanya konsumen

yang menggunakan fasilitas ini adalah perusahaan atau konsumen yang telah menjadi pelanggan kios buah tersebut.

Pada Kios Buah Jatinegara, fasilitas penjualannya merupakan kategori kurang lengkap, karena hanya memiliki fasilitas penjualan parsel dan pembuatan parsel. Tidak terdapat fasilitas pembuatan paket buah dan pesan antar. Fasilitas yang paling banyak digunakan konsumen yaitu fasilitas pembuatan parsel sebesar sebanyak 55 %, sedangkan penggunaan fasilitas penjualan parsel sebanyak 45%.

Fasilitas penjualan parsel yang sudah jadi dengan tiga jenis ukuran dan perbedaan harga. Parsel ukuran besar dengan berat buah lebih kurang 5 kg dan 5 variasi jenis buah seharga Rp 150.000. Parsel ukuran sedang dengan berat buah lebih kurang 3,5 kg dan 5 variasi jenis buah seharga Rp 100.000. Sedangkan parsel ukuran kecil dengan berat buah lebih kurang 2,5 kg dan 3 variasi jenis buah seharga Rp 75.000.

Sedangkan fasilitas pembuatan parsel ditujukan bagi pembeli yang telah membeli buah dalam ukuran kilogram. Pedagang tidak memerlukan biaya tenaga untuk membuat parsel, konsumen hanya perlu membeli keranjang parsel seharga Rp 25.000.

#### **5.4 Karakteristik Konsumen Kios Buah**

##### **5.4.1 Karakteristik Konsumen Kios Buah Berdasarkan Frekuensi Pembelian**

Karakteristik konsumen berdasarkan frekuensi pembelian dilihat dari frekuensi pembelian konsumen dalam satu bulan. Frekuensi pembelian tersebut diklasifikasikan menjadi 1x, 2x dan > 3x.

**Matriks 5.5 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Frekuensi Pembelian**

Lokasi Kios Buah	frekuensi Pembelian Dalam 1 Bulan		
	1x (%)	2x (%)	> 3x (%)
Kalimalang	22	40	38
Jatinegara	53	7	40

Sumber : Pengolahan Data 2010

Pada Kios Buah Kalimalang, frekuensi pembelian konsumen yang paling dominan adalah 2x dalam sebulan yaitu sebesar 40 %. Konsumen yang membeli sebanyak > 3x dalam sebulan sebesar 38 %, sementara yang paling sedikit membeli sebanyak 1x dalam sebulan, yaitu sebesar 22 % .

Pada Kios Buah Jatinegara, frekuensi pembelian paling dominan adalah 1x dalam sebulan yaitu sebesar 53 %. Frekuensi pembelian > 3x sebesar 40 %, sedangkan yang paling sedikit konsumen membeli sebanyak 2x dalam sebulan, yaitu sebesar 7 %.

**5.4.2 Karakteristik Konsumen Kios Buah Berdasarkan Umur**

Karakteristik konsumen berdasarkan umur dilihat dari kategori umur konsumen masing-masing kios buah yang dominan. Kategori konsumen tersebut yaitu usia < 15 tahun, 15 – 30 tahun, dan > 30 tahun.

**Tabel 5.6 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia**

Lokasi Kios Buah	Usia Konsumen		
	< 15 tahun	15 - 30 tahun	> 30 tahun
Kalimalang	0%	17%	83%
Jatinegara	0%	14%	86%

Sumber : Pengolahan Data 2010

Pada Kios Buah Kalimalang, konsumen yang paling dominan adalah usia > 30 tahun, yaitu sebesar 83 %. Konsumen yang berusia 15 – 30 tahun sebanyak 17 %, sedangkan konsumen yang berumur < 15 tahun sebanyak 0 %.

Pada Kios Buah Jatinegara, didominasi dengan konsumen dengan usia > 30 tahun sebesar 86 %. Konsumen yang yang berusia 15 – 30 tahun sebanyak 14 %, sedangkan konsumen yang berumur < 15 tahun sebanyak 0 %.

#### 5.4.3 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jumlah Pembelian

Karakteristik konsumen berdasarkan pembelian dilihat dari jumlah pembelian setiap konsumen di kedua lokasi. Kategori jumlah pembelian yaitu 1 kg, 2 kg, dan > 3 kg.

**Tabel 5.7 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jumlah Pembelian**

Lokasi Kios Buah	Jumlah Pembelian		
	1 kg (%)	2 kg (%)	≥ 3 kg (%)
Kalimalang	38	34	28
Jatinegara	21	68	11

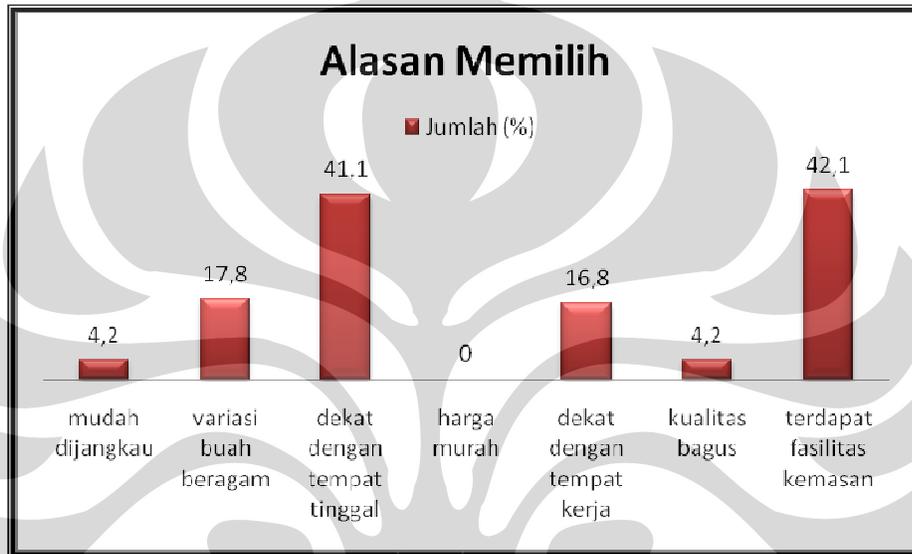
Sumber : Pengolahan Data 2010

Pada Kios Buah Kalimalang, jumlah pembelian konsumen yang paling dominan adalah 1 kg tiap pembelian, yaitu sebanyak 38 %. Konsumen yang membeli sebanyak 2 kg sebesar 34 %, sedangkan yang paling sedikit adalah pembelian ≥ 3 kg, yaitu hanya 28 %.

Pada Kios Buah Jatinegara jumlah pembelian konsumen yang paling dominan adalah 2 kg setiap pembelian, yaitu sebanyak 68 %. Konsumen yang membeli sebanyak 1 kg sebesar 21 %, sedangkan yang paling sedikit adalah konsumen yang membeli sebanyak ≥ 3 kg, yaitu hanya 11 %.

#### 5.4.4 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Alasan Memilih

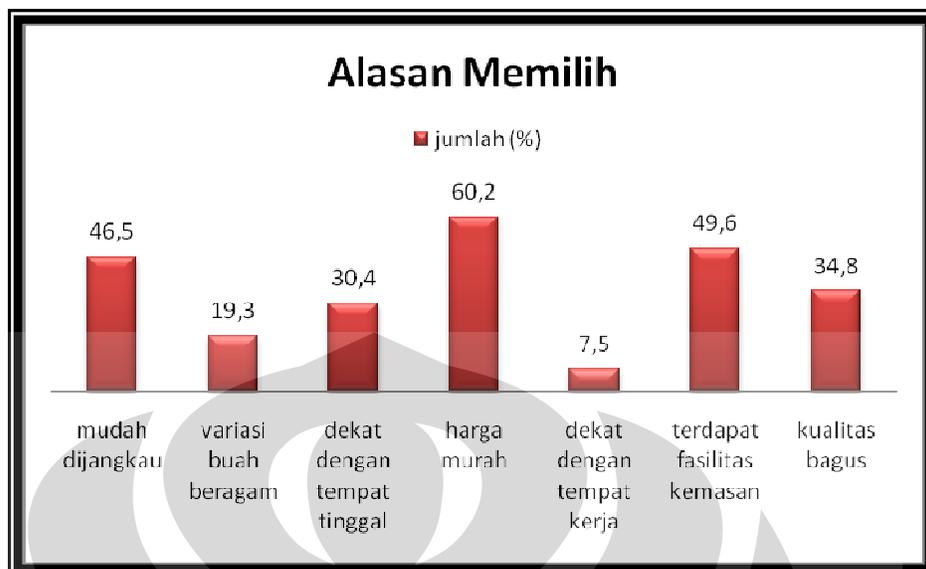
Karakteristik konsumen pada kedua kios buah dilihat dari jumlah alasan yang paling dominan yang dipilih oleh konsumen. Alasan tersebut yaitu mudah dijangkau, dekat dengan tempat tinggal, variasi buah beragam, harga murah, dekat dengan tempat kerja, dan terdapat fasilitas kemasan



Sumber : Pengolahan Data

**Gambar 5.3 Alasan Memilih Konsumen Kios Buah Kalimalang**

Pada Kios Buah Kalimalang, konsumen memilih untuk membeli buah di lokasi ini dengan alasan paling dominan karena harganya yang murah, sebesar 60,2 %. Sebanyak 49,6 % memilih karena terdapat fasilitas kemasan. Sebanyak 46,5 % memilih karena mudah dijangkau, 34,8 % memilih karena kualitasnya bagus, 34,8 % memilih karena kualitasnya bagus, 30,4 % memilih karena dekat dengan tempat tinggal, 19,3 % memilih karena variasi buah beragam, serta yang paling kecil konsumen memilih karena dekat dengan tempat kerja, yaitu sebesar 7,5 %.



Sumber : Pengolahan Data

**Gambar 5.3 Alasan Memilih Konsumen Kios Buah Kalimantan**

Pada Kios Buah Jatinegara, konsumen paling dominan memilih untuk membeli buah di Kios Buah tersebut karena terdapat fasilitas kemasan, yaitu sebesar 42 %. Sebanyak 41,1 % memilih karena dekat dengan tempat tinggal, sebanyak 17,2 % memilih karena dekat dengan tempat tinggal, sebanyak 16,8 % memilih karena dekat dengan tempat kerja, sebanyak 4,2 % memilih karena kualitas bagus dan mudah dijangkau, dan yang paling sedikit memilih karena harganya murah, yaitu sebesar 0 %.

### 5.5 Jangkauan Pelayanan Kios Buah

Jangkauan pelayanan kios buah di kedua lokasi dilihat berdasarkan batas wilayah pasar yang telah ditentukan, yaitu batas riil dengan radius < 3 km, batas dalam dengan radius antara 3 – 6 km, serta batas ideal, yaitu > 6 km. Masing-masing batas wilayah pasar menunjukkan kemampuan masing-masing kios buah dalam menjangkau konsumennya. Kemudian, dari masing-masing batas wilayah dilihat wilayah pelayanan milik bersama kedua kios buah tersebut.

Jangkauan kios buah kios buah berdasarkan waktu pembelian dibagi menjadi empat periode waktu, yaitu Hari Kerja – Awal Bulan, Hari Kerja – Akhir Bulan, Akhir Pekan – Awal Bulan, dan Akhir Pekan – Akhir Bulan. Perbedaan

periode waktu ini akan menunjukkan perbedaan jumlah konsumen dari masing-masing kios buah. Jangkauan dan tersebut dilihat berdasarkan Batas Wilayah Pasar, yaitu Batas Real, Batas Dalam, dan Batas Ideal.

### **5.5.1 Jangkauan Pelayanan Kios Buah Pada Hari Kerja – Awal Bulan**

Jangkauan konsumen Kios Buah Kalimantan pada periode ini yang termasuk pada Batas Real yang wilayahnya terdapat di Cipinang Indah 1, Cipinang Indah 2, Komplek Pondok Bambu, Cipinang Melayu, Taman Harapan, Halim Perdanakusumah, Kebon Pala, Pancawaga, Cawang Baru, dan Kebon Nanas Utara yang terletak di Jakarta Timur. Kemudian, untuk jangkauan dengan Batas Dalam yang wilayahnya terdapat di Komplek Duren Sawit dan Pondok Kelapa Indah yang berada di wilayah Jakarta Timur. Sedangkan untuk jangkauan dengan Batas Ideal yang wilayahnya terdapat di Perumnas Bekasi, Komplek Jaka Permai, Komplek Persada Kemala, Perumahan Pondok Timur Mas, dan Caman yang berada di wilayah Bekasi Barat, Taman Galaxy yang berada di Bekasi Selatan, Gamprit dan Jatibening Estate di wilayah Pondok Gede, serta wilayah Pejaten yang berada di Jakarta Selatan.

Jangkauan Konsumen Kios Buah Jatinegara pada periode ini yang termasuk pada Batas Real dengan asal wilayahnya yaitu Jatinegara Timur, Jatinegara Barat, Otista 2, Rawabunga, Kampung Melayu Besar, yang berada di wilayah Jakarta Timur, serta Bukit Duri yang berada di Jakarta Selatan. Kemudian, jangkauan dengan Batas Dalam dengan wilayah Kalibata Timur dan Rawajati Timur yang terdapat di wilayah Jakarta Selatan, serta Kenari yang berada di Jakarta Pusat. Sedangkan Batas Ideal dengan wilayah Komplek Duta Kranji dan Harapan Baru Regency yang terletak di wilayah Bekasi Barat, Cakung dan Bumi Harapan Permai yang terdapat di wilayah Jakarta Timur.

**Tabel 5.8 Karakteristik Konsumen Kios Buah Berdasarkan Batas Wilayah Pasar Pada Hari Kerja - Awal Bulan**

Jumlah Konsumen Kios Buah	Batas Wilayah Pasar		
	Batas Riil (%)	Batas Dalam (%)	Batas Ideal (%)
Kalimalang	17	3	4
Jatinegara	16	7	13

Sumber : Pengolahan Data 2010

Konsumen Kios Buah Kalimalang pada periode ini dominan pada batas riil yaitu sebanyak 17 %, pada batas ideal sebanyak 4 %. Sedangkan yang paling sedikit yaitu pada batas dalam, yaitu 3 %.

Konsumen pada Kios Buah Jatinegara pada periode ini dominan pada batas riil, yaitu sebanyak 16 %, pada batas ideal 13 %. Sedangkan yang paling sedikit yaitu pada batas dalam, sebanyak 7 %.

Pada periode ini, wilayah pelayanan milik kedua kios buah adalah Kelurahan Kebon Baru dan Bidara Cina pada batas riil. Kemudian wilayah pelayanan bersama pada batas dalam berada di Kelurahan Rawajati, Cililitan, dan Pejaten Timur pada batas dalam.

### **5.5.2 Jangkauan Pelayanan Kios Buah Pada Hari Kerja – Akhir Bulan**

Jangkauan konsumen Kios Buah Kalimalang pada periode ini yang termasuk pada Batas Real dengan wilayah yaitu Cawang Baru, Kebon Pala, Cipinang Indah 1 dan 2, Pancawarga, Cipinang Bali, dan Cipinang Melayu. Kemudian Batas Dalam dengan wilayahnya yaitu Pangkalan Jati (Jakarta Timur), Pondok Kelapa Indah (Jakarta Timur), Bina Lindung (Pondok Gede), Duren Sawit (Jakarta Timur), dan Tebet Timur (Jakarta Selatan). Sedangkan Batas Ideal dengan wilayah Bulak Kapal Permai (Bekasi Timur), Pekayon Indah (Bekasi Selatan), Jatibening Estate (Pondok Gede), Komplek Depkes Cibening (Pondok Gede), Komplek Pejaten Mas (Pasar Minggu), Jaka Permai (Jaka Sampurna).

Jangkauan konsumen Kios Buah Jatinegara pada periode ini yang termasuk pada Batas Real dengan wilayah Rawabunga (Jakarta Timur), Bukit Duri (Jakarta Selatan), Jatinegara Barat, Kampung Melayu Besar, Taman Indah

Bicara Cina, Pedati, dan Komplek TNI AD Matraman. Kemudian Batas Ideal dengan wilayah Griya Bintara Indah (Bekasi Barat), Komplek Polri Pejaten (Pasar Minggu), Pinang Ranti Residence (Jakarta Timur), Palem Indah (Jakarta Timur), Bumi Harapan Permai (Jakarta Timur), dan Perumahan Tamansari (Pondok Gede). Sedangkan pada Batas Dalam tidak ada dalam periode ini.

**Tabel 5.9 Karakteristik Konsumen Kios Buah Pada Hari Kerja – Akhir Bulan**

Jumlah Konsumen	Batas Wilayah Pasar		
	Batas Riil (%)	Batas Dalam (%)	Batas Ideal (%)
Kios Buah			
Kalimalang	20	4	9
Jatinegara	19	0	8

Sumber : Pengolahan Data 2010

Pada periode ini, konsumen kios buah Kalimalang pada periode ini dominan pada batas riil, yaitu sebesar 20 %, kemudian pada batas ideal 9 %. Sedangkan yang paling sedikit adalah pada batas dalam 4 %.

Pada periode ini, konsumen kios buah Jatinegara dominan pada batas riil, yaitu sebesar 19 %, kemudian pada batas ideal 9 %. Sedangkan pada batas dalam yang paling kecil yaitu 0 %.

Pada periode ini, wilayah pelayanan milik bersama kedua kios tersebut adalah Kelurahan Cipinang Cempedak pada batas riil, Kelurahan Cikoko, Pancoran, Duren Tiga, dan Pondok Kelapa pada batas dalam. Kemudian, Kecamatan pancoran pada batas dalam.

### **5.5.3 Jangkauan Pelayanan Kios Buah Pada Akhir Pekan – Awal Bulan**

Jangkauan konsumen Kios Buah Kalimalang pada periode ini yang termasuk pada Batas Real dengan wilayah Cipinang Indah 1, Cipinang Indah 2, Pondok Bambu, Pangkalan Jati, Cipinang Melayu, Halim Perdanakusumah, Perumnas Cawang, Pancawarga, dan Kebon Nanas Utara yang terletak di Jakarta Timur. Kemudian Batas Ideal dengan wilayah Bumi Jatiwaringin dan Gamprit yang berada di Pondok Gede, Pondok Kelapa Indah yang terdapat di Jakarta Timur, serta Tebet Timur yang berada di Jakarta Selatan. Sedangkan Batas Ideal

dengan wilayah Komplek Jaka Permai dan Perumnas Bekasi yang terdapat di Bekasi Barat, Komplek Bumi Satria Kencana, Pondok Timur Mas, dan Taman Galaxy yang berada di Bekasi Selatan, Komplek Depkes Cibening, Caman, dan Jatibening Estate yang berada di Pondok Gede, serta wilayah Pejaten yang berada di Jakarta Selatan.

Jangkauan konsumen Kios Buah Jatinegara pada periode ini yang termasuk pada Batas Real dengan wilayah Palmeriam, Kayu Manis, Jatinegara Timur, Cipinang Elok, Kebon Sayur Bidara Cina yang terdapat di Jakarta Timur, serta Kampung Melayu Besar 1 dan Bukit Duri yang terdapat di Jakarta Selatan. Kemudian Batas Dalam dengan wilayah Kramat, Cikini, dan Proklamasi serta Matraman Dalam yang terdapat di Jakarta Pusat. Pada periode ini tidak terdapat jangkauan dengan Batas Ideal.

**Tabel 5.10 Karakteristik Konsumen Kios Buah Pada Akhir Pekan-Awal Bulan**

Jumlah Konsumen Kios Buah	Batas Wilayah Pasar		
	Batas riil (%)	Batas dalam (%)	Batas ideal (%)
Kalimalang	11	4	6
Jatinegara	14	4	0

Sumber : Pengolahan Data 2010

Pada periode ini, konsumen kios buah Kalimalang dominan pada batas riil yaitu sebesar 11 %, kemudian pada batas dalam sebesar 6 %. Sedangkan yang paling sedikit yaitu pada batas dalam sebesar 4 %.

Pada periode ini, konsumen kios buah Jatinegara dominan pada batas riil, yaitu sebesar 14 %, kemudian pada batas dalam sebesar 4 %. Sedangkan pada batas ideal 0 %.

Wilayah pelayanan milik bersama pada periode ini terdapat pada Kelurahan Cipinang Cempedak dan Bidara Cina. Wilayah pelayanan milik bersama hanya terdapat pada batas riil.

#### 5.5.4 Jangkauan Pelayanan Kios Buah Pada Akhir Pekan – Akhir Bulan

Jangkauan konsumen Kios Buah Kalimantan pada periode ini yang termasuk pada Batas Real dengan wilayah adalah Cipinang Indah 1, Cipinang Indah 2, Pancawarga, Kebon Nanas Utara, Cawang Baru, Perumahan Pondok Bambu, Kebon Pala, dan Cipinang Melayu yang keseluruhannya berada di wilayah Jakarta Timur. Kemudian Batas Dalam dengan wilayah Curug (Jakarta Timur), Komplek Billy & Moon (Jakarta Timur), serta Tebet Timur (Jakarta Selatan). Sedangkan Batas Ideal dengan wilayah Perumnas Bekasi, Taman Galaxy (Bekasi Selatan), Komplek Depkes Cibening (Bekasi Barat), dan Komplek Jaka Permai (Bekasi Barat).

Jangkauan konsumen Kios Buah Jatinegara pada periode ini yang termasuk pada Batas Real dengan wilayah Jatinegara Timur, Kampung Melayu Besar, Kebon Manggis, Pedati, yang terletak di Jakarta Timur, serta Matraman Dalam (Jakarta Pusat). Kemudian Batas ideal dengan wilayah Kalibata (Jakarta Selatan), Cikini (Jakarta Pusat), dan Kramat (Jakarta Pusat). Namun, pada periode ini tidak terdapat jangkauan dengan Batas Dalam.

**Tabel 5.11 Karakteristik Konsumen Kios Buah pada Akhir Pekan- Akhir Bulan**

Jumlah Konsumen Kios Buah	Batas Wilayah Pasar		
	Batas riil (%)	Batas dalam (%)	Batas ideal (%)
Kalimalang	12	2	6
Jatinegara	8	5	2

Sumber : Pengolahan Data 2010

Pada periode ini, konsumen Kios Buah Kalimantan dominan pada batas riil, yaitu sebesar 12 %. Kemudian pada batas dalam sebesar 2 %, sedangkan yang paling kecil yaitu pada batas ideal sebesar 6%.

Pada Periode ini, konsumen Kios Buah Jatinegara dominan pada batas riil, yaitu sebesar 12 %. Kemudian pada batas dalam sebesar 2 %. Sedangkan yang paling sedikit yaitu pada batas ideal, sebesar 2 %.

Pada periode ini, wilayah pelayanan milik bersama Kios Kalimalang dan Jatinegara terdapat di Kelurahan Kebon Baru, Bidara Cina, dan Cipinang Cempedak. Wilayah pelayanan milik bersama hanya terdapat pada batas riil.

## **5.6 Karakteristik Wilayah Jangkauan Kios Buah Jalan Kalimalang dan Jatinegara**

Karakteristik wilayah asal konsumen dilihat Kios Buah Kalimalang dan Jatinegara dilihat dari jaringan jalan dan penggunaan tanah wilayah asal konsumen tersebut. Karakteristik wilayah asal konsumen tersebut dilihat berdasarkan wilayah jangkauan pelayanan di setiap batas wilayah pasar.

### **5.6.1 Karakteristik Wilayah Asal Konsumen Kios Buah pada Batas Riil**

Wilayah asal Konsumen Kios Buah Kalimalang pada batas riil merupakan wilayah dengan jaringan jalan yang terdiri dari kelas jalan lokal, jalan kolektor, jalan arteri, dan jalan tol. Namun, yang mendominasi wilayah ini adalah kelas jalan lokal. Sedangkan penggunaan tanah di wilayah asal konsumen pada batas ini merupakan penggunaan tanah jasa perdagangan, perumahan padat penduduk, perumahan teratur, badan air, serta tanah pertanian dan ruang terbuka hijau. Penggunaan tanah yang mendominasi adalah perumahan padat penduduk.

Wilayah asal Konsumen Kios Buah Jatinegara pada batas dalam merupakan wilayah dengan jaringan jalan yang terdiri dari kelas jalan lokal jalan tol, dan jalan arteri. Kelas jalan lokal mendominasi wilayah ini. Sedangkan penggunaan tanah di wilayah asal konsumen pada batas ini merupakan penggunaan tanah jasa perdagangan, fasilitas transportasi, perumahan padat penduduk, perumahan teratur, badan air, taman dan pemakaman, dan ruang terbuka hijau. Penggunaan tanah yang paling mendominasi adalah perumahan padat penduduk.

### **5.6.2 Karakteristik Wilayah Asal Konsumen Kios Buah pada Batas Dalam**

Wilayah asal Konsumen Kios Buah Kalimalang pada batas dalam merupakan wilayah dengan jaringan jalan yang terdiri dari kelas jalan lokal, jalan kolektor, jalan arteri, dan jalan tol. Kelas jalan lokal mendominasi wilayah ini.

Sedangkan penggunaan tanah di wilayah asal konsumen pada batas ini merupakan penggunaan tanah jasa perdagangan, perumahan padat penduduk, perumahan teratur, badan air, tanah pertanian, dan ruang terbuka hijau. Penggunaan tanah yang paling mendominasi adalah perumahan teratur.

Wilayah asal Konsumen Kios Buah Jatinegara pada batas dalam merupakan wilayah dengan jaringan jalan yang terdiri dari kelas jalan lokal, kolektor, jalan tol, dan jalan arteri. Kelas jalan lokal mendominasi wilayah ini. Sedangkan penggunaan tanah di wilayah asal konsumen pada batas ini merupakan penggunaan tanah jasa perdagangan, perumahan padat penduduk, perumahan teratur, fasilitas pemerintahan, badan air, tanah pertanian, taman, pemakaman, dan ruang terbuka hijau. Penggunaan tanah yang paling mendominasi adalah perumahan padat penduduk.

### **5.6.3 Karakteristik Wilayah Asal Konsumen Kios Buah pada Batas Ideal**

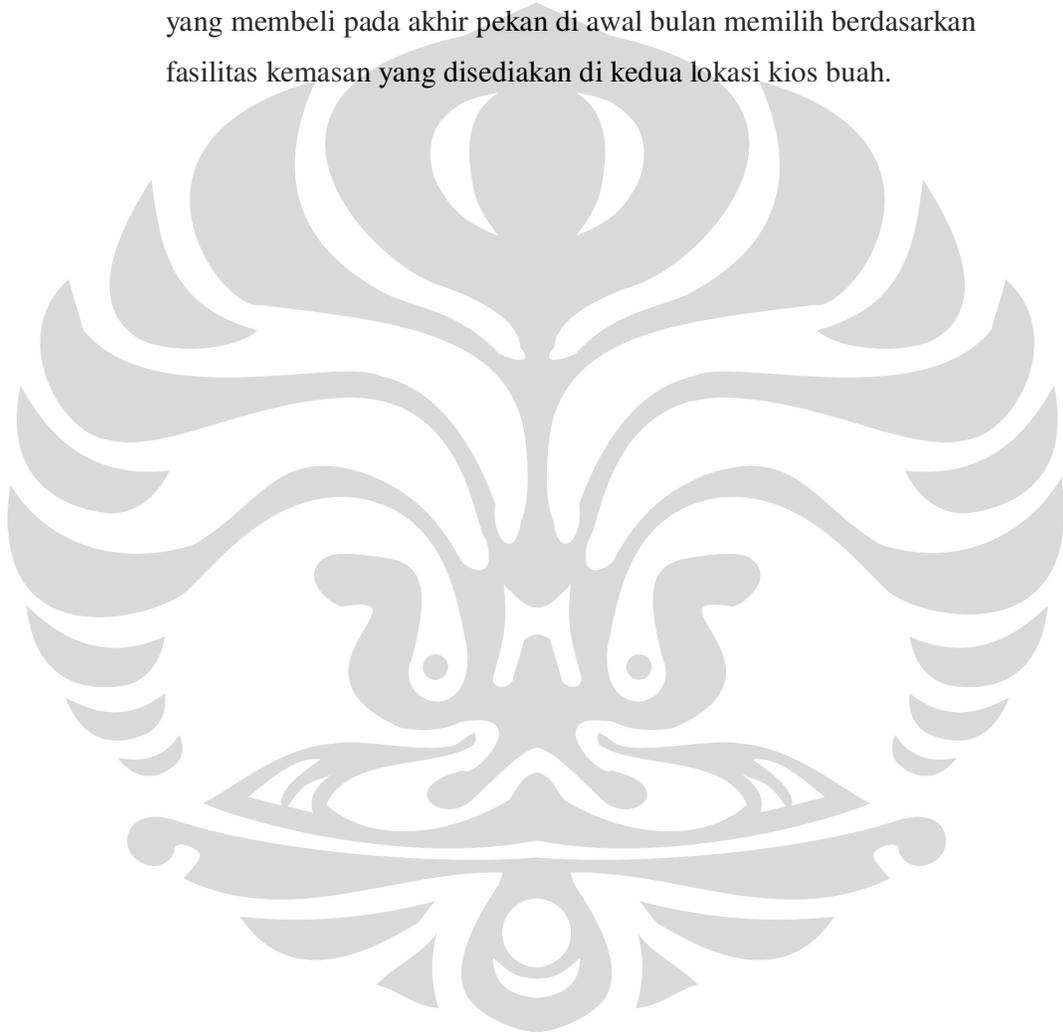
Wilayah asal Konsumen Kios Buah Kalimantan pada batas dalam merupakan wilayah dengan jaringan jalan yang terdiri dari kelas jalan lokal, jalan arteri, dan jalan tol. Kelas jalan lokal mendominasi wilayah ini. Sedangkan penggunaan tanah di wilayah asal konsumen pada batas ini merupakan perumahan teratur, perumahan padat penduduk, pertanian, peternakan dan lahan kosong, serta industri. Penggunaan tanah yang mendominasi adalah perumahan padat penduduk.

Wilayah asal Konsumen Kios Buah Jatinegara pada batas dalam merupakan wilayah dengan jaringan jalan yang terdiri dari kelas jalan lokal jalan tol, kolektor, dan jalan arteri. Kelas jalan lokal mendominasi wilayah ini. Sedangkan penggunaan tanah di wilayah asal konsumen pada batas ini merupakan penggunaan tanah jasa perdagangan, perumahan padat penduduk, perumahan teratur, perumahan padat penduduk, fasilitas pemerintahan, pertanian, Penggunaan tanah yang paling mendominasi adalah perumahan teratur.

## **BAB 6**

### **KESIMPULAN**

Wilayah jangkauan kios buah jalan Kalimalang dan Jatinegara berada di sekitar kios buah dan di sepanjang jalan utama yang melewati kedua kios buah tersebut. Pada wilayah jangkauan tersebut, konsumen yang membeli pada akhir pekan di awal bulan memilih berdasarkan fasilitas kemasan yang disediakan di kedua lokasi kios buah.



## DAFTAR PUSTAKA

- Daldjoeni, N. (1992). *Geografi Baru: Organisasi Keruangan Dalam Teori dan Praktek*. Penerbit Alumni, Bandung.
- Deverteuil, Geoffrey, (2000). Progress in Human Geography. Departement of Geography University of Southern California, 24 (1): 47 – 49
- Hagget, P (1966). *Location Analysis in Human Geography*. St. Martin Press, New York
- Hartshon, TA. (1980). *Interpreting The City : An Urban Geography*. John Wiley and Sons, New York
- Herath, Deepananda, Weersink, Alfons dan Carpentier, Chantal Line , 2005. Spatial Dynamics of the Livestock Sector in the United States: Do Environmental Regulations Matter?. *Journal of Agricultural and Resource Economics*, 30 (1): 17 - 18.
- Indrajaya. (2008). *Penjelasan Pembentukan Wilayah Pasar Menurut Palander*. 4 Maret 2010. <http://indrajayaadriand.wordpress.com/2008/05/05/tugas-4-bu-bitta-teori-lokasi-dan-pola-ruang/>
- Indrajaya. (2008). *Aglomerasi Versi Weber*. 4 Maret 2010. <http://indrajayaadriand.wordpress.com/2008/05/04/tugas-5-bu-bitta-teori-lokasi-dan-pola-ruang/>
- Jojodipuro, Marsudi (1992). *Teori Lokasi*. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta
- Kartono, H.S. Rahardjo & I.M. Sandy. (1989). *Esensi Pembangunan Wliayah dan Penggunaan Tanah Berencana*. Geografi FMIPA UI, Depok.
- Mondloch, Kate,(2007). Be Here (and There) Now: The Spatial Dynamics of Screen- Reliant Installation Art. *Art Journal*, 66 (3): 2 - 3.
- Parsi. (2002). *Jangkauan Pelayanan Mal Terhadap Penduduk Kota Depok Tahun 2001*: Skripsi Departemen Geografi FMIPA UI Depok.
- Sandy, IM. (1992). *Aturan Menulis dan Menulis dengan Aturan*. Jakarta : Jurusan Geografi FMIPA UI
- Tarigan, Robinson.(2005). *Ekonomi Regional Teori dan Aplikasi*. Penerbit Bumi Aksara, Jakarta
- Tika, Pabundu. (2005). *Metode Penelitian Geografi*. PT. Bumi Aksara, Jakarta

Wang, Fahui (2006). *Quantitative Methods and Applications in GIS*. Taylor & Francis Group, USA



## Lampiran 1 Kuesioner Konsumen

Lokasi Kios: .....

Hari/Tanggal : .....

### Responden Yth,

Saya mahasiswa Geografi FMIPA UI yang sedang melakukan penelitian untuk skripsi mengenai **Wilayah Jangkauan Pedagang Buah di Jalan Kalimalang dan Jatinegara**. Untuk itu, Saya mengharapkan kesediaan Anda untuk mengisi kuesioner ini sebaik-baiknya. Atas perhatian dan waktunya, Saya ucapkan terima kasih.

Nama/jenis kelamin :

Umur :

Alamat rumah :

Jenis pekerjaan :

1. Pegawai negeri
2. Pegawai swasta
3. Wiraswasta
4. TNI/POLRI
5. Buruh
6. Lain-lain

1. Frekuensi pembelian anda dalam 1 bulan?

- 1x                       2x                       3x  
 >3x

2. Transportasi yang anda gunakan untuk menuju kios buah ini?

- transportasi umum     motor                       mobil  
 lainnya....

3. Berapa jenis buah yang anda beli?

- 1 jenis                       2 jenis                       3 jenis  
 > 3 jenis

4. Berapa kilogram pembelian anda?

- 1 kg
- 2 kg
- 3 kg
- > 3 kg

5. Alasan membeli di kios ini :

a. Berdasarkan lokasi

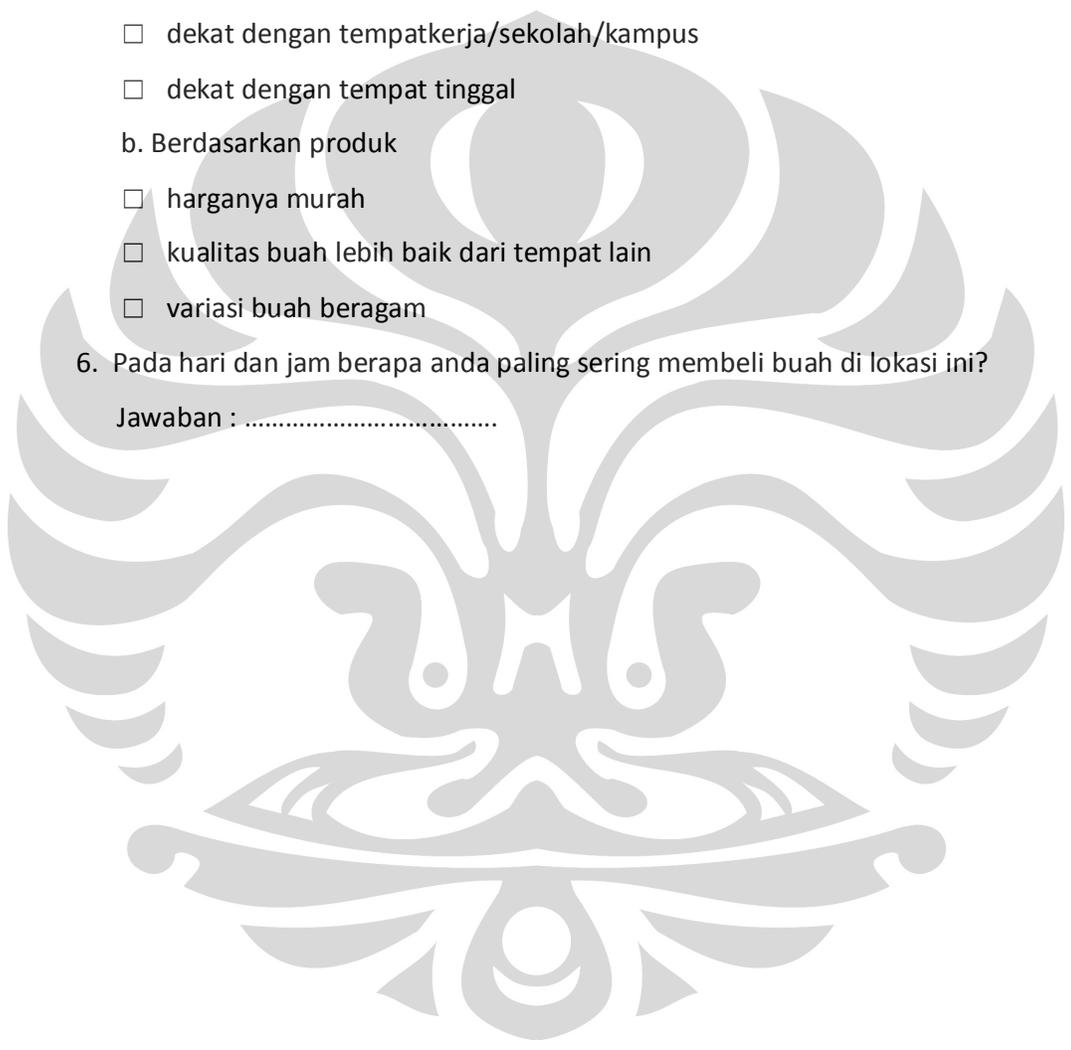
- mudah dijangkau
- dekat dengan tempatkerja/sekolah/kampus
- dekat dengan tempat tinggal

b. Berdasarkan produk

- harganya murah
- kualitas buah lebih baik dari tempat lain
- variasi buah beragam

6. Pada hari dan jam berapa anda paling sering membeli buah di lokasi ini?

Jawaban : .....



## Kuesioner Pedagang

Lokasi Kios: .....

Hari/Tanggal : .....

### Responden Yth,

Saya mahasiswa Geografi FMIPA UI yang sedang melakukan penelitian untuk skripsi mengenai **Wilayah Jangkauan Pedagang Buah di Jalan Kalimalang dan Jatinegara**. Untuk itu, Saya mengharapkan kesediaan Anda untuk mengisi kuesioner ini sebaik-baiknya. Atas perhatian dan waktunya, Saya ucapkan terima kasih.

Nama Pedagang :

Umur :

Berdagang di Lokasi ini sejak :

1. Berapa Omset Anda per hari?

Jawaban : .....

2. Berapa jenis buah yang anda jual?

Jawaban : .....

3. Darimana anda mengetahui lokasi perdagangan ini?

Jawaban : .....

4. Mengapa anda memilih lokasi ini untuk berdagang?

Jawaban : .....

5. Sejak kapan anda berdagang di lokasi ini?

Jawaban : .....

6. Dari jam berapa sampai jam berapa anda berdagang?

Jawaban : .....

7. Apakah anda menjual buah berbentuk parsel?

Jawaban : .....

Jika ya, berapa biaya tambahan yang anda butuhkan untuk membuat parsel?

.....

.....

8. Apakah anda membutuhkan tenaga kerja lain untuk membuat parcel tersebut?





Variasi Buah Kios Jatinegara



Variasi Buah Kios Kalimantan



### Fasilitas Kios Buah Kalimalang



### Fasilitas Kios Buah Jatinegara



